

Renata Jochymek

Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała

Suknie i makijaże – realizacja mitu piękności w pisarstwie Stefana Chwina

Moda zawsze interesowała bohaterki powieści Stefana Chwina, bowiem ich odzienie jest swoistą metaforą, a sposób, w jaki ubiera się konkretna osoba, stanowi o jej statusie, poczuciu humoru, typie osobowości. Opisuując rzeczywistość, autor *Złotego pelikana* utrwala świat rzeczy konkretnych jednostek, dzięki temu wskazując, iż są to najczęściej osoby wyobcowane we wrogim świecie.

Niekiedy postaci przechodzą metamorfozę, która zawsze jest uwypuklana przez zmianę sposobu ubierania, makijaż. Gdy bohaterów spotyka coś miłego, stają się atrakcyjniejsi fizycznie, staranniej dobierają kolory ubrań. Wydawać by więc się mogło, że rzeczywistość w prozie Stefana Chwina jest „zaszyfrowana”¹ i można ją interpretować wyłącznie w kategoriach ontologicznych czy metafizycznych. Jest ona zapisem szczególnego momentu „ludzkiego doświadczenia, w którym procesowi nastawienia „beziemnej” rzeczywistości zachodzą drogi znaki, akty kategoryzacji i nadawania sensu”². Każda z powieści prozaika odzwierciedla postmodernistyczne tendencje w literaturze, a ich bohaterowie prezentowani są na różnych płaszczyznach. I na każdej z nich ich ubranie, makijaż, słowem – dekoracje – są inne, mówiące, kim są i jakimi wartościami się kierują w danej chwili, często odwołując się do sfery emocji. Autor łączy ją z podstawowymi psychicznymi potrzebami odbiorców,

¹ Por. R. Nycz, *Literatura jako trop rzeczywistości. Poetyka epifanii w nowoczesnej literaturze polskiej*, Kraków 2001, s. 12 i n.

² Tamże, s. 12.

wynikającymi z poczucia psychicznego bezpieczeństwa, uczuciowego spełnienia, poczucia wspólnoty i aprobaty. Każdy z bohaterów jest osobą wyobcowaną psychicznie i fizycznie, często swoistym wrakiem emocjonalnym, rozpaczliwie szukającym uczucia. Często to osoby nowoczesne i samowyzwolone – więc stereotypowe, które również ubierają się nowocześnie, ale w sposób konwencjonalny, nie naruszający obowiązującej estetyki.

Bohaterka *Żony prezydenta* w młodości lubiła kolor różowy i prześwitujące tkaniny. Zauważała, że kobiety traktowały ją dużo bardziej oschle od mężczyzn, ale sądziła, że atrakcyjność fizyczna i świadome uwypuklenie cech charakteru, ta swoista autoprezentacja ułatwiała jej bycie w świecie. Można się zastanawiać, po co się przebierać za kogoś, kim się nie jest, jednak ona w głębi duszy czuła, że właśnie taka była. Kilkanaście lat później nauczyła się przez umiejętny dobór stroju kreować swój wizerunek:

Dziewczyna z białym pudrem na twarzy wyjęła z szafy świeżo odprasowaną granatową garsonkę i białą bluzkę. Potem z turystycznej torby z nadrukiem „Puma” wyjęła czarne lakierki, czarne pończochy, wykwinną czarną bieliznę z koronkami. Z kąta wyciągnęła okrągłe tekturowe pudło oklejone srebrzystym papierem. W pudle był czarny kapelusz z dużym okrągłym rondem. [...]. Woalka wyglądała na nim świetnie³.

