

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie.

MAGDALENA MISZEWSKA: **Przed mikrofonem Magdalena Miszewska. Zapraszam na kolejny odcinek Audycji Kulturalnych. Dziś będziemy rozmawiać o fotografii mody. O tym, jak zmieniała się przez ostatnie sto lat w Polsce. A to za sprawą wystawy „Niebezpieczne ujęcia. sto lat fotografii mody w Polsce” właśnie. Wystawę można oglądać w Instytucie Fotografii Forty, a ze mną są kuratorzy tej wystawy i historycy sztuki i mody, Aleksandra Jatczak-Repeć i Michał Suchora. Cześć.**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Cześć.

MICHAŁ SUCHORA: Dzień dobry.

MAGDALENA MISZEWSKA: **I na początek chciałabym rozszyfrować tytuł tej wystawy, ponieważ mi się wcale ona nie skojarzyła z serialem o tym samym tytule „Niebezpieczne ujęcia”. Nie wiedziałam, że w ogóle taki serial był wyświetlany w Polskiej Telewizji. Sprawdziłam na YouTube tę sekwencję otwierającą i coś mi się wydało, że gdzieś kiedyś w telewizji mogło mi mignąć ale widać nie byłam tym zainteresowana na tyle, żeby obejrzeć jakieś odcinki albo żeby zapadło mi to w pamięć więc o chodziło?**

MICHAŁ SUCHORA: Może po prostu nie pochodzisz z tego samego pokolenia co my. My z Olą studiowaliśmy razem w Instytucie Historii Sztuki. Urodziliśmy się w połowie lat osiemdziesiątych..

MAGDALENA MISZEWSKA: (wtrącenie) **Ja też więc teoretycznie..**

MICHAŁ SUCHORA: Okej.

MAGDALENA MISZEWSKA:... **mogłabym być osobą, która gdzieś tam sobie w telewizji obejrzała.**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: ...Może należałaś do tych osób, które nie siedziały przed telewizorami tylko po prostu bawiły się gdzieś na trzepaku. (śmiech)

MAGDALENA MISZEWSKA: **Może** (śmiech)

MICHAŁ SUCHORA: Albo Twoi rodzice nie pozwalali Ci oglądać szmirowatych, amerykańskich seriali bo taki właśnie był serial „Niebezpieczne ujęcia”. To jest taka produkcja amerykańska, z końca lat osiemdziesiątych, która powiada o historii, o perypetiach grupy szpiegów, którzy pod przykrywką realizowania sesji modowych w różnych egzotycznych plenerach, na Kubie na przykład, rozpracowywali kartele narkotykowe, mafie, kartele przemytnicze i tak dalej. Dla naszego pokolenie, jak się okazuje nie dla wszystkich, z naszego pokolenia ten serial był po pierwsze takim jednym z pierwszych powiewów zachodu po szarym PRL-u, którego, umówmy się, nasze pokolenie tak do końca nie pamięta, a poza tym był pierwszym naszym spotkaniem z figurą fotografa mody. Takiego z zmitologizowanego fotografa mody, który ma mnóstwo pieniędzy, jest otoczony pięknymi ludźmi, do pracy pływa motorówką, a dzień kończy lampką szampana nad oceanem. To nasze wyobrażenie oczywiście zweryfikowało życie i Ola i ja mamy przyjemność pracy z wieloma fotografami mody...

MAGDALENA MISZEWSKA: (wtrącenie) **I nie wożą was motorówkami?**

MICHAŁ SUCHORA: Nie wożą nas motorówkami. Do motorówki może nawet nigdy nie wsiedli. Fotografowie, z którymi mieliśmy przyjemność rozmawiać podczas realizacji tej wystawy, myślę tutaj o autorach, którzy byli aktywni zawodowo w latach sześćdziesiątych, siedemdziesiątych. To był czas, w którym w Nowym Yorku świetnie sobie radził i stawał się właściwie taką ikoną mody, celebrytą, jak byśmy dzisiaj powiedzieli, choćby Richard Avedon. W tym samym czasie w Polsce Wojciech Plewiński i Tadeusz Rolke, Wiesław Zieliński, czy Jerzy Neugebauer dostawali podobne zlecenia. Również realizowali sesje mody ale warunki ich pracy i wynagrodzenie jakie za to dostawali oczywiście było diametralnie różne, stąd ten tytuł wydał nam się taką ciekawą metaforą opisującą wszystko to, co niesie ze sobą praca fotografa mody, który jeszcze raz jego wizerunek jest tak mocno zmitologizowany, a rzeczywistość jest często skrajnie różna.

