“La moda”: un nuovo testo di sociologia della moda.



"La moda" - Yuniya Kawamura - Ed. il Mulino

Cosa ci si può aspettare da un libro intitolato “La moda” (“La moda” – Yuniya Kawamura – Ed. Il Mulino, Bologna 2006), parola che lascia spazio ad infinite interpretazioni? Secondo l’autrice, docente di sociologia al Fashion Institute of Technology della State University of New York, parlare di moda non vuol dire solamente parlare di abiti: la moda è un tema trasversale a molte discipline, e dunque ad altrettanti aspetti umani. La sociologia in particolare, si interessa alla moda in quanto fenomeno collettivo che definisce i processi di mutamento sociale in un determinato arco di tempo. Il suo lavoro pertanto “è un’indagine sociologica sulla moda, e tratta quest’ultima come un sistema di istituzioni e cioè un insieme di pratiche sociali che sono ripetute con regolarità e continuità, sono sanzionate e mantenute da norme sociali e rivestono un importanza fondamentale nella struttura sociale”.

Il testo si compone di cinque macro-capitoli, suddivisi a loro volta in piccoli capitoli atti a sviscerare l’argomento trattato in tutte le sue sfaccettature. La Kawamura regala ai suoi lettori un excursus dettagliato sul pensiero classico dei teorici di moda, spaziando da Simmel a Veblen, passando per Spencer, Sunmer e Keller. I principi fondamentali trattati sono tre: la moda vista come imitazione delle classi sociali più alte da parte del popolo, come occasione per distinguersi determinando così l’inclusione – o l’esclusione – da un gruppo, e infine la moda come costume sociale e culturale che caratterizza popolazioni o gruppi. Si desume subito la rilevanza del ruolo che ha avuto, ha e sempre avrà la moda nel porre in evidenza le differenze sociali del nostro tempo.



Yuniya Kawamura

L’autrice rivolge ai sociologi contemporanei, che ritengono la moda un soggetto effimero e lontano dal loro interesse, il suo invito ad interessarsi all’argomento: “Eppure c’è un contributo molto importante che i sociologi possono offrire ad un’analisi culturale della moda mettendone a fuoco le istituzioni e le relazioni sociali fra i professionisti del settore, considerando la differenziazione sociale fra i gruppi di stilisti, il loro status, il loro patrimonio etnico, e infine comparando i sistemi della moda nel mondo.”

La sociologia della moda si accomuna dunque alla sociologia dell’arte: gli oggetti di moda, gli abiti e gli stilisti non vengono trattati seguendo il modello del genio creatore individuale.

L’abbigliamento resta un prodotto materiale, la moda diventa prodotto culturale. Ed è da questo postulato che la Kawamura si muove per analizzare tutto ciò che partecipa al sistema moda. “Il sistema della moda crea confini simbolici tra quanto è moda e quanto non lo è, e stabilisce inoltre qual è il gusto estetico maggiormente accreditato”. Vengono così presi in esame stilisti, produttori, giornalisti… ma anche sfilate, pubblicità, scelta del territorio di distribuzione. E i meccanismi dell’istituzione moda che decretano successi e insuccessi, la creazione di nuove tendenze, la demitizzazione di alcune figure professionali, sono svelati al lettore in un saggio ricco di spunti ed excursus storici.