Bohaterka powieści – zresztą jak wiele innych postaci – jest wytworem estetyki popularnej, wytworem telewizji i związanego z nią doświadczenia kulturowego. Takim swoistym połączeniem estetyki realizatorskiej, bo Chwin, korzystając z nich, tworzy „maszyny znakotwórcze”, określające estetykę przełomu XIX i XX wieku i kreując się na medium rzeczywistości, odkurza i utrwała zasady elegancji *fin de sieclu*. Nieomal korzysta z zasad opracowanych przez Piotra Sztompkę w *Socjologii wizualnej*⁴, gdzie autor podaje sposoby tzw. analizy hermeneutycznej. Ważne bowiem dla pisarza jest to, kto patrzy na bohaterki powieści, kto ocenia ich urodę, perfekcję makijażu i elegancję stroju. Jaka była intencja właśnie w taki sposób opisywanej postaci, czy była ona obserwowana przez zakochanego mężczyznę, przez zazdrosne koleżanki, czy przez siebie w lustrze? Jakie były jej osobiste doświadczenia, może właśnie wybierała się na spotkanie z ukochanym, może chciała olśnić otoczenie, a może zwyczajnie chciała się wyróżnić z obcego jej duchowo świata? Wówczas strój i makijaż pełnił funkcję obronnej zbroi.

³S. Chwin, *Żona prezydenta*, Gdańsk 2005, s. 87.

⁴P. Sztompka, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Kraków 2005.

Wykorzystując środki charakterystyczne dla technik audiowizualnych, Chwin tak umiejętnie opisuje detale stroju, że każdy z czytających nieomal fizycznie odczuwa śliskość jedwabiu czy mięsistość kaszmiru. Autor posiada więc duże kompetencje stylistyczne i teoretycznoliterackie oraz malarskie, by swoimi opisami zafascynować odbiorców, szczególnie odbiorczynię, bo płeć żeńska jest częstszym czytelnikiem prozy Stefana Chwina⁵.

Kobiety również chętniej oglądają seriale, więc gdański prozaik rychło estetykę serialową wprowadza do swoich tekstów, nadając im jednakże równocześnie symboliczne znaczenia. Zdaje sobie sprawę, że prawdziwy sens prezentowanej przez niego opowieści naprawdę zaczyna funkcjonować przez przekazy komunikacyjne, na które nakładają się biograficzne doświadczenia i sympatie socjologiczno-psychologiczne. Oczywiście różne postacie inaczej się angażują w świat prezentowany na kartach powieści. Jeżeli jej bohaterem jest osoba, z którą dany czytelnik się identyfikuje – bo ma podobny gust estetyczny, w tym spojrzenie na modę, doświadczenie życiowe – to nie znaczy, że w pewnych elementach biografii bohatera nie będzie go odrzucał, chociażby ze względu na narodowość, sytuację ekonomiczną czy poglądy polityczne. Stefan Chwin, dokładnie opisując wygląd i stroje bohaterów, tak naprawdę zmusza czytelnika do monitorowania, czyli obserwowania całości z jednoczesną obietnicą nieustannego dopływu obrazów do czytelnika, który zaczyna pełnić funkcję nie odbiorcy przeżywającego kolejne etapy uniesień bohaterów, ale obserwującego te uniesienia, nawet inwigilującego.

Najdobitniej jest to wykorzystane w *Żonie prezydenta*, bo tam utrzymywanie kontaktu z czytelnikiem nie służy nawet dostarczaniu mu rozrywki, ale właśnie poprzez tę rozrywkową polityczno-sensacyjną fabułę, niewątpliwie dostarczającą przyjemności, służy utrzymywaniu kontaktu z odbiorcą, a nawet ubezwłasnowolnianiu go. Podobnie rzecz