MAGDALENA MISZEWSKA: **A czy takie tradycyjne sesje zdjęciowe, w którą nie są zaangażowani żadni ukryci agenci też mogą być niebezpieczne?**

MICHAŁ SUCHORA: Sesje, pokazy. Ola jako wykładowczyni wydziału mody na ASP w Warszawie ma wiele różnych historii dotyczących tego co się na pokazach mody na przykład dzieje.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Nie no to wszystko może być bardzo niebezpieczne, nawet nasz wernisaż okazał się w pewnym sensie nieść ze sobą pewne niebezpieczeństwa, natomiast no właśnie tutaj ten tytuł filmu stał się dla nas taką dobrą metaforą dla niebezpieczeństwo, niepewność swoista zawodu. To, że fotograf nawet.. dla nas dzisiaj wydaje się oczywiste, że jest jakieś miejsce dla fotografów podczas pokazów i mamy nawet takie twarde dowody w postaci zdjęć z pokazów mody na wystawie. Fotograf nawet nie miał jakiegoś takiego dla siebie komfortowego miejsca. Przede wszystkim nawet nie miał sprzętu, ten sprzęt musiał zdobywać przez kontakty, przez legitymację związku polskich artystów fotografików, którą żeby zdobyć

musiał też regularnie przedstawiać swoje portfolio i udowadniać, że na tą legitymację i ten numer dwieście któryś tam zasługuje. Nie dysponował też za dużą ilością nawet papieru, czy no już barwników już później do wywoływania zdjęć. Stąd właśnie taki trud zawodu, to niebezpieczeństwo stało się dla nas jakąś taką ważną kwestią. Studia były nieadekwatne do zadania albo tych studiów fotograficznych w ogóle nie było. Janusz Sobolewski ponoć był bezkonkurencyjny bo ponoć miał pięćdziesięciometrowe studio w Warszawie, i ono było takie ogromne. Czyli jak mówimy to komukolwiek dzisiaj to jest może maleńkie studio na jakąś mini sesję produktową ale tak naprawdę tych problemów było dużo, łącznie z samym zleceniem bo jeśli ktoś miał, wydawałoby się nam, w legendarnej „Modzie Polskiej” to jednak zleceniodawca, tutaj zwłaszcza dyrektorka artystyczna „Mody Polskiej” Jadwiga Grabowska. Ona była zainteresowana głównie tym, czy sukienka dobrze leży, czy tam się nie fałduje, gdzieś w miejscu gdzie nie powinna, czy wyeksponowane są wszystkie detale ubioru, czyli to jest takie podejście jeszcze stare do tego czym fotografia mody może być. A nasi fotografowie już widzieli w prasie przedruki i to też pokazujemy na wystawie, przedruki tych topowych nazwisk Agibona, Geborę, Helmuta Newtona, którzy no właśnie mając kontakty w dużych tytułach prasowych w latach sześćdziesiątych, siedemdziesiątych to były takie złote czasy, dla tych znowu wybranych fotografów, którzy stworzyli ten mit fotografa celebryty ale taki tytuły prasowe jak Vouge czy Herpes Bazar, oni mieli bardzo duże budżety na sesje modowe, realizowane u siebie. I wiemy o fotografach, na przykład William Clajn. Artysta, no zdecydował się na współpracę z komercyjnym tytułem bo tak w latach sześćdziesiątych była postrzegana współpraca ze światem mody, po to żeby mieć dostęp do najnowocześniejszych aparatów fotograficznych. To było coś, z czego my dzisiaj sobie nie zdajemy sprawy bo generalnie wszyscy posiadamy świetne aparaty w telefonie, a jeśli fotograf potrzebuje na sesję jakiegось, nie wiem, dodatku do aparatu, który sprawi, że wykona zlecenie bardzo dobrze to po prostu może to wypożyczyć. Stąd no takie bardzo szerokie spojrzenie na temat, na problematykę tematu w naszej wystawie.

MAGDALENA MISZEWSKA: Do tego co mówiłaś bardzo pasuje cytat, który też jest umieszczony w przestrzeni wystawy „Normalnym rzeczy porządkiem fotografia mody rozwinęła się i osiągnęła bardzo wysoki poziom w krajach, gdzie moda jest traktowana bardzo twórczo i bardzo serio. U nas natomiast, gdzie ton nadaje standardowy przemysł odzieżowy można mówić tylko o katalogowej fotografii odzieży” Tak mówił Zbigniew Wołyński, fotograf.

MICHAŁ SUCHORA: No do tego wszystkiego musimy dodać fakt, że ci fotografowie, których prace pokazujemy, mówię tutaj o fotografach pracujących w czasach PRL-u, pracowali po prostu w realiach gospodarki ogólnie sterowanej. I tutaj nie było mowy, na przykład do żadnej konkurencji, poza oczywiście taką czysto artystyczną, czy wynikającą z ego, czy potrzeby kreacji, żeby żaden właściwie z fotografów, z którymi mieliśmy przyjemność rozmawiać nie mówił o sobie, jako fotografii mody. Co jest w dzisiejszych czasach zupełnie nie do pomyślenia. Ta specjalizacja fotografii jest daleko dalej posunięta. Fotografowie, których prace pokazujemy, w poniedziałek pracowali dla „Mody Polskiej”, we wtorek robili reportaż ze świniami, w środę fotografowali zjazd... i tak dalej, i tak dalej. Żaden z nich nie myślał o sobie jako o fotografii mody.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Natomiast ten cytat jest też szczególny bo Zbigniew Wołyński był przez lata nierozpoznanym twórcą fotografii mody i teraz przy okazji jego monograficznej, która będzie miała w Gdańsku na początku przyszłego roku, odnaleziono zbiór fotografii realizowane dla biura Mody Ewa, czyli tego tworu jeszcze przed „Modą Polską” i okazało się, że właściwie jedyne teksty teoretyczne, jedyna refleksja na temat tego czym jest fotografia mody przez właściwie cały dwudziesty wiek w Polsce to był tylko ten czas, kiedy on tworzył. To były późne lata pięćdziesiąte, chyba dlatego, że był też teoretykiem i pedagogiem bo po prostu miał to doświadczenie w wykonywaniu fotografii mody. Takie teksty popęłnił do takich bardzo specjalistycznych pism jak na przykład pismo „Fotografia”, które pokazujemy na wystawie. I tutaj właśnie nie jest to sytuacja szczególna, jest to swoisty wyjątek. Wydaje nam się, że jest to tekst bez precedensu i właśnie to jest bardzo ciekawe o czym on pisze w tych tekstach, to że on jakby próbuje zerwać z takim robieniem zdjęć modela po modelu. Katalogowością swoistą pracy. Natomiast nie takie do końca było zlecenie i nie taka była potrzeba. Te zdjęcia, które my dzisiaj oceniamy przez pryzmat wspaniałych sesji modowych, które mają być metaforą do nowej kolekcji. One bardzo często miały taki charakter, udokumentowania, na przykład, tego co po pokazie wejdzie do produkcji bo założymy na pokazie byli obecni przedstawiciele rynków zbytu, prawda? I tak dalej, i tak dalej. Także to co nas na wystawie interesuje to jest to jak fotografia funkcjonuje w systemie mody. Absolutnie nie zawarliśmy tam wszystkich ciekawych zdjęć, wszystkich ładnych zdjęć, wszystkich kanonicznych zdjęć bo to by się nie zmieściło, chyba nawet, w bardzo dużym muzeum. Natomiast w Instytucie Fotografii Fort, który na co dzień pokazuje zdjęcia topowych fotografów, chcieliśmy pokazać jak fotografia z systemem mody jest połączona bo dziś w dwudziestym pierwszym wieku, kiedy konta Instagramowe influencerów sprzedają tak samo dobrze produkt jak właśnie sesja wypracowana przez zespół z dyrektorem artystycznym na czele, nie wyobrażamy sobie, że moda przez właściwie kilkaset lat funkcjonowała bez fotografii i sobie dobrze radziła.