⁵ Mówił o tym sam Stefan Chwin podczas spotkań autorskich. Takie są też moje badania czytelnicze, które przeprowadziłam w sieci empik.com za rok 2008 i 2009 (do końca listopada 2009r.), z których wynikało, że na każdych dziesięć osób kupujących powieści S. Chwina osiem to kobiety. Korzystałam też z badań czytelnictwa przeprowadzonych przez pracowników Biblioteki Narodowej. Por. *Spółeczny zasięg książki w Polsce w 2008 roku. Komunikat z badań Biblioteki Narodowej*. Cyt. za: www.scribn.com/doc/13459666/Czytelnictwo-w-Polsce-w-2008-roku-BN; skryptów z konferencji pt. *Czytelnik- biblioteka. Między kodeksem a siecią* z 27.05.2010r. i innych, wcześniejszych *Prac Biblioteki Narodowej. Z badań nad czytelnictwem*. Por. G. Strauss, *Modelowi sukcesorzy, indywidualiści, eklektycy*, Warszawa 2005; G. Strauss, K. Wolff, *Czytanie, kupowanie, wypożyczanie. Spółeczny zasięg książki w Polsce w 2004 roku*, Warszawa 2006; G. Strauss, K. Wolff, S. Wierny, *Książka na początku wieku. Spółeczny zasięg książki*, Warszawa 2004.

się ma z mediewalizacją współczesnych miast, które – zdaniem Umberta Eco podobne do średniowiecznych miast – rozpadają się na mniejsze jednostki, zawsze jednakże zorganizowane według starej idei klanu, swoistego mikrospołeczeństwa.

Esther, Natalia, Krystyna i inne bohaterki książek Chwina postrzegane są przez czytelniczki jako surogat znajomych, których życie obserwują, a przez to uczestniczą w tym świecie jako anonimowi świadkowie. Jeszcze wyraźniej widać to w *Złotym pelikanie*, w którym autor świadomie odwołuje się do estetyki średniowiecza. Święty Franciszek – do którego często porównuje się główny bohater – zwykle miał wizje i tę wizualność wyzyskuje Chwin niejednokrotnie. Współczesny Franciszek jednak nie jest bynajmniej ascetą. Już jako profesor prawa oddawał się typowym męskim przyjemnościom, polegającym na używaniu wyłącznie pięknych przedmiotów, uwodzeniu urodziwych kobiet, zajmowaniu się wyłącznie ważnymi sprawami. Dominującą rolę zdaje się grać u niego przekaz wizualny, bo to jak wygląda, czym pisze, czym jeździ jest ważniejsze od tego, co pisze i gdzie jeździ.

Gdy postanawia zmienić swoje życie, również zaczyna od zmiany wizualnej. Przyodziewa sportowy strój, który szybko przekształca się w łachmany. Już nie pachnie markową wodą toaletową, ale dworcem kolejowym i swoimi nowymi znajomymi. Zmiana wizualna pociąga za sobą zmianę psychiczną a ta powoduje, że bohater pierwszy raz w życiu przeżywa wielką miłość, miłość w 100% szczęśliwą. Staje w opozycji do konsumpcyjnego, modnego świata typowych mieszkańców Gdańska. Ukochana Natalia lubi modnym strojem podkreślać swoją urodę.

A ponieważ – jak stwierdził Georg Simmel – „moda jest szczególną formą życia, która ma zapewnić kompromis między tendencją do społecznego zrównania a tendencją do indywidualnej odrębności”⁶ – bohaterki powieści autora *Złotego pelikana*, podążając za modą, kreują własną indywidualność, wpisując się w dominujące wzorce społeczeństwa konsumpcyjnego; moda określa reguły społecznej prezentacji jednostek, jednocześnie dając możliwość wyrażania własnych przekonań. Właśnie skłonność do naśladownictwa i chęć wyróżniania się spowodowała, że Krystyna stała się ikoną mody, bo niezwykle łatwo przyswajała sobie normy klasycznej elegancji. Jej skłonność do kiczu pozwalała jej być w taki popularny sposób nowoczesną i elegancką jednocześnie. Odbiorczyńni może również, identyfikując się z bohaterką, „równać w górę” lub

⁶ G. Simmel, *Z psychologii mody. Studium socjologiczne*, [w:] tegoż, *Most i drzwi*, Warszawa 2006, s. 22.