MAGDALENA MISZEWSKA: **Rysunek wtedy był tym najważniejszym, takim wizualnym przekazywaczem.**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Taak. W ogóle moda w dwudziestym wieku przeszła ogromne przemiany bo się zdemokratyzowała i zglobalizowała i w tym zglobalizowanym świecie, ten szybki nośnik, to szybkie wykonanie no właśnie jakiejś metafory, informacji, komunikatu o nowym stylu stało się szalenie istotne. Pamiętajmy, że przez lata moda była zjawiskiem bardzo elitarnym, dostępnym tylko tym osobom, które były blisko osób wpływowych bo początkowo moda odbywała się bez projektantów mody, my sobie dzisiaj tego nie wyobrażamy ale projektanci mody to jest dopiero wytwór połowy dziewiętnastego wieku, czyli ten kreator, który tworzy kolekcje regularnie, sezonowo a potem elita się nosi według tych wytycznych. Następnie tak się noszą szersze grupy społeczeństwa, prawda? To jest porządek gdzieś od dziewiętnastego wieku, gdzieś do połowy dwudziestego wieku panujący. Kiedy to właśnie w czasach globalizacji pojawia się moda ulicy, moda subkultury. Już nie tylko sami projektanci. Także tu bardzo dużo problemów można by omówić szczegółowo.

MAGDALENA MISZEWSKA: **I wracając do tej prezentacji funkcji fotografii, która jest chyba taką najważniejszą częścią wystawy. Obok tej chronologii, która pozwala prześledzić te zmiany, które zachodziły w fotografii mody powiązane z tym co**

działo się w polskim społeczeństwie, co działo się w polityce to uświadamiamy sobie, oglądając wystawę, w jak wielu miejscach i na każdym etapie, tak naprawdę, związanym z modą fotografia jest potrzebna. Od samych fotografii, które prezentują jakieś inspiracje, które dopiero posłużą do projektowania to mamy też fotografie już gotowych produktów. Najpierw te takie potrzebne tylko roboczo, potem te które ukazują się w czasopismach. Mamy też fotografie, które służą jako printy na tkaninach i możemy je po prostu na sobie nosić więc tych funkcji jest całe mnóstwo.

MICHAŁ SUCHORA: Całe mnóstwo funkcji, całe mnóstwo nośników, całe mnóstwo mediów, całe mnóstwo formatów. My sobie, realizując tę wystawę, która no nieskromnie możemy powiedzieć, że jest chyba pierwszą próbą takiego problemowego podejścia do tematu polskiej fotografii mody postawiliśmy trzy ograniczenie. Z jednej strony to jest ograniczenie czasowe. Pokazujemy prace z ostatnich stu lat, od momentu odzyskania niepodległości. Drugie ograniczenie to ograniczenie techniczne, czy takie widelki techniczne. Prace, które pokazują między bardzo niskiej jakości drukiem powojennym na słabym papierze, słabymi farbami drukowane, aż po współczesne sesje viralowe, produkowane wyłącznie do Internetu. I trzecie ograniczenie to ograniczenie formatu, znowu najmniejsze prace, które pokazujemy to te, które na co dzień nosimy w telefonie i przeglądamy rano przy kawie, czyli konta instagramowe influencerów. Największe z kolei prace to te wielkoformatowe fotografie, które właściwie stają się elementem małej architektury, czy wystroju miast. Fotografia mody trafia na słupy ogłoszeniowe, trafia na płachty wielkoformatowe zasłaniające całe budynki. Wydaje mi się, że ta wystawa może być takim dobrym przyczynkiem do refleksji nad tym jak bardzo jesteśmy otoczeni, jak bardzo jesteśmy pod wpływem tego świata obrazu.

MAGDALENA MISZEWSKA: I warto właśnie zwrócić na to uwagę bo może ktoś wybierając się na wystawę będzie się spodziewał wielkich formatów fotografii pokazywanych w ramach na ścianach, a tutaj przede wszystkim możemy zerknąć do oryginalnych czasopism, których jest bardzo dużo.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Tak, dla nas takim ważnym elementem pracy i tutaj czasami to była karkołomna praca było dotarcie do takiego realnego nośnika. Nie tworzenie jakiejś sztucznej rzeczywistości, czyli no jeżeli weźmiemy jakikolwiek plik, czy jakikolwiek negatyw, powiększymy go do dużych rozmiarów i oprawimy go w ramy to naturalnie to się ogląda bardzo wygodnie, z dużym komfortem i taka praca też bardzo dużo zawsze zyskuje ale nam nie chodziło o to, żeby taką sztuczną rzeczywistość kreować, tylko żeby pokazać się Państwu jak właśnie ta fotografia funkcjonowała, w jakim naturalnym kontekście ona funkcjonowała bo czasami mamy doskonałe zdjęcia ale przedrukowane w tygodniu na bardzo słabym papierze no i one trochę tracą ale z drugiej strony jeśli to był tygodnik, który docierał do bardzo szerokiej grupy odbiorców to czasami te zdjęcia niektóre były zdjęciami kultowymi. Mamy też taką pracę bardzo znaną w środowisku historyków sztuki zwłaszcza, to jest praca Edwarda Hartwiga, która pokazuje Henryka Berlewiego w otoczeniu modelek „Mody Polskiej” One są ubrane, co ciekawe, w kolekcje opartową, do której inspiracją dla Jadwigi Grabowskiej miało być malarstwo Henryka Berlewiego więc mamy taką polską wersję sukienki Yves Saint Laurenta, prawda? Zainspirowaną Mondrianem. Następnym już artystą, naszym już kultowym wówczas Henrykiem Berlewim, który na wystawie pozuje z modelkami..

MAGDALENA MISZEWSKA: (wtrącenie) **To jest zdjęcie, które ja miałam okazję kiedyś oglądać na wystawie sztuki opartowej.**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Oczywiście, tak. To jest właściwie chyba jedno z niewielu zdjęć, które wyszło poza dyskurs tylko i wyłącznie dotyczący mody. Ono weszło do takiego ogólnego dyskursu o sztuce i kulturze. Bardzo często w jakichś takich opracowaniach dotyczących związków mody i sztuki ono jest prezentowane. Natomiast jak się ogląda te katalogi czy kompendia wiedzy no to mamy wrażenie, że to zapewne było jakieś duże zdjęcie albo ta sesja zajęła pół gazety, natomiast to było malutkie zdjęcie, zajmujące niewiele ponad pół strony miesięcznika „Ty i ja” z pozdrowieniami od Henryka Berlewiego z wystawy, ręcznie napisanymi. I niewielką wzmianką o tym, czym była sama kolekcja, także wydaje nam się, że to dotarcie do prawdy nośnika, ono dla osób o różnym zaangażowaniu i o różnym rozpoznaniu tematu może wnieść dodatkowe wartości bo możemy zobaczyć z jaką dbałością, bądź nie, te zdjęcia były przedrukowywane. Dzisiaj żaden fotograf nie pozwoliłby sobie na to, że redakcje pisma obetnie połowę zdjęcia bo przecież to jest jego praca żeby odpowiednio to zdjęcie wykadrować. W PRL-u takie rzeczy zdarzały się nagminnie, fotografowie właściwie już niespecjalnie się tym przejmowali bo po prostu takie były realia pracy. Stąd ta praca nośnika?? Wydała nam się bardzo ciekawa i wydaje nam się, że tak edukacyjnie ona dużo więcej wnosi. Zwłaszcza, że żyjemy w czasach, gdzie coraz mniej się drukuje. Ja pracuję na co dzień na Katedrze Mody z osobami urodzonymi już po dziewięćdziesiątym roku i dla nich na przykład szalenie ciekawe były gazety, po prostu. Te stare gazety, że w ogóle oni dzisiaj już w ogóle nie kupują gazet, to jest jakby coś czego my nie potrafimy zrozumieć. Nie przeglądają gazet, tylko przesuwają palcem po ekranie i to wydało nam się ciekawe i wartościowe.

MAGDALENA MISZEWSKA: **A gdyby tak spojrzeć właśnie chronologicznie na to co prezentujecie na wystawie, czy odkryjemy jakiś recykling fotografii mody? No bo moda wraca co jakiś czas. Znowu mamy podobne inspiracje i pomysły sprzed kilku dekad, pojawiają się w nowych odsłonach. Czy podobnie jest w fotografii mody, czy są jakieś takie kultowe ujęcia, kultowe miejsca, do których po latach się wraca?**

MICHAŁ SUCHORA: Na pewno łatwiej te cykle, powroty odczytać w samej modzie. Na tej wystawie bardzo ciekawym jest śledzenie powrotów pewnych wątków, co ciekawe, ta spirala ma coraz mniejszą średnicę i te cykle są coraz szybsze. Czy polska fotografia mody wytworzyła kanoniczne ujęcia?

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: (wtrącenie) Jest jedno. Ja mam na myśli jedno.

MICHAŁ SUCHORA: **Ja mam na myśli na pewno pierwszą okładkę polskiego Vouge’a..**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Tak, Pałac Kultury i Nauki to jest właśnie to.