„równać w dół” w zależności od tego, jak sama siebie ocenia. By nie tracić popularności, Stefan Chwin pisze coraz bardziej popularne teksty. Zwłaszcza jego bohaterki – nie wyłączając ukochanej dziennikowej K. – są tak skrojone, by choć część czytelniczek mogła się z nimi identyfikować na tyle, by się od nich uczyć, lub by czuć się od nich lepszymi. Tworzenie więc dla możliwie najszerzej publiczności – a wiadomo, że 70% czytających to kobiety⁷ – pozwala książkom Stefana Chwina zaistnieć na popularnym rynku i – co się z tym wiąże – odnieść finansowy sukces.

W tym pomagają prozaikowi również tradycjonalizm i konserwatyzm dotykający wszystkich sfer. W zachowaniu, zwłaszcza w rozmowach bohaterów – obok dyskusji czysto estetycznych, pojawiają się rozważania na tematy etyczne, dotyczące Boga, cielesności, które jednakże zawsze udowadniają czytelnikowi typowy dla romansu dyskurs kultury dominującej (patriarchalnej) i podległej (maternalnej) – „ukrywania poprzez pokazywanie», czyli dyskursu władzy”⁸. Hołdujące mieszczańskiej estetyce, bohaterki doskonale mieszczą się w ramach racjonalności potocznej, w której bardziej się akcentuje jednoznaczność, niż złożoność czy wielowymiarowość konceptualizowanych zjawisk. Dzięki temu możliwa stała się emocjonalna identyfikacja czytelniczek z bohaterkami, bo teksty Stefana Chwina odpowiadają na uniwersalne, ludzkie potrzeby i często są osadzone w kontekście indywidualnych doświadczeń odbiorców.

Opisywanie wyglądu kobiet i przedmiotów pełni więc funkcję nieomal obrazu. Czytelnik, wyobrażając sobie postaci, przywołuje konkretne barwy, kształt, fakturę materiału, ale równocześnie zauważa, że sposób opisywanego świata nieodłącznie wiąże się z procesami, jakim podlegała moda. Chwin chce być modny, ale w taki staromodny sposób. On promuje kulturę i modę mieszczańską, którą podkreśla trzema czynnikami: normami społecznymi, indywidualnym wyrazem i technologią. Według Kurta W. Backa:

Normy społeczne określają strój, czy szerzej – wygląd przynależący określonym grupom społecznym oraz okazjom. Aspekt indywidualny wyraża się w zdolnościach i chęciach jednostek do wyrażania siebie w ramach z zachowań normatywnych. Technologia wyznacza sposoby

⁷ Por. badanie czytelnictwa przeprowadzone przez Bibliotekę Narodową w roku 2008. www.scribd.com/doc/13459666/Czytelnictwo-w-Polsce-w-2008-roku-BN.

⁸ M. Roszczyńska, *Twórczość Katarzyny Grocholi. Szkicując kierunki lektury*, [w:] *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Historiolitteraria IX*, red. B. Faron, Kraków 2009, s. 33.

produkcji oraz zastosowane środki a za ich pośrednictwem kształtuje proces mody⁹.

Autor *Hanemanna* bardzo często podkreśla wyjątkową oryginalność i dbałość o detale nie tylko w stroju, ale i w otoczeniu bohaterów powieści. Czasem opisy nabierają cech hiperrealizmu, tak sugestywnie każdy detal jest prezentowany. Słowo zdaje się być dopełnieniem, najważniejsze są zmysły odbiorcy, jego wyobraźnia. Tylko taki opis gwarantuje dostęp do jedynej i prawdziwej rzeczywistości. Stwarza złudzenie autentyczności.

Dzięki hiperrealistycznym zabiegom odbiorca ma łatwiej przyswoić sobie podawane mu treści, a przede wszystkim uwierzyć w nie. [...] Ma uwierzyć w autentyczność wizji historii, w autentyczność samych postaci, które w zamierzeniu autora są osobami autentycznymi¹⁰.

Ma to przekonać czytelniczkę – zwłaszcza czytelniczkę! – że możliwe jest istnienie kobiet idealnych, kobiet eleganckich, mieszkających wyłącznie w domach wypełnionych solidnymi i pięknymi przedmiotami. Oczywiście Chwin aspekt estetyczny łączy z etycznym. Te kobiety są osobami może pokrzywdzonymi, ale z milczącą dumą znoszącymi złośliwość losu. Choroba Esther, targnięcie się na życie Natalii czy bezkompromisowość Anny, bohaterki *Doliny Radości*, są najdobitniejszymi tego przykładami. Każda z nich uwielbia przeglądać się w lustrze, nawet podczas spaceru czy zabawy tanecznej chętnie spoglądają w szyby wystaw czy lustra salonów. Jest to jakby przygotowanie do przeglądania się w głowach (oczach) czytelników.

Chwin bardzo udatnie wprowadza do swej prozy dwa socjologiczne pojęcia: reprezentacji i symulacji. Dając złudzenie reprezentacyjności postaci, robi do czytelnika oko, mówiąc, to tylko papierowa postać, ja ją stworzyłem, opisałem twarz niczym archeolog mumię starożytnej kochanki, kreuję własną rzeczywistość, pozorując tylko autentyczne wydarzenia. Po to, by dać czytelnikowi świadomość rzeczywistości, swoim bohaterom niejednokrotnie „daje” nazwiska swoich bliskich, którzy uczestniczą w ważnych historycznie wydarzeniach. W każdej personifikacji dostrzec możemy jednak inny, symboliczny odbłask wyższej rzeczywistości.

⁹K.W. Back, *Modernism and Fashion: A Social Psychological Interpretation*. New Britain, Coon 1985. Cyt. za: A. Maj, *W co się ubierać i jak się nie ubierać. Dylematy współczesnej mody*, [w:] *Ucieleśnienia. Ciało w zwierciadle współczesnej humanistyki. Myśl – praktyka – reprezentacja*, red. A. Wiczorkiewicz, J. Bator, Warszawa 2007, s. 241.

¹⁰M. Sz wajderman, *Teologia pięknych kobiet*, [w:] *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, red. D. Czaja, Kraków 1994, s. 198.

Zauważmy, że właśnie praktyki związane z modą dotyczą szczególnie najwyższych warstw społecznych. Odpowiedni, efektowny, zgodny z najnowszymi trendami mody wygląd tylko uwypukla różnice między postaciami powieści. To panna Simmel jest najefektowniejszą kobietą i – mimo że pracuje jako guwernantka, więc ktoś pozornie niższy – jest wzorem do naśladowania dla warszawskiej socjety. Opis wyglądu, duma rysująca się na twarzy, atrakcyjne dodatki wiele mówią o jej inteligencji, smaku i pożądanym w stolicy zagranicznych znajomościach. Poprzez charakterystyczne dla niemieckiego artystycznego świata normy związane z prezentowaniem ciała, upinaniem włosów, realizuje ona kody pożądane przez bogate warszawskie mieszczaństwo, które zauważając jej ogładę, urodę i elegancję, chętnie przyjmuje ją do towarzystwa, a nawet uzyskuje ona w nim pozycję uprzywilejowaną. Delikatność cery, blask oczu, gibkość i gładkość rąk odróżnia Esther od innych pań domowych, bo niezbitnie świadczy o niepodejmowaniu pracy fizycznej. Ubiór informował też towarzystwo, że Esther Simmel jest osobą niezamężną, ale nie szuka męża, bo prawdopodobnie jest zakochana. Zachwyty kobiet budziła niezwykła umiejętność panny Esther w dobieraniu odpowiedniego do sytuacji stroju, przy jednoczesnej, świadomej wizualnej autokreacji, wyrażającej się m.in. poprzez noszenie ulubionych kolorów, używanie atramentu, kopert, kobiecych ozdób, perfum nawet kojarzonych z kolorami ziemi. Aleksander twierdził, że panna Simmel ubiera się kolorystycznie zgodnie z panującą porą roku. Umiejętnie więc tytułowa bohaterka powieści Stefana Chwina łączyła manifestowanie przynależności społecznej do najwyższej klasy z podkreśleniem swojej odmienności, nawet unikalności. Autor zdaje się mówić, że często tożsamość jednostki sprowadza się do oceny wyglądu zewnętrznego, bo dopiero w momencie zapadnięcia Esther w śpiączkę domownicy zauważyli, jaka jest nieszczęśliwa.

Ubrania wykonane z drogich materiałów, szyte u dobrych krawców, projektowane samodzielnie przez elegantkę, powodują rozdźwięk między komunikacją a reprezentacją. W innych warunkach Esther mogłaby być traktowana jak wielka dama z wyższych sfer, bo ubrania same w sobie znaczyłyby więcej, niż jej rzeczywista pozycja. Dawaly sygnał, że pochodzi z wyższej sfery. Esther bowiem ubierała się lepiej od jej koleżanek „po fachu”. Modny wygląd jest ważnym elementem atrakcyjności, ale też pod warunkiem, że atrakcyjna odzież ubiera efektowne ciało.

Stefan Chwin twierdzi, że kobiety powinny wiedzieć, w jaki sposób za pomocą stroju prezentować swoje ciało, one mają uwodzić, tak jak

przez całe życie uwodzi go K. i literatura, bo sam przyznaje, że: „literatura to sztuka uwodzenia. Jak w ogóle sztuka, która jest pawim ogonem człowieka. Oczekiwać od pawiego ogona, by »zmuszał do refleksji«, mogłoby być pedagogiką cokolwiek ryzykowną”¹¹.

Własny styl ubierania jest przede wszystkim sposobem na wyrażenie siebie. Określa relację między wyglądem zewnętrznym a cechami osobowości. Podobnie jak rodzaj uprawianej literatury mówi odbiorcy o preferencjach filozoficznych i estetycznych jej autora. A ponieważ – jak to określił Dariusz Nowacki:

mężczyźni Chwina kochają wyłącznie martwe lub półżywe kobiety, uwielbiają je podglądać (kiedy jeszcze żyją albo i nie), grzebać w ich osobistych rzeczach, co wyraźnie zahacza o jakąś formę fetyszyzmu i – aż strach powiedzieć – nekrofilii. O tak, piękna-nieobecna naprawdę kręci Chwinowych mężczyzn, przy czym bardziej nieobecna (Luiza Berger) kręci mocniej niż częściowo nieobecna (Esther Simmel)¹²,

trudno dociec, jaka będzie kolejna powieściowa bohaterka tego utalentowanego prozaika.

Renata Jochymek

Dresses and Make Ups – Realization of the Myth of Beauty in Stefan Chwin' Writings

Each of the writer's novels mirrors postmodern literary tendencies and their characters are presented from different perspectives. The characters' clothes, make ups and decorations are different and they show their values. The author connects them with basic psychological needs of the receivers resulting from the psychological safety and community. The characters are creations of popular aesthetic, products of television and the cultural experience connected with it. Using audiovisual means Chwin introduces the TV-series aesthetics to his texts building up some symbolical meanings upon it. He realizes that the real sense of his story starts functioning in messages, which are mixed with experiences and socio-psychological sympathies. The unique dressing-style is a way of expressing oneself. It defines the relation between appearance and personality.

¹¹ A. Zawada, *Sztuka uwodzenia*, „Przegląd Polski” 2004 z 9 lipca.

¹² D. Nowacki, *Gdzie jesteś, Brygidzie Dżonsie?*, „Dekada Literacka” 2004, nr 4.