MICHAŁ SUCHORA: To jest ciekawe, że ja nie umiem wskazać źródła inspiracji..

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: (wtrącenie) Pierwsze zdjęcie to było zdjęcie Romualda Broniarka. Chcieliśmy je pokazać na wystawie ale już później wobec wielkiej obfitości materiału trochę to wszystko redukowaliśmy, zresztą przy pierwszej okładce Vouge'a bardziej nam chodziło o pokazanie tego co się później stało w Internecie, tej fascynacji polskiego społeczeństwa, całego społeczeństwa. Nagle wszyscy stali się ekspertami od tego jak powinna wyglądać okładka pisma modowego.

MAGDALENA MISZEWSKA: **Było mnóstwo przeróbek przecież.**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Tak i to właśnie pokazujemy na wystawie. To jak socjologicznie ta fotografia znowu zaczęła działać, natomiast takim zdjęciem, które być może było inspiracją albo pokazuje właśnie świetną taką referencję do tego ujęcia jest zdjęcie Romualda Broniarka, które też później pojawiło się w artykułach na temat tej okładki. Wykonane do pisma „Przyjaźń”, z taką no kobietą dosyć z takich typowych kształtów do kobiety Europy środkowowschodniej właśnie pozującą z Vouge'ą i pod Pałacem Kultury i Nauki. Natomiast Pałac Kultury i Nauki w historii mody w Polsce odegrał dosyć istotną rolę bo tam przez lata odbywały się pokazy mody, takie bardzo elitarne bo pokazy mody w czasach PRL-u były zarówno elitarne jak i egalitarne, to znaczy były pokazy dla notabli jako takie zderzenia wręcz dyplomatyczne. To była trochę inna funkcja pokazu mody. Dziś pokaz mody jest raz wydarzeniem towarzyskim, naturalnie promocyjnym ale jest takim pierwszym elementem manifestacji wizji projektanta dla ogółu, a wydaje się że w czasach PRL-u to był ta pierwsza wizja domu mody, najczęściej „Moda Polska” ale to było wydarzenie polityczne, takie dyplomatyczne niejednokrotnie, jak prezentowano modę włoską to wiadomo było, że stała za tym ambasada włoska i tak dalej, i tak dalej. Natomiast były też pokazy dla mas. Realizowane nawet w małych miastach, po prostu na jakimś podwyższeniu, czy na podium i to gdzieś wszystko pokazujemy. Natomiast Pałac Kultury był takim najbardziej elitarnym miejscem i gdzieś w zdjęciach fotografów on bardzo często powraca. Również dlatego, że pokazy mody były bardzo długie, one potrafiły nawet trwać trzy godziny i niektórzy fotografowie opowiadali nam, że to był najlepszy moment, żeby modelkę wyciągnąć i zrobić jej zdjęcie. To znaczy ona była wtedy ubrana, była na miejscu bo modelki do studia bardzo często spóźniały się, bardzo, po kilka godzin, a tam one musiały być i było tyle czasu, że Wiesław Zieliński na przykład nam opowiadał, że mógł modelkę wyprowadzić na dół Pałacu Kultury i ją swobodnie sobie na dworze fotografować.

MICHAŁ SUCHORA: Ale ten Pałac Kultury wraca, to nie jest tak że w dziewięćdziesiątym roku, czy w osiemdziesiątym dziewiątym czwartego czerwca moda przestała interesować się Pałacem Kultury i dopiero Juergen Teller odkrył go na nowo. Pokazujemy na wystawie album ze zdjęciami z pokazu Joanny Klimas, w późnych latach dziewięćdziesiątych chyba najważniejszej polskiej kreatorki mody. Pokazujemy również niesamowicie ciekawy film modowy, taki klip modowy MARK IS IN BIHEJW. To jest rodzaj dokumentacji ich pokazu zeszłorocznej kolekcji,

niesamowity. Zrealizowany właśnie we wnętrzach Pałacu Kultury, gdzie bombastyczne, gigantyczne elementy architektury są bardzo ważnym elementem tego modowego show.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Pokazujemy też na przykład plakat, bardzo ciekawy. To jest plakat wykorzystujący fotografie Szymona Rogińskiego, z połowy lat dwutysięcznych wykonany dla Marki ŁG i co jest bardzo ciekawe, nie ma tam nie tylko produktów ale nawet nie ma gdzieś w tle ludzi ubranych w ubrania. Jest tylko kawałek Pałacu Kultury, tak dosyć nietypowo wykadrowany, że trzeba się dobrze przyjrzeć żeby po detalu ten kultowy punkt naszej stolicy i sentencja łacińska. Taki zupełnie inny sposób komunikowania, znowu przeznaczony nie dla każdej marki bo musimy też pamiętać o tym, że moda jest bardzo złożonym systemem. My mamy bardzo różne produkty w ramach systemu mody i bardzo różnych producentów i projektantów i wydaje mi się, że już przy głębszych badaniach można by się pokusić o to jaki komunikat jest do jakiego odbiorcy. Każda moda ma trochę innego odbiorcę i dzisiaj już sprofesjonalizowane agencje, czy reklamowe, czy kreatywne potrafią ten komunikat dostosować do tego kto te ubrania ma nosić.

MAGDALENA MISZEWSKA: **Ale też każda moda, tak jak mówisz, może mieć dostęp do bardzo dobrych fotografów, do świetnych zdjęć i to też widać na wystawie bo tam nie tylko są te sesje realizowane dla dużych i znanych marek ale też dla marek niewielkich, które powstały całkiem niedawno i w zasadzie chyba już nie ma znaczenia czy się jest, znaczy na pewnym etapie pewnie ma ale tak patrząc ogólnie już nie ma aż takiego dużego znaczenia to czy jesteś marką z polski czy skądinąd, możesz mieć sławną modelkę zagraniczną na swojej sesji, możesz korzystać z usług fotografa zagranicznego ale też zagranicą mogą fotografować fotografowie polscy i to robią z sukcesami.**

MICHAŁ SUCHORA: Fakt, że malutkie, rodzące się dopiero marki realizują sesje takiej jakości jak giganci rynkowi to jest już pytanie i do fotografów i do marek i do modelek, które zgadzają się swoich twarzy użyczać. To my tutaj kuchni sprzedać nie możemy, natomiast masz na pewno rację, że dostępność sprzętowa, łatwość komunikacyjna powoduje, że medium jakim jest fotografia jest dużo bardziej demokratyczne i faktycznie nie trzeba tak gigantycznych nakładów finansowych, żeby zorganizować materiały wizualne, o bardzo wysokiej jakości.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Tak, my tutaj też poszukując różnorodności i pewnych kontrastów rzeczywiście też szukaliśmy bardzo młodych marek, którym fotografia, właśnie tak zwany kontent w Internecie, przysporzyła klientów jeszcze zanim otworzyli jakikolwiek sklep, nawet sklep w Internecie. I to jest ta taka, no właśnie domena dzisiejszych czasów, te ogromne zmiany jaki spowodował rozwój oczywiście Internetu i social mediów. Z jednej strony bardzo podnosi to konkurencję i tutaj duże, globalne marki właśnie z profesjonalnymi studiami czy z profesjonalistami zajmującymi się komunikacją, znaczy one są, wydaje się w pewnym sensie bezkonkurencyjne ale też szanse dla tych małych twórców, którzy nie produkują takiej ilości produktów, nie potrzebują tysięcy obiorców to jest ogromna szansa. Oni dzisiaj najczęściej publikują tylko w Internecie. My nawet staraliśmy się dotrzeć do czegoś co było wydrukowane na papierze ale oni już bardzo rzadko to robią. Wykupienie strony na reklamę w prasie kosztuje, czasami mniej, czasami więcej ale wydaje się, że oni nawet niekoniecznie mają taką potrzebę

bo do swoich docierają przez po prostu fajną kampanię, fajne zdjęcia, które, no właśnie, udaje im się zrealizować.

MAGDALENA MISZEWSKA: Umieściliście na wystawie także konta instagramerek, które można sobie oglądać, które oczywiście będą uzupełniane na bieżąco o kolejne zdjęcia. Wydaje mi się, że też sporo osób może nie zdawać sobie sprawy z tego jak dużo się teraz dzieje na Instagramie właśnie. Mieszkając w Warszawie i to jeszcze w takiej ładnej okolicy, ja co kilka dni natykam się na ludzi, którzy robią sobie różne sesje i tak wydaje mi się, że sporo ich część właśnie wyląduje później na Instagramie, ewentualnie na jakimś blogu.

MICHAŁ SUCHORA: Zwróćcie uwagę przeglądając te konta Jessicki Mercedes, czy Maffashion ilość serduszek pod tym zdjęciem, na ilość lajków, na ilość ludzi do których to zdjęcie dotarło. W ciągu doby takie zdjęcie ogląda dużo więcej osób, kilkadziesiąt razy często osób niż do ręki wysokonakładową, to co dzisiaj nazywamy wysokonakładową prasą. Te nakłady są oczywiście już śmiesznie małe w porównaniu do sytuacji sprzed dziesięciu, czy piętnastu lat. Instagram absolutnie zassał ogromną część rynku, ogromną część naszej uwagi. To jest proces, z którym absolutnie nie należy walczyć. My po prostu go konstatujemy, zauważamy. Nie wartościujemy.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Tak. Czy tego chcemy, czy nie. Opowiem wam taką konferencję w Madrycie, chyba osiem lat temu, kiedy ten problem w ogóle zaczął się dopiero pojawiać i wszyscy tak patrzyli z niedowierzaniem, że to są jakieś konta, ktoś sobie robi zdjęcie w ubraniach, to jest jakieś w ogóle nieistotne. No niestety, stety bądź niestety, tutaj też nie chcemy wartościować. Czasy pokazały, że to jest tak samo ważne narzędzie w branży jak prasa, czy sesje. Już dzisiaj analizy naukowe pokazują, że no właśnie tytuł prasowy, który ma ponad sto lat historii, ma uznaną renomę, prestiż i tak dalej, i tak dalej to jest tak samo ważne, a czasami być może mniej niż to bikini na Ibizie, prawda? Jakiejś młodej dziewczyny. Także musimy sobie z tego zdawać sprawę bo chyba od tego nie ma odwrotu, ja sama troszeczkę nie nadałam nad ilością relacji z naszej wystawy bo okazało się to bardzo ważne, właśnie relacje na Instagramie, prawda? Że to dzisiaj też bardzo dobrze komunikuje i promuje jakieś zdarzenie.

MAGDALENA MISZEWSKA: A co to oznacza dla fotografa mody, że znowu zmienił się format, że potem były te zdjęcia do magazynów, zdjęcia na billboardy, teraz znów zdjęcia, które muszą wyglądać świetnie w małym formacie, przeglądane na ekranie telefonu.

MICHAŁ SUCHORA: To oznacza tyle, co dla Ciebie pracującej z głosem dostosowanie się do nowych, nie wiem, trendów, zadań, formatów. Fotograf w erze tak szybkiej zmiany technologicznej i tak szybkich zmian trendów musi się po prostu dostosować i ma właściwie dwa wyjścia. Albo jego wizja artystyczna jest tak silna, że to on kreuje te zmiany, to on wpływa na ich kształt i wektor albo jest na tyle elastyczny, że się do tych zmian dostosowuje. Zauważcie jak bardzo dużo sesji realizowanych dla czołowych marek i dla czołowych tytułów modowych, światowych wygląda, czy jest stylizowana na fotografie nieprofesjonalną. To jest taki system

znaczeń połączonych, sprzężenia zwrotne między profesjonalistami i taką fotografią emergentną, taką która wychodzi od użytkowników i wydaje mi się, że to jest ogromny potencjał, z którego rynek mody powinien czerpać.

MAGDALENA MISZEWSKA: **A czy to jest tak, że te granice mogą się zatrzeć?**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Już się zatarły.

MICHAŁ SUCHORA: One już się dawno zatarły. Nie jakby blogerki czy influencerki stają się nagle, raz że ikonami mody, dwa..

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: (wtrącenie) Projektantkami mody..

MICHAŁ SUCHORA: ..Dwa specjalistkami komentującymi i tak dalej. Ty granic, wydaje mi się, już dawno nie ma.

MAGDALENA MISZEWSKA: (wtrącenie) **Jak ta sytuacja się zmieniała można prześledzić na wystawie „Niebezpieczne ujęcia. Sto lat fotografii mody w Polsce” w Instytucie Fotografii Forty w Warszawie, do dwunastego września można ją oglądać. Zapraszamy.**

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Zapraszamy.

MAGDALENA MISZEWSKA: **I dziękuję bardzo.**

MICHAŁ SUCHORA: Dzięki.

ALEKSANDRA JATCZAK-REPEĆ: Dziękujemy.

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie.