

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

IVA MAROVT

ŽENSKE, OBLEKE IN KONSTRUKCIJA IDENTITETE

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

IVA MAROVT

Mentorica: doc. dr. Zdenka Šadl

ŽENSKE, OBLEKE IN KONSTRUKCIJA IDENTITETE

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

Zahvala

Dr. Zdenki Šadl se zahvaljujem za napotke in vso pomoč pri nastajanju moje diplomske naloge.

Staršem se zahvaljujem za njihovo brezpogojno podporo in ljubezen.

Bratu prav tako.

Andraž, hvala, da si.

Dragice in drageci, hvala, da mi stojite ob strani. Z vami je vse veliko lažje.

ŽENSKÉ, OBLEKE IN KONSTRUKCIJA IDENTITETE

Oblikovanje identitet v pozno moderni zahodni družbi je vedno bolj stvar individualnih izbir. Ko se posameznik/-ica skozi življenje sooča z množstvom odnosov, dogodkov in situacij se njegova/njena identiteta neprestano preoblikuje in preusmerja. Telo in spolna identiteta predstavljata izhodišče identitete vsakega posameznika. Že od nekdanje ljudje spreminjajo svoj izgled, pokrivanje/zakrivanje oz. oblačenje pa je le eden od mnogih načinov. Oblačila imajo, poleg funkcionalne vrednosti, tudi simbolno vrednost. Moda, oblačenje in obleka namreč sestavljajo označevalne sisteme. Predstavljajo načine doživljanja in razumevanja družbenega sveta, so sredstva preko katerih posamezniki in družbene skupine sporočajo svojo identiteto in preko katerih posamezniki znotraj določenih družbenih skupin sporočajo svoj položaj in razmerja v skupini. V vsaki družbi obstajajo določeni kulturni atributi, ki jih družba pripiše posameznemu spolu. Nekateri atributi, ki so bili poudarjeni kot moški ali ženski, so se izrazito razlikovali glede na kraj in čas, nekatere vrste spolnega razlikovanja v obleki pa so dejansko univerzalne. Obleka je ključni element v konstrukciji ženske identitete in sodi v posebno zvrst komuniciranja pripadnosti. Načini na katere se ženska kaže, so vedno bili in vedno bodo, načini na kakeršne se konstruira, signalizira in reproducira ženstvenost.

Ključne besede: identiteta, konstrukcija identitete, obleke, ženske, ženstvenost.

WOMEN, CLOTHES AND THE CONSTRUCTION OF IDENTITY

In the postmodern western society the construction of identity is more and more a matter of individual choices. When an individual faces a great many of relations, events and situations, his/her identity is constantly being transformed and deviated. The body and sexual identity represent an origin of identity of each individual. People have always been changing their appearance, and covering and dressing are just two of the many ways. In addition to their functional value, clothes also have a symbolic value. Fashion, dressing and clothes namely compound a marking system. They represent ways of experiencing and understanding the social world, are individuals' and social groups' means of communicating their identity, and are means of individuals as parts of social groups for communicating their position and relations in the group. Every society has its own cultural attributes, which it assigns to either males or females. Certain attributes, which were pointed out as masculine or feminine were different in place and time, whereas certain kinds of sexual differentiation in clothing are actually universal.

Clothing is a key element in the construction of identity of women and is a part of a separate kind of communication of their affiliation. Ways of a woman's appearance have always been ways in which the femininity was being constructed, signaled and reproduced.

Key words: identity, the construction of identity, clothing, women, femininity

KAZALO

1. UVOD	6
2. IDENTITETA - RAZUMEVANJE POJMA	8
2.1 Razvoj identitete	10
2.2 Moralne kariere individuuma in identitetni projekti	12
3. IDENTITETA V POZNI MODERNI	13
3.1 Postmoderna ali pozna moderna?	13
3.2 Poznomoderni individuum in njegova/njena pluralna identiteta	14
3.3 Identitetna prezasičenost	15
3.4 Identitetna brkljarija	17
3.5 Sodobni refleksivni subjekt	18
3.6 Individualizacija življenja	20
4. TELO KOT IZHODIŠČE IDENTITETE	22
4.1 Razumevanje spola	24
4.2 Spolna identiteta	26
4.3 »Lepši spol«	28
5. OBLAČILA IN OBLAČENJE	30
5.1 Zgodovina oblačenja	30
5.2 Zakaj ljudje nosimo oblačila?	30
5.2.1 Zaščita	31
5.2.2 Spodobnost in zakrivanje	32
5.2.3 Privlačnost in nespodobnost	35
5.2.4 Komunikacija	36
5.3 Moda in oblačenje kot del kulture	41
5.4 Pomen mode in oblačenja	47
5.4.1 Semiološka razlaga pomena	48
5.4.2 Denotacija in konotacija	49
5.5 Obleka v funkciji družbene reprodukcije	49
5.5.1 Razred in obleka	50
5.5.2 Spol in obleka	51
6. SKLEP	56
7. SEZNAM LITERATURE	58
Članki in drugi viri	59
Seznam slik	60

1. UVOD

V zahodnih družbah 21. stoletja imata moda in oblačenje velik pomen. Večina ljudi bi se strinjala, da imajo oblačila, ki jih nosijo, ter načini, na katere oblačila kombinirajo, nek pomen oziroma jim je ta pomen moč pripisati. Večina bi se jih tudi strinjala, da se do ljudi, ki nosijo določena oblačila, vedejo drugače. Da svoje vedenje do neke mere prilagajajo videzu in oblačilom posameznika oziroma posameznice, s katerim/katero so vpleteni v interakcijo in komunikacijo.

Oblačila imajo poleg funkcionalne vrednosti tudi simbolno vrednost. Moda, oblačenje in obleka sestavljajo označevalne sisteme. Predstavljajo načine doživljanja in razumevanja družbenega sveta, so sredstva, preko katerih posamezniki in družbene skupine sporočajo svojo identiteto in preko katerih posamezniki znotraj določenih družbenih skupin sporočajo svoj položaj in razmerja v skupini.

P. Bourdieu (2001: 66) pravi, da ženska preko oblačil, ki jih nosi, izraža svojo »bit«. Skrb za svojo urejenost in lepoto ji omogoča vzdrževanje lastne identitete. Ženske se dojemajo kot estetski objekt (kot takšne jih dojemajo tudi vsi ostali), njihova spolna identiteta pa se konstruira, signalizira in obnavlja s sredstvi, kot sta moda in oblačenje. V diplomski nalogi bom skušala ugotoviti, kako moda in oblačenje reproducirata in konstruirata sodobno identiteto. Zlasti se bom osredotočila na konstrukcijo identitete pri ženskah.

V prvem in drugem poglavju diplomske naloge bom predstavila kompleksen pojem identitete, ki ga spremljajo številni pomeni in interpretacije. Pogosto je identiteta definirana kot kombinacija bistvenih psihičnih kakovosti, ki karakterizirajo in diferencirajo osebo. Različnih interpretacij pojma in razvoja identitete je veliko, zato bom v prvem poglavju strnila ključne konceptualizacije različnih teoretikov, ki obravnavajo pojem identitete. Identiteta je v sodobni družbi stalno rekonstruirana in redefinirana, tako me

bo v drugem poglavju zanimalo, kakšna je razlika med individuumom moderne in poznomoderne oziroma, kakšne razlike nastopijo v identitetah posameznikov v obeh družbenozgodovinskih epohah.

V tretjem poglavju se bom osredotočila na telo, ki predstavlja izhodišče identitete vsakega posameznika. Orisala bom pojem družbenega spola, spolne identitete ter opozorila na vpliv spolnih stereotipov v povezavi z vlogami, ki bistveno opredeljujejo osebnost individuuma.

V zadnjem, četrtem poglavju pa se bom osredotočila na koncept oblačil in oblačenja. Orisala bom zgodovino oblačenja in funkcije, ki jih najpogosteje pripisujemo oblačenju. Predvsem pa me bodo zanimale komunikativne funkcije oblačenja oziroma odnos med oblačenjem in osebnim izražanjem. Kaj vse sporoča individuum, ko si nadene oziroma nosi določeno oblačilo oziroma določeno kombinacijo oblačil. Opredelila bom pojem mode ter pomen, ki ga ima le-ta v današnji poznomoderni zahodni družbi. V zaključku zadnjega poglavja bom pokazala, da je obleka eden izmed najbolj vidnih znakov družbene identitete individuuma, saj le-ta z njo okolici sporoča osnovne informacije o svojem družbenem statusu in spolu. Posebna pozornost bo usmerjena na sporočilno funkcijo ženskih oblačil. V sklepnem delu naloge bom pokazala, da je obleka ključni element v konstrukciji ženske identitete, ki sodi v posebno zvrst komuniciranja pripadnosti.

2. IDENTITETA - RAZUMEVANJE POJMA

Identiteta je kompleksen pojem, ki ga spremlja mnogo pomenov in interpretacij. Za razjasnitev pojma ni zadostna toga definicija, ki jo najdemo v slovarju, temveč poglobljeno branje več različnih pogledov in interpretacij identitete. Ločimo tri sklope definicij - takšne, ki so osredinjene na individuumovo notranjost in notranje procese, nasproti njim pa definicije, ki se osredotočajo na »zunanje« procese. Prva skupina definicij je osredičena okrog notranjih procesov v posamezniku, kot izvoru istosti in identičnosti v času. Z zunanjimi procesi pa mislimo na koncepte identitete, ki se osredotočajo na družbene in kulturne strukture ter vpliv le-teh na to, kako nas vidijo člani družbe, v kateri živimo. Med različnima pristopoma »znotraj« in »zunaj« prepoznavamo definicije, ki vsebujejo značilnosti obeh. Opisujejo vplive psihološke notranjosti in tudi socio-kulturnega okolja. V nadaljnjem razmišljanju o pojmu identitete se bom opirala predvsem na slednje definicije. V definicijah, ki se ne nagibajo niti v eno niti v drugo stran, identiteta predstavlja kompromisno tvorbo med samovoljo individuumu in prilagajanjem družbi. Takšna konceptualizacija je značilna predvsem za interakcionistične teorije (Ule 2000a: 82-84).

Razprave o tem, kaj identiteta je, segajo v 17. stoletje, sam pojem pa se je dejansko uveljavil v 20. stoletju. Pojem so popularizirali psihoanalitiki. Uporabili so ga kot osnovo za razlago celostne osebne krize individuumov. Tudi psihoanalitiki na identiteto ne gledajo kot na enodimenzionalen pojem, ampak so mnenja, da identiteta izraža labilno notranje ravnovesje med individualnim in družbenim v individuumu. To ravnotežje pa se oblikuje kot notranji konsenz in ne povsem zaveden dogovor med jazom, nadjazom ter onim (Ule 2000a: 87).

E. Erikson (1976: 111), najzaslužnejši avtor za psihološko tematizacijo identitete, pravi, da je identiteta predvsem občutek oziroma doživljanje lastne enakosti in identičnosti v času in s tem povezano zaznava, da tudi drugi priznavajo to enakost in kontinuiteto. Pravi, da se identiteta razvija skozi

obdobja rasti, z rastjo pa so neločljivo povezane krize in razreševanje kriz. Individuum mora premagati krize in protislovja, s katerimi se srečuje. Le tako lahko raste in le tako se razvija njegova/njena identiteta.

Identiteta namreč ni struktura, je vseživljenjski proces. Identiteta je proces družbenega samoumeščanja subjekta. Je prepoznavanje sebe kot družbenega bitja, ki ni osamljena, od družbenih vezi ločena enota. Oseba je vedno, brez izjem, zaznamovana s kulturo, z družbo, v kateri živi. Izkušnje individuuma in konflikti z družbo pa se nujno prenašajo v njegov/njen odnos do sebe. Individuum si o sebi ustvari podobo, ki je posledica stališč in pričakovanj drugih ljudi ter družbenopolitičnega sistema, v katerem živi. Ta podoba pa nikoli ni povsem enaka lastnemu dojetanju in občutenju sebe, zato je vselej navzoča napetost, ki individuuma žene k novim družbenim dejanjem in k ponovnemu osmišljanju njegove/njene vloge (Ule 2000a: 95).

Po eni strani imamo individuuma z lastnimi hotenji in željo, da je sam/a svoj/a, da ohrani svojo osebnost, na drugi strani pa družbo in močne individuume, ki vplivajo na individuuma že od njegovega rojstva in seveda puščajo svoj pečat. Kljub dvema povsem različnima poloma z različnimi interesi in hotenji, pa oba pola nujno potrebujeta drug drugega. Brez nenehnih vplivov od zunaj se osebnost oziroma subjekt ne pojavi, kaj šele ohranja. Brez subjektivne spontanosti individuuma pa se ne morejo pojaviti, niti ohraniti nobene institucije, družbeni sistemi (Ule 2000b: 473).

Uletova v spodnjem odstavku strni glavne značilnosti definicije identitete, ko zapiše, da je identiteta:

okvir za samoprepoznavanje socialne enote kot identične v času in prostoru. Omogoča jezikovno nanašanje posameznika ali kake druge socialne skupine na samega sebe. Identiteta je minimalna socialna institucija, ki definira subjekt za kompetentnega socialnega akterja. Omogoča socialno prepoznavanje posameznika ali kake druge socialne enote kot identične skozi različne socialne situacije, je presečišče

individualnega in družbenega, subjektivnega in objektivnega v in na subjektu. Identiteta postane tako socialni označevalec osebe ali socialne enote. (Ule 2000a: 322)

2.1 Razvoj identitete

Pri opisu strukturnega razvoja identitete moramo najprej razumeti osnovne značilnosti teorije simboličnega interakcionizma (v nadaljevanju interakcionizma). Interakcionizem je značilna ameriška veja sociologije, njena osrednja teza je, da se človekovo zavedanje, sebstvo in identiteta pojavijo šele na stopnji, ko je individuum sposoben medosebno družbeno interakcijo in komunikacijo zaobrtni k samemu sebi, ko lahko s postavljanjem sebe v položaj drugih vidi samega sebe. G. H. Mead (v Ule 2000a: 155-166) trdi, da se lahko ideja jaza razvije le tedaj, ko je individuum sposoben nase gledati kot na objekt. Da pa lahko to stori, se mora opazovati z vidika drugih. Izhodišče družbenega formiranja individuuma ni on sam, temveč družbeni odnos, v katerem nastopajo individuumi oziroma »pomembni drugi« in ta odnos je pogoj za nastanek identitete. Interakcionisti trdijo, da individuumovo doživljanje sebe in svojega delovanja ni zgolj stvar jaza, temveč odnos, ki vključuje tudi zaznavanje in spoznavanje drugih ljudi in odnosov med individuumom in družbeno realnostjo. Sebstvo zunaj socialnega okolja ne more obstajati in seveda tudi nasprotno.

Odnosi individuuma do lastne dejavnosti, drugih oseb, skupine se vseskozi razvijajo in poglobljajo. Razvoj subjekta poteka skozi več faz, celota teh faz pa predstavlja socialno identiteto individuuma, socialni jaz ali mene (Me), ki pomeni sposobnost vživljanja v druge ljudi.

Prva faza razvoja po Meadu zajema odnos individuuma do *pomembnega drugega*. Pomembni drugi definirajo osnovne družbene pomene individuumovih dejanj, učijo ga razumeti in ocenjevati lastno vedenje. Na tej ravni se individuum nauči identifikacije z drugim in diferenciacije od drugega. To fazo Mead imenuje *pripravljalna faza*. V tej fazi je otrok motiviran z

osnovnimi biološkimi potrebami, vendar se že uči povezovanja specifičnega obnašanja s specifičnimi dogodki. Nadaljevanje prve faze je faza *individualne otroške igre*, ki pripelje individuuma do spoznavanja *posplošenega drugega*. V tej fazi se individuum prepozna skozi različne družbene vloge upoštevajoč pravila, ki uravnavajo vedenje v vlogah kot svoja lastna pravila. Gre za ponotranjenje in posploševanje pravil in družbenih norm. Otrok začne osvajati perspektive in stališča drugih. Tretja, zadnja raven razvoja subjekta po Meadu pa je *faza skupinskih otroških iger*. Na tej ravni se individuum opazuje s stališča človeka nasploh, saj sprejme kulturo svojega okolja za matriko svojih dejanj in lastnega razumevanja. Sedaj zna individuum izbirati vloge glede na splošna in abstraktna načela, saj se je na tej ravni naučil ravnanja po načelih in ne samo pravilih. Otrok začne upoštevati in spoštovati različnost v dojemanju in pogledih drugih (Ule 2000b: 475-477).

Poleg strukture socialne identitete skuša Mead razložiti tudi osebno identiteto ali osebni jaz (I). »Jaz« je specifična, neponovljiva individualnost individuuma, ki ne dovoljuje oziroma se izmika vsakršnemu poizkusu družbenega določanja ali kakršne koli družbene kontrole. Le ob uravnoteženem razmerju osebne in socialne identitete je individuum sposoben konstruktivnega samozavedanja in ohranjanja samospoštovanja. Tretji, ključni pojem Meadovega pojmovanja strukture identitete pa je reflektivna zavest, razum ali mišljenje, s pomočjo katerega je individuum sposoben notranjega refleksiranja lastnih dejanj, namer ter dejanj in namer drugih (Ule 2000a: 165).

V. Burr (1995: 109) se strinja z Meadom, ko pravi, da je na identiteto potrebno gledati kot na osebno identiteto in družbeno identiteto. Slednja po Burrovi izvira iz skupine in iz njenih članov, osebna identiteta pa je tisti del jaza, ki je enkraten za individuuma in je proizvod namernega delovanja. Razkorak med osebno in družbeno identiteto pa je vir mnogih napetosti, zlasti med občutkom posamičnosti in ločenosti od vseh drugih in pa pripadanju skupnosti, ki to individualnost utaplja v skupinskosti. Da individuum lahko normalno funkcionira v družbi, se mora zavedati, da je tako ne le z njim,

ampak tudi z vsemi ostalimi. Do vseh ostalih individuumov mora odmerjati lasten položaj. Drugi namreč reflektirajo njegov obstoj ter njegovo pojavnost.

2.2 Moralne kariere individuuma in identitetni projekti

Po E. Goffmanu (v Ule 2000b: 479) so moralne kariere individuuma poti za ustvarjanje, ohranjanje in rušenje osebnega ugleda in vrednosti individuuma, ki jih dopušča določena kultura. Moralna kariera ni tako zelo odvisna od zunanjih oblik potrjevanja, odobravanja in spoštovanja, ampak predvsem od samospoštovanja individuuma. Pomembno je predvsem, koliko in kako se ceni sam in ne toliko spoštovanje in odobravanje drugih. Razvoj individuumove moralne kariere poteka skozi prisvajanje in ponotranjenje skupka pravil, konvencij in stališč skupnosti.

Identitetni projekti - pojem je uvedel R. Harre - »so tiste delne identitete posameznika, v katerih postanejo posameznikova pričakovanja glede lastne prihodnosti sestavni del njegove življenjske biografije« (Ule 2000a: 217). Vsak identitetni projekt, tem projektom lahko rečemo tudi identiteto delo individuuma, ima svojo množico pravil in načel, ki se v vsak nadaljnji identitetni projekt delno prenašajo, delno pa si nasprotujejo. Individuum namreč lahko spremeni svoj identitetni projekt. Ko individuum opusti katero od svojih moralnih karier, ki sestavljajo identitete projekte, obenem spremeni svojo identiteto.

Identitetni projekti so družbeno konstruirani, so rezultat konvencij, dogovorov in medsebojnih ujemanj socialnih akterjev o tem, kaj v moralni karieri individuuma oziroma identitetnem projektu je uspeh in kaj neuspeh. Rdeča nit vsakega identitetnega projekta individuuma je vsekakor prizadevanje za uspeh lastnega projekta. Identiteta je torej rezultat zavestnega aktivnega delovanja individuuma v njegovih/njenih moralnih karierah ter težnja k uresničevanju njegovih/njenih identitetnih projektov (Greenwood: 1994).

3. IDENTITETA V POZNI MODERNI

3.1 *Postmoderna ali pozna moderna?*

»Romantični« individuum 19. stoletja je bil strasten, ustvarjalen, zelo moralen, zvest ter močno zavezan osebnim odnosom. Z razvojem se je pojavil »moderni« individuum, ki je bil v nasprotju z »romantikom« velik racionalist, njegove odločitve in delovanje so temeljile na razumu ter zavestnem premisleku. Zaupal je izobraževalnim institucijam, stabilnemu družinskemu življenju ter verjel v moralnost (Ule 2000a: 14).

Sodobno družbeno stanje, stanje 21. stoletja, pa nekateri avtorji imenujejo postmoderna, ali kot jo imenuje A. Giddens (1991) visoka oziroma pozna moderna. Mnogi kritiki in teoretiki postmoderne, vključno z Giddensom, menijo, da je predpona post zavajajoča, saj (v jezikovnem smislu) nakazuje na nekaj, kar pride za nečim, kar torej nadomesti prejšnje stanje. Tako raje uporabljajo pojem pozne moderne z utemeljitvijo, da gre bolj za nekakšno napredovanje značilnosti moderne in ne za njen nadomestek. Giddens sicer priznava nekatere karakteristike postmoderne, vendar pravi, da postmoderne kljub temu še nismo dosegli in da se moderna še razvija.

In katere so temeljne lastnosti, ki ločijo moderno od poznomoderne? U. Beck (2003) pravi, da je to nepreklicnost nastale globalnosti, ki se kaže v:

- vedno večji koncentraciji mednarodnega trgovanja in njena geografska razširjenost, rast moči multinacionalnih koncernov,
- kontinuirani informacijsko-komunikacijski revoluciji, kateri ni videti konca,
- načelu verbalne demokracije,
- tokovih podob globalnih kulturnih industrij,
- policentrični svetovni politiki,
- vprašanju in skrbi globalne revščine,

- globalnem uničevanju okolja in
- pojavu medkulturnih konfliktov na enem samem mestu.

Globalnost torej izključuje lokalno omejenost. Vse, kar se odslej dogaja na našem planetu, ima vpliv na celoten svet. V globalnem svetu moramo svoje življenje in delovanje, kot tudi vse organizacije in institucije, reorganizirati in jih orientirati glede na os »lokalno-globalno«. Položaj individuuma se v takšni stopnji globalnosti močno spremeni, saj njegov/njen življenjski prostor ni več lokalno omejen, ampak se razširi v brezmejni prostor oziroma prostor, kjer so meje zelo ohlapne. Globalizacija odpravi še zadnje ostanke stabilnosti, ki jih zagotavljajo lokalno okolje, skupnost in tradicija (Beck 2003: 27).

Globalizacija se pojavlja tudi na ravni vsakdanjega življenja in se kaže skozi naslednje značilnosti:

- menjave življenjskih prostorov zaradi fleksibilne zaposlitve, dela, turizma, spremembe življenjskega sloga itd.,
- brisanje psiholoških pregrad in mej med narodi, religijami, kulturami, barvami kože, celinami itd., integracija teh razlik v vsakdanjem življenju,
- mešanje več načinov življenj, perspektiv, slogov v eni biografiji,
- novo razumevanje mobilnosti; simbolna psihološka mobilnost v samem pojmovanju psihološkega življenja, ne zgolj zunanja mobilnost med različnimi prostori, družbenimi ravninami, državami (Ule 2000a: 53,54).

3.2 Poznomoderni individuuum in njegova/njena pluralna identiteta

Identiteta se v sodobni družbi rekonstruira in redefinira. Razlika med moderno družbo ter poznomoderno je predvsem v stopnji organizacije življenja in gotovosti, ki jo nudi ljudem. V moderni družbi je bil poudarek na ekonomski rasti, poklici so bili stabilni. Vsakdo je verjel in zaupal, da se bo zanj našlo

mesto v družbi. Družbena pravila so bila široko sprejeta, življenje pa je potekalo bolj ali manj na ustaljen način. V pozni moderni se vse opisano »obrne na glavo«. Vlada ekonomska negotovost, visoka nezaposlenost, osnovno občutje zaupanja zamenja občutek ambivalentnosti in negotovosti načrtovanja prihodnosti. V družbi ni splošno priznanih pravil in nihče nima zagotovljenega mesta v njej. Družba postaja vse bolj habitat socialnih mrež in vse manj globoka struktura, ki določa status, družbeno moč, socializacijske matrike, kulturo, ideologijo ... Družba se tribalizira, identiteta pa ne stremi k nobenemu končnemu dosežku, njena trajnost se izgubi. Identiteta v pozni moderni postane proces, individuuum nima več možnosti za dolgoročno strateško načrtovanje svojega življenja, niti za njegovo racionalno prilagajanje in osmišljanje (Ule 2000a: 242-243).

Za zahodne moderne družbe je bila značilna tržna delitev družbenega bogastva in revščine. Za poznomoderno družbo pa je značilna globalna delitev tveganj (ekonomske-političnih, ekoloških, socialnih in individualnih) brez družbeno nadzorovanega mehanizma te delitve.

3.3 Identitetna prezasičenost

Preživetje individuuma v poznomoderni družbi zahteva drugačno oblikovanje identitete kot v moderni družbi. Tehnološki razvoj in njegovi produkti, kot so televizija, DVD, splet, elektronska pošta, prenosni telefoni itd., so fenomeni, ki temeljito spremenijo razmišljanje in obnašanje poznomodernega individuuma in celotnega družbenega okolja. Tehnologije socialnega zasičenja, kot tehnološke fenomene poimenuje K. J. Gergen (v Ule 2000a: 250), so po njegovem mnenju glavni krivci za prezasičenost identitete. Izginjanje individualnega osrediščenega sebstva tako vodi v nenehno iskanje lastne identitete ter oblikovanje delnih identitet. Nove tehnologije nam omogočajo do sedaj neznane možnosti komunikacije in neprestano naraščanje različnih odnosov, v katere smo vpleteni. Omogočajo nam vpliv na daljavo. Komunikacija sedaj ni več omejena na lokalno skupnost. Čas in razdalja nista več »sovražnika« vzdrževanja odnosov in komunikacija iz oči v oči ni več edini

način vzdrževanja vezi med individuumi. Sodobne tehnologije omogočajo skoraj nevidno prelivanje videza v stvarnost in nasprotno. V takšnih razmerah postanejo običajni psihološki mehanizmi za pridobivanje samopodob prezasičeni in zmedeni. Vse preveč je možnosti za identifikacijo z drugimi individuumi oziroma za diferenciacijo od njih. Posameznikom in posameznicam je ponujeno nepregledno število možnosti in alternativ, ki se pojavljajo hitro in prav tako hitro izginjajo (Ule 2000b: 488).

Ko se posameznik/-ica premika skozi množstvo odnosov, dogodkov, situacij, se njegova/njena identiteta neprestano preoblikuje in preusmerja. Pospešeno upada pomen tradicionalnih označevalcev identitete, kot so racionalnost, intencionalnost, znanje o sebi in usklajenost. Socialno zasičenje povzroči izgubo varnega občutka sebstva, na identiteto se sedaj vežeta dvom in negotovost.

Zaradi obilice informacij, različnih možnosti, alternativnih izbir in socialne preobljudenosti, je socializacija postala vseživljenjski proces. Ko smo izpostavljeni množstvu informacij in odnosov, se nam povečujejo kapacitete znanja in tudi strategij. Ko se zasičenje nadaljuje, postajamo mešanica, pravi posnemovalni orkester. V spominu nosimo vzorce vedenja drugih oseb, ki jih v ustrezni situaciji lahko uporabimo, s tem pa vsak od nas postaja potencialni drugi. Mi nismo samo eden, mi postajamo pomnoženi drugi (Gergen v Ule 2000a: 252).

Ule (2000a: 254) ugotavlja, da tehnologije socialnega zasičenja oblikujejo individuum brez karakterja ter obenem poskrbijo za zmedenost in protislovnost. Intimnost in zaupanje počasi izginjata iz odnosov.

Vodilne identitete (kot so razredne, etične, rasne, nacionalne ...), ki so do sedaj predstavljale temelj za izgradnjo trdne identitete, izgubljajo na pomenu. Na njihovo mesto stopajo »lahke« identitete, ki so osnova za

oblikovanje bolj individualnih, bolj fleksibilnih identitet. Oblikovanje identitete je sedaj stvar individualnih izbir (Ule 2000a: 259).

Mediji in tržna sporočila nam ponujajo užitek v obliki takojšnjih (potrošniških) zadovoljitev, nenehno nam predlagajo identitetne spremembe, izbire in zamenjave. Izbiro življenjskega sloga sedaj narekuje družba. Izbiramo med možnostmi, ki so omejene in določene vnaprej, posredovane so nam skozi različne medije, idole in avtoritete. Le malokdo sam postavlja alternative. Naše življenje postaja projekt, ki nima identitetnega središča. Prav tako postaja projekten individuumov pogled na življenje (Ule 2000a: 276).

3.4 Identitetna brkljarija

Sestavljanje in razstavljanje različnih, vedno že ponujenih enot smisla v celoto R. Hitzler in A. Honer (v Ule 2000a: 283) imenujeta identitetna brkljarija. Nenehno črpanje in sestavljanje delcev je v osnovi zelo podobno sestavljanju kolaža (slikarski tehniki, pri kateri se podoba oblikuje z lepljenjem koščkov papirja, krpic, lesa). Omenjeno slikarsko tehniko avtorja uporabita kot metaforo za opis subjekta poznomoderne družbe. Individuum stalno preoblikuje svojo identitetno brkljarijo in vedno znova proizvaja nova življenjska navodila, ki pa se jih vedno drži samo začasno. Takšen individuum kar naprej prevzema nove socialne vloge, v vsaki od njih pa aktualizira del svoje osebne identitete.

Odgovore na eksistencialna vprašanja, kdo sem, kaj sem in kam grem, za katera A. Giddens (1991: 70) pravi, da se porajajo v mislih vseh, ki živijo v pozni moderni, nam ponuja umetno zgrajen svet podob, ki nam ga vsakodnevno, na vsakem koraku posredujejo množični mediji. Ta svet je poln različnih ponudb in vzorcev, ki si jih individuumi poljubno izbirajo in jih sestavljajo v neko začasno celoto, ki jim v dani situaciji najbolj ustreza.

To, kar R. Hitzler in A. Honer imenujeta zbrkljana identitetna, pa K. J. Gergen (1991: 150-153) imenuje »patistiche« osebnost. Gergen pravi, da se v prenasičenem svetu izoblikuje »kameleonska« osebnost, ki si iz mnogoterih virov, ki so na voljo, konstantno izposoja delčke identitete in jih sestavi na način, kot ji v dani situaciji najbolj ustreza. Družbena moč individuuma se povečuje, ko le-ta misli le na sedanjost, brez oziranja na preteklost, brez analize dosedanjih ravnanj in brez poizkusov iskanja svojega pravega jaza.

3.5 Sodobni reflektivni subjekt

V tradicionalni razredni družbi se individuumu ni bilo potrebno ukvarjati s postavljanjem sebe v središče lastnega načrtovanja in upravljanja življenja, danes pa je nujno, da si vsak individuum izbere skupino oziroma subkulturo, s katero se želi poistovetiti (Rose 1997: 144). Subjekt pozne moderne je vržen iz stabilnih družbenih in kulturnih okvirov svoje eksistence (Ule 2000a: 270). Z visoko moderno izginjajo do tedaj znane kategorije sebstva in identitete. Koncept sebstva postane tesno povezan z odnosnostjo.

W. Helsper (Helsper v Ule 2000a: 244-146) sodobnemu sebstvu pripiše štiri glavne značilnosti, in sicer: odprtost, diferenciranost, reflektivnost in individualizacija.

- Odprtost - sodobno sebstvo zaradi hitrih družbenih in kulturnih sprememb potrebuje vedno nove, subjektivne usmeritve. Ta odprtost daje prostor za nenehne spremembe in razvojne možnosti po eni strani, po drugi strani pa povzroča negotovost ter visoko potrebo po načrtovanju življenja.
- Diferenciranost - individuum ni več del homogenega družbenega sveta, ampak deluje v sestavljenem svetu, ki se deli na družbene in kulturne dejanskosti. Vsak podsistem ima posebne norme in pričakovanja, zahteva od individuuma posebno prilagajanje. Tako je individuum primoran v igranje različnih vlog v različnih fragmentiranih delcih

vsakdanjega življenja. V vsakem od delnih življenjskih segmentov pa je delni tujec. Nikjer povsem doma, vedno pripravljen na prilagajanje.

- Refleksivnost - Pluralizem življenjskih oblik, razlag sveta, kulturnih slogov, načinov vodenja življenja in vedno novih odločitev zahteva individuumovo zmožnost distanciranja do družbenega in lastnega sveta. V takšnih okoliščinah pa se mora subjekt vedno bolj zanesti sam nase, saj distanca do sebe in sveta prinaša tendenčno tujost družbene organizacije. Tudi ta subjektivna opora pa postaja vedno bolj krhka ravno zaradi družbeno vsiljenih izbir. Posledica teh nasprotij je občutek praznine.

Giddens (1991:32) pravi, da se refleksivnost moderne širi v samo jedro individuumovega sebstva. Sebstvo postane refleksivni projekt. Povečana refleksivnost pozne moderne po Giddensu izhaja iz »samonanašalnosti« oziroma notranje referencialnosti družbenih sistemov in procesov. »Notranja referencialnost« za Giddensa pomeni razmere, kjer se družbeni odnosi ali vidiki naravnega sveta refleksivno organizirajo na osnovi določenih notranjih meril. To pomeni, da ljudje, ki so vpleteni v takšna družbena razmerja, neprestano motrijo, reflektirajo sami sebe, svoje dejavnosti, znanje in izkušnje. Proces notranje referencialnosti znanja in moči pa je neposredno povezan z vse obsežnejšim obvladovanjem narave in globalizacijo družbene in ekonomske dejavnosti (Ule 2000a: 38).

- Individualizacija - kolektivna pravila, ki konstituirajo socialno sebstvo, predstavljajo formalne robne pogoje za množico individualiziranih oblikovanj sebstva, ki jih individuum poraja v soočenju z družbenim in subjektivnim svetom. Sebstvo nastopa kot referenčna točka teh selektivnih odločitev.

3.6 Individualizacija življenja

Beck (2001) pojem »individualizacija« uporabljaja za poimenovanje procesov prestrukturiranja in dinamiziranja življenjskih slogov v sodobni zahodni družbi.

V toku individualizacijskih procesov razredne razlike in družinske povezave, ki so bile v predmodernih družbah in družbi klasične modernosti v središču biografske zasnove življenja, stopijo v ozadje. Obenem pa jih nadomestijo nove odvisnosti. Beck (2001: 192) pravi, da se v razviti moderni individualizacija odvija v okvirnih pogojih procesa podružabljanja, zaradi katerih ravno individualna osamosvojitve postaja vedno bolj nemogoča. Individuum sicer ne omejujejo več tradicionalne vezi, le-te sedaj zamenja za prisile trga dela in potrošne eksistence ter standardizacije in kontrolo, ki so vsebovane v njih.

Proces individualizacije (glej Beck 2001: 188) zajema tri dimenzije:

- Dimenzijo osvobajanja: osvobajanje individuumov iz zgodovinsko vnaprej danih družbenih oblik in vezi v smislu tradicionalnih oblik gospodovanja in oskrbovanja.
- Dimenzijo odčaranja: izguba tradicionalne varnosti glede na praktično vednost, vero in vodilne družbene norme.
- Dimenzijo nadzorovanja oziroma reintegracije: pojav novega načina vključevanja v družbo, novega načina medosebnih odnosov.

Individuumov način življenja, mišljenja, identitetnih in subjektivnih struktur se zelo spremeni. Medosebni odnosi in družbena razmerja se transformirajo. Pride do preobrata od dominacije vnaprej določenih razrednih, slojnih, spolnih kulturnih identitet k vedno bolj pluralnim, individualno določenim, začasnim in odnosno zastavljenim življenjskim slogom (Ule 2000a: 51).

Proces individualnega sprejemanja odločitev in lastne odgovornosti je sedaj neizogiben. Individuum ima priložnost, da odloča sam o sebi (o svoji izobrazbi, poklicu, načinu in kraju bivanja, družini ...). V primeru, da individuum ni sposoben takšnega odločanja, zapade v novo odvisnost. Pasivnost vodi v odvisnost od trendov, od zunanjih zapovedi o načinu življenja. Individualizacija ni dana kot možnost, ki si jo individuum lahko izbere ali ne, temveč kot nujnost. Terjajo jo hitre spremembe v odraščanju, spremembe v življenjskem poteku, v življenjskih slogih, odnosih, fleksibilen trg delovne sile, neprestane spremembe potreb itd. Uspel pa bo samo tisti, ki bo v tem procesu našel možnosti za kreativno oblikovanje svojega življenja.

4. TELO KOT IZHODIŠČE IDENTITETE

Telo je najzaznavnejši, najočitnejši, najvidnejši in najrazpoznavnejši znak osebnostne (individualne) identitete vsakega individuuma. Telesna identiteta je tudi predpogoj za razvoj kakršne koli druge identitete. Telo človeka bistveno določa. Individuum se dojema glede na doživljanje in dojemanje lastnega telesa in telo je največkrat tisti element, na podlagi katerega se ustvarja temeljni vtis o individuumu. Identiteto drugega nemalokrat pripisujemo glede na individuumove fizične značilnosti (Južnič 1993: 21).

Telo ni zgolj biološki objekt, ampak fenomen, ki je lahko podvržen številnim spremembam in prilagajanjem. M. Douglas (v Kuhar 2004: 9) pravi, da je telo močna simbolna oblika, objekt, na katerega se vpisujejo prevladujoča kulturna pravila in hierarhije. Telesa ne moremo misliti zunaj socialnih, kulturnih, zgodovinskih in političnih kontekstov, saj vsako zgodovinsko obdobje in vsaka kultura konstruirata telo na svoj način. Individuum svoje telo vseskozi primerja s trenutnimi vzori, ki jih veleva družbeno in kulturno stanje, v katerem biva.

Telo je stičišče družbenega in individualnega. Individualno telo je sicer kot takšno popolnoma neodvisno od kakršnih koli zapovedi in zahtev, je naravno in odvisno od biološke komponente - genotipa. V interakciji z okoljem, tako naravnim kot družbenim, pa se biološka predpostavka oziroma genotip realizira v fenotipu. Ni genotipa, ki bi bil imun na vplive iz okolja in na katerega družba in kultura ne bi imeli nikakršnega vpliva (Južnič 1993: 25).

Danes telesa ne sprejemamo kot naravno danega, saj smo prepričani, da je telo objekt našega nadzora. Podvrženo je neskončnim manipulacijam, prilagajanjem in spreminjanjem. Družba nam postavlja vzore in nas neprestano bombardira z idealnimi telesmi, katera postanejo vzor vsakega individuuma. »Napetost med realnim in idealnim telesom, torej med telesom, ki ga človek dejansko ima, in tistim telesom, ki ga želi imeti, je vir izjemne dramatike v človekovi identiteti« (Južnič 1993: 42). S. Južnič pravi tudi, da

individuum za uskladitev svoje telesne identitete s telesno normalnostjo, ki jo določa družba in kultura, skuša predvsem skriti oziroma prikriti telesne hibe ter izpostaviti in pokazati telesne lastnosti, ki so vsesplošno priznane kot odličnost.

V zahodnih potrošniških družbah nam ideale postavljajo množični mediji in oglaševalska industrija. Idealizirano telo še nikoli ni bilo tako prisotno v vsakdanjem življenju, kot je danes, ravno zaradi ogromne izpostavljenosti medijskim vsebinam in oglasom. Konflikti ter ukvarjanje z lasnim telesom, pa tudi pojav velikega nezadovoljstva z njim, se začnejo drastično večati v 20. stoletju in seveda sovpadajo z razvojem množičnih medijev in potrošniške družbe.

M. Featherstone (1991) pravi, da se je v moderni dobi pojavil narcističen individuum, za katerega sta značilna pretirana samozavest ter nenehno nezadovoljstvo z lastnim zdravjem in videzom. Takšnega individuuma Featherstone imenuje »performing self« oziroma »nastopajoče sebstvo«. Zanj so pomembni predvsem videz, nastop (performance) ter to, da pri ljudeh, s katerimi se srečuje, pusti najboljši možni prvi vtis. Ta individuum pa je za to, da bi ugajal drugim, neprestano prisiljen skrbeti za pravi videz in ustrezen nastop. Ujet je v neprestano preverjanje lastnega videza in primerjanje z idealiziranimi podobami teles.

V poznomoderni družbi je identiteta utelešena v zunanjih predstavah. Telo, ki je vidno, simbolizira lastnikov status in njegovo vrednost. Telo je sredstvo užitka in obenem vir velike obremenjenosti individuuma. Telo je postalo tržno blago z menjalno vrednostjo (Kuhar 2004: 62).

»Sociologi pojmujejo telo kot primarno in najrazvidnejšo individuumovo identiteto oziroma kot izhodišče identitete. Telo se spremeni v projekt, preko katerega se ohranja in oblikuje občutek sebstva« (Kuhar 2004: 59).

4.1 Razumevanje spola

Spol je na prvi pogled preprost, jasen pojem, ki pa odpira številne razprave in spodbuja različne zorne kote razumevanja samega pojma. Spol je kot biološka kategorija stalna in (naravno) nespremenljiva lastnost vsakega individuuma. Spol je biološko dejstvo, vendar ne samo to.

Kot izhodišče pojasnjevanja analize spola mnogi uporabljajo razliko med biološkim spolom (sex) ter družbenim spolom (gender). Prvi, ki je začel s tem ločevanjem, je bil ameriški psihoanalitik R. Stoller (Haralambos in Holborn 1999: 589). Biološki spol pomeni biološke karakteristike, fizične značilnosti, vezane predvsem na reproduktivne organe. Ko govorimo o družbenem spolu, pa mislimo na psihološke ter emocionalne značilnosti individuuma, na njegove vrednote, vedenje, prepričanja, izbire in spolno usmerjenost. Mnogi menijo, da so biološke razlike odgovorne za razlike v vedenju moških in žensk ter za vloge, ki jih ti igrajo. Biološki spol bi naj predstavljal osnovo za družbeni spol. Medtem ko je prvi prirojen, naravno dan, je družbeni spol priučen. Oblikuje se pod vplivom kulturnih in zgodovinskih odnosov, ki obstajajo v posamezni družbi. Stoller (v Haralambos in Holborn 1999: 589) pa se s tem ne strinja v celoti, saj pravi, da je »družbeni spol termin, ki ima psihološke in kulturne konotacije, če sta prava izraza za biološki spol (sex) »moški« in »ženska«, sta ustrezna termina za družbeni spol »moškost« in »ženskost«; zadnja dva sta lahko precej neodvisna od (biološkega) spola«.

Ko skušamo razumeti spolna razmerja, se kmalu soočimo s problemom razumevanja odnosa med konceptom biološkega in družbenega spola. Konstruiran namreč ni samo družbeni spol, pač pa tudi biološki (kljub temu, da zanj velja, kot smo že omenili, da je naraven), saj spolna identiteta ni odraz naravnega stanja biti, ampak je stvar reprezentacije. Spoznanje biološke »resnice«, ki bi bila onkraj družbenih diskurzov, ni mogoče in prav tako ni biološkega spola, ki ne bi bil družben. Torej radikalno razlikovanje med družbenim in biološkim spolom ni mogoče (Švab v Debeljak in drugi 2002: 204).

Biti ženska oziroma biti moški v posamezni družbi je odvisno od individuumove vključenosti v družbeno življenje. Družba, v kateri živimo, nas uvaja v igranje moških in ženskih družbenih vlog in primernih odnosov med spoloma. Družba nas nauči, kako »biti moški« oziroma kako »biti ženska«. Že ob rojstvu nam vsiljuje, katero vlogo naj bi igrali skozi vse življenje (in to vlogo običajno tudi sprejmemo). Individuum, ki je vpet v to kulturno konstrukcijo spolnega vedenja, se mora obnašati in kako moramo razmišljati v skladu s sprejetimi družbenimi konvencijami, obnašanje in razmišljanje mora biti »primerno« glede na individuumov spol, v nasprotnem primeru sledijo sankcije (Južnič 1993: 52).

Tudi A. Oakley (v Haralambos in Holborn 1999: 597) pojasnjuje, da so vloge spolov kulturno ustvarjene. Trdi, da različne družbe kažejo, da ni nobenih opravil (razen rojevanja otrok), ki bi jih opravljale izključno ženske ter da biološke značilnosti ne omejujejo žensk pri opravljanju določenih poklicev oziroma opravil. Oakleyeva izpostavi štiri načine, na katere poteka socializacija v spolne vloge:

1. Na otrokov samokoncept vpliva manipulacija. S tem misli na dejstvo, da mati pri otroku ženskega spola namenja več pozornosti dekličinim lasem in oblačenju v »ženska« oblačila.
2. Do razlik pride z usmerjanjem fantov in deklet k različnim predmetom. Biološki spol otroka pogojuje izbiro igrač, ki jih dobiva otrok. Deklicam dajejo punčke, miniaturne gospodinjske predmete, medtem ko se fantje igrajo s kockami, puškami in avtomobili.
3. Uporaba verbalnega apeliranja (»Ti si poreden fant« ali »Ti si pridna deklica«), ki vodi majhne otroke do tega, da se identificirajo s svojim spolom in posnemajo odrasle istega spola.
4. Izpostavljenost različnim aktivnostim, na primer deklice še zlasti spodbujajo, da se ukvarjajo z gospodinjskimi aktivnostmi. Tudi mediji praviloma prikazujejo moške in ženske v njihovih tradicionalnih stereotipnih družbenih vlogah.

Vpliv pripisanega statusa je zelo velik, še zlasti v povezavi s stereotipi (negativne, diskriminatorne predpostavke in mnenja), ki predstavljajo selektivni dejavnik pridobljenih statusov.

Moškost in ženskost sta stereotipa, ki se ju naučimo skozi socializacijo (Švab 2002: 202). Na tem mestu pa se postavi vprašanje, kako so ti stereotipi nastali in se utrdili. Korenine lahko najdemo v delitvi dela in različnosti moških in ženskih opravil. Trajne posledice je vsekakor imela struktura družine in vrsta zakonske zveze. W. N. Stephens (1963 v Južnič 1993: 52) je v svojih proučevanjih o »moči v domu« ugotovil, da so žene možem podložne v sedemindvajsetih družbah od enainštiridesetih, ki jih je vključil v svoj vzorec. Le v treh družbah je ugotovil žensko dominantnost, v enajstih družbah pa se zdita spola enaka po veljavi, imata pa različno veljavo glede na ločene sfere dejavnosti. Po neki drugi raziskavi pa je razmerje med patrilinearno in matrilinearno organizacijo v družbah 4:1 (Južnič 1993: 52).

Družbeni spol oziroma »ženskost« in »moškost« nista univerzalni in nespremenljivi kategoriji, temveč predstavljajo diskurzivne konstrukcije, ki se razlikujejo glede na prostor in čas. Tudi znotraj posamezne družbe najdemo različne konstrukcije moškosti in ženskosti (Švab 2002: 202).

4.2 Spolna identiteta

Spolna identiteta je najpomembnejši del telesne identitete vsakega individuuma. Človek je ženskega, moškega ali tretjega spola. Telo je v večini primerov razviden pokazatelj tega dejstva. Človek naj bi sprejel spol, ki mu ga določajo naključnost spočetja, hormoni in socializacija. Zavedati pa se je potrebno, da spolna identiteta ni vselej dokončna v smislu popolne in izključujoče ženskosti in moškosti. Kot za »občo« identiteto, tudi za spolno identiteto velja, da je to življenjski proces prepoznavanja in samoopredeljevanja. Pri tem imajo vlogo tako odraščanje, spolno dozorevanje in ugašanje sposobnosti za prokreacijo, kot tudi družbeni pritiski in kulturno

ustaljeni vzorci ženskosti in moškosti, ki jih mora individuum upoštevati (Južnič 1993: 47).

Fizična podoba spola, ki jo najprej označijo spolni organi in pozneje, med odraščanjem, še sekundarni spolni znaki (boki, prsi, poraščenost ...), ni nujno vselej dokončna spolna identiteta. Fizična znamenja potrebujejo še »možganski spol«, kot Južnič imenuje doživljanje in sprejemanje spola. Psihološki oziroma vedenjski spol je lahko diametralen fizičnemu spolu.

Večini se zdi samoumevno, da se odločitev o spolu nekoga ujema z biološkimi »dejstvi«, ki so jim priča. J. Kessler in W. McKenna (v Haralambos in Holborn 1999: 598) pa se ne strinjata, da obstaja jasn način razlikovanja med moškimi in ženskami ter pravita, da ima vsako pravilo, ki naj bi ločilo med spoloma, svoje izjeme. Svojo trditev argumentirata z dejstvom, da je tako v moških kot v ženskah navzoča vrsta hormonov. Nekatere ženske imajo visoko stopnjo androgena, medtem ko ga imajo nekateri moški precej nižjo stopnjo. Nekateri posamezniki imajo moške kromosome (XY), a so neobčutljivi na učinke androgena in se tako fizično zdijo ženske. Redki pa so tisti, ki nimajo niti moških kromosomov (XY) niti ženskih kromosomov (XX), temveč en sam kromosom X. Kessler in McKenna tako opažata, da kljub vsem anomalijam tako javnost kot tudi znanstveniki obravnavajo moške in ženske kot nasprotje in ne priznavajo »vmesnega stanja«. Pri večini ljudi kromosomi, genitalije in spol, ki so jim dodeljeni, sovpadajo. Vendar pa izjeme, ki sta jih preučevali Kesslerjeva in McKenna, kažejo, da lahko celo najbolj osnovno delitev, med moškimi in ženskami, obravnavamo kot družbeno konstruirano. S tem se strinja tudi francoska teoretičarka in filozofinja Simone de Beauvoir (1949), ko pravi, da se ženska ne rodi kot ženska, temveč ženska to postane.

Otrok se svojega družbenega spola začne zavedati v zelo zgodnjih letih. Proti koncu drugega leta starosti nastopi utrjevanje spolne identitete, ki je seveda v močni povezanosti s socializacijo individuuma. Ko je naša spolna identiteta oblikovana, jo je težko spremeniti. Spolno identiteto vzdržujejo in

»promovirajo« družbeno-kulturne institucije, kot so družina, jezik, šolski sistem in mediji (Katz v Kacen 2000: 346).

Otroci so že ob rojstvu popolnoma odprti za zahteve in vplive okolja. Družba na individuum izvaja pritisk, da se prilagodijo obstoječim družbenim vzorcem, saj so določeni vzorci obnašanja družbeno nagrajeni, drugim vzorcem pa sledijo sankcije.

Otroci se odzovejo sistemu nagrajevanja in kaznovanja ter sledijo vzorcem, ki jim prinašajo odobravanje in družbeno sprejemanje. Ta proces ni nujno zavesten, otrok kulturne vrednote s časom prevzame za svoje lastne. Spolu primerno obnašanje lahko pojasnimo z učenjem preko opazovanja in neposredne okrepitve. Po tem modelu je družbeni spol kulturni artefakt, ki se ga skupaj z drugim družbeno sprejemljivim obnašanjem naučimo v procesu odraščanja. Iz tega sledi, da bi se, če bi imeli priložnost ponovnega socialnega učenja v drugačnem družbenem in kulturnem kontekstu, lahko naučili povsem drugačne in obstoječemu obnašanju celo nasprotne kulturne pomene spola (Štular 1996: 28).

Oblačenje in moda sta kot družbena fenomena v svojem sporočilnem pomenu vezana tudi na spolni dimorfizem, s katerim se individuum v družbi opredeli kot pripadnik enega ali drugega spola (oziroma tretjega spola ali drugih, alternativnih spolnih identitet). Vsak spol ima obleke, ki služijo kot zunanje znamenje razlike. Obleka je ključni člen v konstrukciji spolne identitete in je svojevrsten znak pripadnosti določenemu spolu.

4.3 »Lepši spol«

Ko se v sodobni zahodni kulturi rodi deklica, okolica v njej začne iskati lepoto. Dojenčki moškega spola so v prvih mesecih svojega življenja označeni kot močni, pogumni, krepki ipd., medtem ko so dojenčki ženskega spola označeni kot lepi, ljubki, mili ipd. Od trenutka rojstva ljudje lepoto pri deklicah iščejo, zaznavajo in jo nanje nehote projicirajo. Zunanji videz se skozi vse življenje

bolj poudarja in ocenjuje pri ženskah kot pri moških. Ženska lepota je pričakovana, iskana in nagrajevana v številnih situacijah. Sodobna zahodna kultura ženske od malega uči, da gledajo na svoje telo kot na objekt. Spodbuja, da ga postavijo drugim (zlasti moškim) na ogled in na oceno. Lepota tako postane ključnega pomena za žensko identiteto in že v rani mladosti začne delovati kot moralni imperativ (Kuhar 2004: 48-49).

O usodnem sovpadanju ženske in lepote nam govori že sama besedna zveza »lepši spol«. Deklice se kmalu začno zavedati, da so postavljene na ogled in na ocenjevanje in da lahko s svojim videzom marsikaj dosežejo. Naučijo se, da je skrivnost uspeha, tako doma kot v družbi, v fizičnem videzu ter da lepo telo lahko zviša ekonomsko in družbeno vrednost ženske. Ženske, ki se ne zanimajo za svoj videz, za modo ipd., so kaj hitro označene kot možače. »To, da nisi dovolj ženstvena, priča o neuspešni seksualni identiteti, ali kaže, da se ne znaš urediti, kajti zanemarjena ženska je ocenjena kot aseksualna in preprosto kot nepriljubljena. Tako ocenjujejo tudi samo sebe.« (Brownmiller v Kuhar 2004: 50).

Oblačenje in moda sta primarni sredstvi olepševanja telesa. Za ženske ima moda dve funkciji. Ena je razkazovanje družbenega statusa (premoženja in okolja, ki mu pripada), ob tem pa je obleka za žensko tudi sredstvo samovšečnosti in samoobčudovanja - ženska preko oblačil, ki jih nosi, izraža svojo individualnost. Skrb za svojo urejenost in lepoto ji omogoča vzdrževanje lastne identitete. Ženske so predmet nenehnega opazovanja in kot takšne v nenehni dilemi med svojo realno podobo ter podobo, po kateri hrepenijo. Ženske se tudi same v večini dojemajo kot estetski objekt, njihova spolna identiteta pa se konstruira, signalizira in obnavlja s sredstvi, kot sta moda in oblačenje (Bourdieu 2001: 66).

5. OBLAČILA IN OBLAČENJE

5.1 Zgodovina oblačenja

Zahodna družba v 21. stoletju razume oblačenje kot nekaj samoumevnega. Kot nekaj, kar je distinktivna značilnost, ki loči ljudi od drugih vrst. Kot nekaj, kar nam je vsem na razpolago in danes lahko kupimo že v trgovinah, kjer so do nedavnega prodajali samo izdelke hitre potrošnje.

Študije primitivnih ljudstev si še danes niso enotne, ali dejansko obstoja tako imenovano »golo ljudstvo«, ljudstvo, ki ne bi poznalo nikakršnih oblačil in svojih teles ne bi prekrivalo. Kar se zdi verjetno, je dejstvo, da vsi ljudje na takšen ali drugačen način spreminjajo svoj izgled. Pokrivanje/zakrivanje telesa je le eden od mnogih načinov. Nagnjenost k spreminjanju telesa in oblačenju pa ni stvar trenutnega navdiha vsakega individuuma oziroma rezultat nekega naključja. Ljudje so ustvarili natančne in jasne vzorce svojega izgleda in oblačil. Naučili so se oblikovati in spreminjati svoj izgled in ga narediti drugim sprejemljivega in všečnega (Rouse 1989: 1).

5.2 Zakaj ljudje nosimo oblačila?

Večina ljudi bi na zgornje vprašanje odgovorila s trditvijo, da to počnemo zato, da nas ne zebe. Tudi Južnič (1987: 173) trdi, da se najbolj sprejemljiva teorija o nastanku obleke zdi tista, ki izhaja iz domneve, da se je človek začel oblačiti, ker je tako zaščitil svoje telo pred vremenskimi in temperaturnimi nihanji, še zlasti v tistih predelih, kjer je bilo podnebje hladnejše. Oblačenje naj bi tako imelo funkcijo zaščite. Tudi glede na Darwinovo evolucijsko teorijo so se naši predniki pokrivali s kožo ubite živali, da bi se zavarovali pred strašnim ledenim neurjem (Sam 2000: 19). Na tem mestu pa se pojavi vprašanje, kakšen je motiv za oblačenje pri ljudstvih, živečih v vročem tropskem podnebju? Človek se oblači tudi tedaj, ko mu golota ne bi povzročala nobenih težav, ko bi mu bilo brez obleke prijetneje. Ljudje so se

in se še danes oblačijo zaradi različnih razlogov, vendar pa so nekateri vsem skupni in univerzalni. Funkcije, ki jih ljudje najpogosteje pripisujejo oblačenju, so zaščita, spodobnost in zakrivanje, privlačnost ter komunikacija.

5.2.1 Zaščita

Ljudje smo tako kot vsi sesalci toplokrvni in naše telo je razvilo fiziološke mehanizme za reguliranje telesne temperature, kot sta potenje in drgetanje. Kljub temu pa smo edini sesalci, ki nosimo oblačila. Funkcionalistični antropolog B. Malinowski (v Rouse 1989: 2) trdi, da so ljudje izumili obleko zaradi fizične potrebe po zavetju in zaščiti. Vendar, zakaj se je ta potreba razvila samo pri ljudeh in ne tudi pri ostalih sesalcih? E. Rouse (1989: 2) na to vprašanje odgovarja, da glede na dejstvo, da smo se ljudje razvili iz tropskih živali, se naše telo ob selitvi v hladnejše, arktične kraje ni bilo sposobno tako hitro prilagoditi vremenskim spremembam. To pojasnjuje, da smo med drugim začeli iskati pripomočke, ki bi ohranili našo telesno temperaturo in nas zaščitili. Obleka, ki jo nosijo Eskimi, je odličen primer za ponazoritev zgornje trditve (glej Sliko 5.1). Tesno prilegajoča obleka, ki jo sestavljata dve plasti živalskih kož, zelo učinkovito greje in ohranja toploto tik ob telesu. Kljub temu pa poznamo ljudstva, kot so avstralski Aborigini (glej Sliko 5.2), ki živijo v podnebnih razmerah, kjer temperatura niha v ekstreme, od -5 do +47 °C, pa ne glede na to nosijo samo nekakšen kratek predpasnik ter spijo zunaj, zbrani okoli ognja.

Slika 5.1: Eskimi in njihova topla oblačila.



Vir: http://www.ipak.si/info.asp?mtok=<MTok><MediaID+Scope="Public"+Type="String"+Value="14317262"/><Source+Scope="Public"+Type="String"+Value="Corbis"/><Version+Scope="Public"+Type="String"+Value="1.0"/><CollectionKey+Scope="Public"+Type="String"+Value="K14317262_Corbis"/></MTok>&s=inuit+couple&tl=1&rf=1&mr=0&loc=&pht=&max=1000&p=1

Slika 5.2: Avstralski Aborigini in njihova oblačila.



Vir: http://www.ipak.si/image_detail.asp?pro=al&id={3DDAFF47-CB60-4B32-9533-934E581382CE}&ar=AYE2XE

»Modernejšo« različico tovrstnega obnašanja lahko zasledimo tudi v razvitem, zahodnem svetu. Dekleta nemalokrat, ne glede na to, ali je zunaj temperatura pod ničlo, nosijo mini krilca, ki prav gotovo nimajo funkcije zaščite pred mrazom. Dejstvo je torej, da oblačila nimajo samo zaščitne funkcije in nemalokrat druga funkcija nadvlada potrebo po zaščiti in toploti. Ljudje redno nosijo oblačila, ki niso prav nič udobna in niti ne ustrezajo vremenskim okoliščinam. Povezava med oblačili in zaščito pred neusmiljenim podnebjem ni naravna, ugotavlja tudi M. Barnard (2005: 69), ter dodaja, da odziv na potrebo po zaščiti pred vremenskimi nepravilnostmi ne variira le med različnimi družbami, ampak tudi znotraj iste družbe.

5.2.2 Spodobnost in zakrivanje

Da nosimo oblačila zaradi spodobnosti, izhaja iz splošnega prepričanja, da so nekateri deli telesa nespodobni oziroma sram zbujujoči in jih je treba skriti

pred pogledi drugih. Izvor teh prepričanj lahko poiščemo v stališčih judovsko-krščanske tradicije. J. C. Flügel trdi, da je sramežljivost narasla po zlomu grško-rimske civilizacije, porast pa je bila posledica vpliva krščanstva, ki močno poudarja dušo kot nasprotje telesa. Kakor poudari Flügel, krščanstvo uči, da sta skrb za telo in telesno razkošje »škodljiva za odrešitev duše«, eden najboljših načinov, kako odvrniti pozornost od telesa, pa je tako, da ga skriješ (Flügel v Barnard 2005: 70).

Rouse pravi, da se je sramežljivost začela z izvirnim grehom Adama in Eve. Pred zaužitjem prepovedanega sadeža sta bila Adam in Eva gola in se tega nista niti zavedala. Šele takrat, ko sta zaužila prepovedano jabolko, sta spoznala svojo različnost ter goloto in iz sramu svoji telesi pokrila s figovimi listi. Ta alegorija je bila dolgo sprejeta kot nedvomljivo dejstvo in je imela na naš odnos do teles ter do golote usoden pečat (Rouse 1989: 8). Po zaslugi tega prepričanja so mnogi zahodni Evropejci in misijonarji novoodkrite civilizacije in kulture presojali po tem, ali so njihovi pripadniki nosili obleko, in če so jo, v kolikšni meri se je približala evropskim standardom.

Sramežljivosti pa se ne znebimo samo s prekrivanjem »kočljivih« delov telesa. Četudi smo oblečeni samo v spodnje perilo ter smo tako teoretično spodobni, se bomo kljub temu počutili nespodobno. To pa zato, ker »sta spodobnost in sram relativna« (Rouse 1989: 8). Tudi Brownova trdi, da med obleko in sramežljivostjo ni nikakršne bistvene povezave, kajti vsaka družba po svoje pojmuje spodobno obleko in obnašanje (Brown v Barnard 2005: 71).

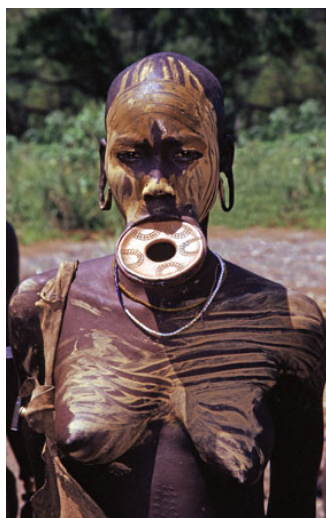
Naš čut za spodobnost ne izvira iz sramu zaradi določenih delov telesa, ampak iz izgube tega, kar smo vajeni nositi oziroma menimo, da je primerno nositi v določeni situaciji. Muslimanke bi se počutile zelo nespodobno brez naglavne rute ter popolnoma zakritega telesa (glej Sliko 5.3). Pripadnice brazilskega indijanskega ljudstva Suyu ter nekaterih drugih afriških plemen pa se počutijo popolnoma spodobne, čeprav gole, dokler imajo v spodnji ustnici vstavljen obroč (glej Sliko 5.4).

Slika 5.3: Muslimanka z oblačilom, ki ji v celoti zakriva telo.



Vir: http://www.ipak.si/image_detail.asp?pro=ff&id=7FAEC36192EBAEBA

Slika 5.4: Pripadnica plemena Mursi v Etiopiji.



Vir: http://www.ipak.si/image_detail.asp?pro=al&id={072E7813-9416-4E0E-BD16-73B69530AE67}&ar=ABBYM4

Južnič (1987: 175) pravi, da »oblačenje nima nič opraviti s kakršno koli človekovo naravno čednostjo, marveč, da čednost, ki se kaže v oblačilnih navadah, ni drugega kot družbeno in kulturno uveljavljen občutek, ki deluje kot nelagodnost, če se ne ravnamo po družbenih normah«. Potreba po pokrivanju določenih delov telesa ni prirojena, ampak je naučena. Otrok se

skozi proces socializacije nauči, katere dela telesa je v njegovi kulturi potrebno pokriti z obleko.

5.2.3 Privlačnost in nespodobnost

Teorija o privlačnosti in nespodobnosti je ravno nasprotna teoriji o spodobnosti in zakrivanju. Po tej teoriji se namreč obleka uporablja za zapeljevanje nasprotnega spola. Obleka ne odvrta pozornosti od telesa, temveč nasprotno, obleka služi razkrivanju in razkazovanju telesa z željo po ugajanju in občudovanju (Rouse 1989: 11).

Motivacija za nošenje oblačil je po tej teoriji nespodobnost in ekshibicionizem. B. Rudolfsky (v Rouse 1989: 11) trdi, da »človekova in živalska obleka zvečine služi istemu namenu - spolni selekciji«. Glede na to trditev je torej obleka ključni element spolnega zanimanja (glej Sliki 5.5 in 5.6). Vloga ženske je, da privlači moškega ter ga s svojo privlačnostjo, katere ključ so oblačila, ki jih nosi, zapelje. Namen ženskih oblačil je torej, da naredijo žensko privlačnejšo, kajti moški naj bi izbiral svojo sopotnico na podlagi njene privlačnosti. Namen moških oblačil na drugi strani pa je razkazovanje in signaliziranje socialnega statusa (Laver v Rouse 1989: 12). Vseeno pa navedeni argumenti ne morajo veljati za univerzalne, saj ne opisujejo obnašanja ljudi v vseh obdobjih in vseh družbah. Med drugim tudi zahodna kultura pozna različna obdobja, v katerih so bili moški tisti, ki so nosili okrasna oblačila, se lepoticili itd. O oblačilih žensk iz islamskih družb nikakor ne moremo govoriti, kot o nečem, kar naj bi privlačilo poglede nasprotnega spola in vzbujalo pozornost. Pravzaprav je njihov namen ravno nasproten. Oblačila ne morejo biti omejena na nekakšno »vabo za lovljenje partnerja« (Rouse 1989: 12-15).

Sliki 5.5 in 5.6: Primerjava; oblačila, kot »vaba za lovljenje partnerja« ter oblačila, ki ne zapeljujejo.



Vir: http://www.ipak.si/info.asp?mtok=<MTok><MediaID+Scope="Public"+Type="String"+Value="14831900"/><Source+Scope="Public"+Type="String"+Value="Corbis"/><Version+Scope="Public"+Type="String"+Value="1.0"/><CollectionKey+Scope="Public"+Type="String"+Value="K14831900_Corbis"/></MTok>&s=woman+sxy+dress&tl=1&rf=1&mr=0&loc=&pht=&max=1000&p=2

5.2.4 Komunikacija

Ena od primarnih značilnosti oblačenja je, da določene skupine ljudi nosijo določena oblačila. Oblačenje ni naključna izbira vsakega individuuma, ampak družbeni dogovor. Dogovor o tem, kaj se v neki družbi nosi, avtomatično predstavlja družbeno vez med člani skupnosti in ob tem utrjuje ostale socialne vezi. M. E. Roach in J. B. Eicher (v Barnard 2005: 78) pravita, da moda in oblačenje simbolno povezujeta skupnost. Domnevata, da je družbeno soglasje o tem, v kaj se bodo ljudje oblačili, samo na sebi družbena vez, ki nato naprej krepi druge družbene vezi. »Združevalna funkcija mode in oblačenja služi za sporočanje o članstvu v neki kulturni skupini tako tistim, ki so njeni člani, kot tistim, ki to niso« (Barnard 2005:78).

Obleke pa niso nekaj, kar bi »viselo na nas« in dobesedno prišepetavalo naši okolici »danes nisem dobre volje« ali »odpravljam se na pomemben sestanek«. Povsem očitno je, da je oblačenje oblika neverbalne komunikacije.

Vendar, ali lahko vseeno oblačenje obravnavamo na isti način, kot govorjenje in pisan jezik? A. Lurie (v Rouse 1989: 20) verjame v obstoj te neposredne analogije, saj pravi, da obstaja veliko različnih jezikov, ki jih oblačila govorijo in da ima prav vsak od njih sebi lastno slovnico. To jo pripelje do trditve, da bogati ljudje, ki imajo več oblačil, sporočajo več kot revni, ki nimajo toliko oblek, kajti po Luriejevi vsaka obleka pomeni eno besedo. Luriejin mehanicistični pogled na jezik in pomen ter posledično mehanicistično pojmovanje oblačenja govori o tem, da naj bi pomeni oblačil obstajali že prej, kakor naša izbira in povezovanje teh oblačil v opravo ali garnituro oblek. Avtorica se popolnoma oddalji od tega, da obleke same po sebi ne pomenijo ničesar in da ima lahko nek kos obleke takšen ali drugačen pomen samo v odnosu do vseh ostalih, različnih oblačil (Barnard 2005: 38-39).

Če želimo oblačenje razumeti kot komunikacijo, je potrebno razumevanje opredelitve komunikacije. J. Fiske (v Barnard 2005: 39) poudarja, da obstajata dve glavni šoli v proučevanju komunikacije, vsaka od njiju pa splošno opredelitev komunikacije (kot družbene interakcije preko sporočil) razumeta na svoj način. Prvo od teh šol bi lahko poimenovali »procesno«, saj komunikacijo razume kot proces, v katerem oseba drugim ali drugemu preko medija nekaj sporoča, kar pa ima na druge ali drugega določen učinek. Oblačilo je v tem primeru torej sredstvo (medij), s katerim ena oseba pošlje sporočilo drugi. Po tem modelu torej nekdo z oblačili, ki jih nosi, pošilja sporočila o nas samih, drugim ljudem. Vendar pa se pri tem modelu pojavi vprašanje, kdo je pošiljatelj sporočila. Je to oseba, ki nosi oblačilo, ali morda oblikovalec, čigar nameni so naredili oblačilo takšno, kakršno je. Zamisel, da se oseba, ki nosi oblačilo in oblikovalec, ki je to oblačilo izdelal, povezujeta v neke vrste sopošiljatelja, se zdi malo verjetna, saj proces, v katerem naj bi prišlo do sporazuma glede namena, najverjetneje sploh ne obstaja (Barnard 2005: 41).

Drugi model komunikacije pa Fiske označi kot »semiotičen«. »Semiotika opredeli družbeno interakcijo kot nekaj, kar konstituira individuuma kot člana določene kulture oziroma družbe (Fiske v Barnard 2005: 42). To pomeni, da je

ravno sporazumevanje med individuumi tisto, ki individuum vzpostavi kot člane kulturne skupine in ne nasprotno. Semiotični model se, za razliko od procesnega, osredotoča na to, kako sporočila vzajemno delujejo z ljudmi pri proizvajanju pomenov. Semiotični model se tako bolj osredotoča na posredovanje pomenov in ne toliko na prejemanje sporočil. Komunikacija je torej družbena interakcija, s katero se individuum utemelji kot član neke kulturne skupine. V tem primeru obriti lasje, nošenje verig, kratkih in širokih kavbojk ter enobarvnih ali progastih zapetih srajc in zloščeneh »bulerjev« konstruirajo neko osebo kot »skin-heada« iz poznih šestdesetih let 20. stoletja. Torej ne gre zato, da je individuum najprej »skin« in nosi vsa našeta oblačila (o čemer govori procesni model), temveč ga le-ta utemeljujejo kot pripadnika posamezne kulturne skupine (Barnard 2005: 40-44).

Odnos med oblačenjem in osebnim izražanjem je kompleksen. Obstaja več različnih tipov pojavov, o katerih lahko rečemo, da jih oblačila izražajo. Poglejmo, kako lahko obleko uporabimo za sporočanje oziroma, katere so komunikativne funkcije oblačenja:

1. Izražanje individualnosti

Oblačenje je način, na katerega se individuumi lahko razločujejo kot individuumi in tako razglasijo neko obliko enkratnosti. Z redkimi ali pa s povsem vsakdanjimi in vsem dostopnimi oblačili, ampak svojevrstno kombiniranimi, lahko individuum ustvari ali izrazi svojo izvirnost ter doseže individualen ter neponovljiv učinek. Simmel (v Barnard 2005: 80) pravi, da »sta moda in način oblačenja odvisna od konflikta med prilagoditvijo družbi in individualnim odstopanjem od njenih zahtev«.

2. Družbeni status

Družbeni status oblikujejo dejavniki, kot so poklic, družina, biološki spol, družbeni spol, starost ali barva kože. Lahko je trajen (pripisani) ali spremenljiv (pridobljen). Označitev nekaterih statusov je povsem biološka, recimo status, ki je posledica pripadnosti spolu (ki pa je v svoji binarnosti tudi problematičen, na primer vprašanje tretjega

spola) ali starosti. Ostali statusi pa so v vseh znanih kulturah jasno označeni. »Z oblačenjem pogosto označimo družbeno veljavo ali status in ljudje nemalokrat presojujejo veljavo ali status drugih na osnovi oblek, ki jih le-ti nosijo« (Barnard 2005: 81).

3. Definiranje družbenih vlog

Družbena vloga individuuma je odvisna od družbenega statusa individuuma. Nanaša se na vrste načinov, na kakršne naj bi se individuum z določenim statusom obnašal. Različne obleke in različni tipi oblek omogočajo lažjo družbeno interakcijo. Potrebno je poznati družbeno vlogo individuuma zato, da lahko do njega vzpostavimo ustrezen odnos. Seveda pa lahko prav odnos med družbeno vlogo in obleko krivimo za tistega, zaradi katerega se zaradi oblačenja nastale razlike zdijo naravne in večini sprejemljive (Barnard 2005: 83-84).

4. Ekonomski status

Ekonomski status je neposredno ter tesno povezan z družbenim statusom ter družbeno vlogo individuuma, vendar pa se od obeh razlikuje. Nanaša se namreč na položaj individuuma znotraj ekonomske organizacije družbe. Oblačenje neke osebe lahko odraža vrsto ekonomske organizacije ter status individuuma znotraj le-te. Obleka vsaj deloma signalizira, kakšne storitve smemo od nositelja pričakovati, lahko tudi kaže, kakšne vrste službo le-ta opravlja. Tako obleka utegne nakazovati, na kateri ravni v neki ekonomiji se nahaja in deluje individuum. Tako sta, recimo, beli ter modri ovratnik znak za ekonomski status delavca. Delavci v belem ovratniku (čigar služba od njih zahteva elegantnejše oblačilo, saj ne opravlja umazanega fizičnega dela) na splošno veljajo za višje po statusu, kakor pa njihovi kolegi v modrih ovratnikih (čigar služba vključuje fizično delo) (Barnard 2005: 85-86).

5. Politični simbol

Mehanizmi moči so tesno povezani z ekonomskim in družbenim statusom. Oblačenje je zajeto v delovanju dveh različnih pojmovanj ali vrstah moči. Ti dve različni pojmovanji lahko označimo kot »Moč« in »moč«. Z »Močjo« mislimo na moč države, vlade ali politične stranke, medtem ko »moč« z malo začetnico govori o delovanju moči med ljudmi na mikroravni (na primer, kako deluje moč v relacijah starši in otroci, predavatelji in študenti itd.). Primer odnosa med oblačenjem in »Močjo« je recimo Napoleonova uvedba oblek, ki so bile simbol države iz starega režima, da bi tako podprl legitimnost svojega imperija. V tem primeru je obleka uporabljena kot način, s katerim vladar skuša doseči veljavnost in legitimnost države. Primer povezave med oblačenjem in »močjo« pa lahko ponazorimo z oblačenjem socialnih delavcev, ki skrbno izbirajo oblačila ter pazijo, da ne nosijo oblek, v katerih bi jih njihove stranke prepoznale kot osebe z avtoriteto. Tako si prizadevajo nositi obleke, ki so vsaj približno na isti ravni oblekam, ki jih nosijo ljudje, ki potrebujejo njihovo pomoč (Barnard 2005: 87-89).

6. Magijsko-religiozen položaj

Stalno ali le občasno nošenje določenega oblačila lahko nakazuje na članstvo ali pripadnost neki verski skupini ali sekti. Prav tako lahko z oblačili prepoznamo status individuuma znotraj verske skupine ali sekte oziroma pokažemo na moč in globino vere ali pripadnosti. Med najbolj obče znanimi primeri verskih oblačil so oblačila pripadnikov Rimskokatoliške cerkve ter hasidskih judov (Barnard 2005: 90).

7. Družbeni obredi

Za družbene rituale, kot sta poroka in pogreb, je značilno nošenje oblačil, ki so drugačna od vsakdanjih oblačil, v katere se odevajo individuumi. Oblačila, ki jih nosimo na tovrstnih obredih, služijo signaliziranju začetka ali konca obreda ter razlikovanju med obrednim

in neobrednim. Za poroko ali pogreb si po navadi ne nadenemo ničesar, kar sicer nosimo vsakodnevno (Barnard 2005: 91).

8. Rekreatija

Na rekreacijo v tem primeru lahko gledamo kot na nasprotje obreda, ki je formalen in se podreja določenim pravilom. Rekreacija bi naj bila bolj neformalna, čeprav ne nujno, pa tudi manj podrejena formalnim pravilom. Nekatero pristočasno dejavnost, kakršna je igra tenisa ali golfa, od individuumov zahtevajo zamenjavo oblačila in nositelj bo tako okolici naznanil začetek ali konec časovne enote, namenjene rekreaciji, in se lahko pobahal z zadnjo modo znotraj te dejavnosti. Prostočasne dejavnosti, kot sta popivanje v gostilnah ali gledanje televizije, pa ne zahtevajo nujne zamenjave obleke. Zanimivost pri prostočasni dejavnosti, kot so večerni izhodi, ki zahtevajo menjavo obleke, je, da se pripadniki nižjih razredov, ko se odpravijo zvečer ven, običajno oblečejo lepše kot sicer. Nasprotno pa se pripadniki višjih družbenih razredov za tovrstne izhode oblečejo manj razkošno kot po navadi (Barnard 2005: 91-93).

5.3 Moda in oblačenje kot del kulture

Pri proučevanju oblačenja nikakor ne moremo mimo pojma *moda*. Moda pomembno vpliva na naš način oblačenja in fenomen mode se najprej odraža prav v oblačenju. V zahodnih družbah je moda del družbenega sveta, v katerem živimo, obdaja nas na vsakem koraku. Številni avtorji so skušali opredeliti kompleksen pojem mode.

»Moda pomeni v določenem času uveljavljene kroje oblačil, obutve, vzorce blaga, modne dodatke oziroma vse, kar ustreza splošnemu okusu individuumov« in je tudi »dejavnost, ki se ukvarja z oblikovanjem krojev, oblačil, obutve, vzorcev blaga, modnih dodatkov« ter vse, »kar ustreza splošnemu okusu določenega časa« (Slovar slovenskega knjižnega jezika 1997: 565).

Južnič (1987: 67) v svojem delu Antropologija pravi, da je moda »sleherna nenadno pojavljajoča se šega oziroma raba, ki se naglo širi, ker ustreza okusu in težnjam družbe«.

A. Sam (2000: 57) opredeli modo kot »skupino pravil, po katerih se ustvarjajo in zadovoljujejo navidezne potrebe po oblačenju in videzu nasploh«.

»Moda pomeni v določenem času uveljavljene kroje oblačil, obutve, modnih dodatkov, barv. Označuje vsakokratni časovni slog, časovni okus pri najrazličnejših predmetih vsakdanje uporabe in ne samo oblačil. Pojmovanje izhaja iz latinske besede *modus*, kar pomeni način« (O'Hara 1994: 152).

»Moda je novica« (Rouse 1989: 68).

Če so si definicije pojma relativno enotne, pa so si avtorji precej neenaki pri vprašanju časovnega nastanka mode. A. Todorović (1980: 55) povezuje pojav mode s hierarhično urejenimi družbami starega in srednjega veka, kjer je prihajalo do medslojnega tekmovanja in utrjevanja moči. Obleka je takrat imela predvsem statusno funkcijo. Moda je v tem času obstajala samo med člani vladajočega razreda, v nižjih razredih pa so v tem času obstajali folklorni običaji. Tudi Sam (2000: 57) se strinja, da se je moda izoblikovala s prvimi oblikami razslojevanja družbenih skupin. Moda je bila posledica nastanka družbene elite, ki si je izmišljevala oblačila, ki so bila srednjim in nižjim slojem nedostopna. Kljub temu pa so s časom dobili posnemovalce iz nižjih slojev in to jih je prisililo k nošenju novih oblačil. E. Fox Genovese (1987: 10) pa nastanek mode uvršča vzporedno s samim nastankom človeške družbe. Pravi, da so ljudje že ob nastanku civilizacije iskali načine, kako bi se identificirali z drugimi in ob tem med seboj razlikovali z uporabo oblačil in okraševanjem telesa.

G. Simmel pa se z vsemi zgoraj navedenimi trditvami o časovnem nastanku mode ne strinja, saj pravi, da se je moda razvila v obdobju, ko je bila omogočena in zaželeno mobilnost med družbenimi sloji, torej v kapitalizmu.

Po Simmlovem prepričanju (v Barnard 2005: 16) sta za nastanek mode potrebni dve bistveni družbeni tendenci - potreba po povezanosti in potreba po osamitvi. Če v družbi ne bi bili prisotni obe tendenci, se moda nikakor ne bi mogla izoblikovati. Individuumi si morajo namreč želeli, da bi bili del večje celote - družbe, obenem pa si morajo tudi želeli, da bi bili od te iste celote ločeni in bi jih drugi kot takšne tudi dojemali. Ljudje potrebujejo tako družbenost kot individualnost.

Tudi E. Wilson (v Barnard 2005: 16) govori o istem paradoksu, ko pravi, da želimo izgledati tako kot naši prijatelji, vendar nočemo biti njihovi kloni. V »primitivnih«
družbah, kjer je težnja po socializaciji močnejše razvita, kot težnja po diferenciranju, bo moda komajda prisotna ali pa je sploh ne bo. Spodbuda, da bi nekdo izrazil individualnost, bo majhna, če je ta individualnost podrejena vrednotam in prepričanjem širše družbe in tako bo razmeroma malo sprememb v tem, kakšna oblačila ljudje nosijo. Moda pa ima vse pogoje za nastanek v bolj kompleksnih družbah, s številnimi jasno opredeljenimi in med seboj ločenimi skupinami, saj imajo člani takšne družbe močnejšo tendenco po individualnosti in diferenciaciji.

E. Rouse (1989: 79) se strinja, da se je moda razvila s propadom fevdalizma. Pred tem so družbe ohranjale kulturno stabilnost skozi ohranjanje statusa quo. Družbe so bile hierarhično urejene, mobilnosti med posameznimi družbenimi sloji niso poznali. Vsak družbeni sloj je nosil točno določen tip obleke. Obstajali so zakoni, ki so pripadnikom nižjih slojev prepovedovali nošenje oblek, ki je bilo v navadi med pripadniki višjih družbenih slojev. Vse do 14. stoletja so se oblačila sicer spreminjala, vendar pa so bile te spremembe zelo počasne. Po 14. stoletju so se slogi oblačenja začeli menjavati pogosteje, prvič se pojavi, da bogataši mečejo svoja nemoderna oblačila v smeti. Od tukaj naprej se je moda začela razvijati relativno hitro. V 16. stoletju je nošenje nemodnih oblačil že znak manjvrednosti.

Nagel vzpon trgovine in s tem buržoazije, ki je z le-to največ zaslužila, pomeni zlom fevdalnega sistema in konec nespremenljivega načina življenja.

Pojav novih dobrin, novih idej, novih virov zaslužka dramatično poseže v do tedaj nespremenljiv način življenja. Mestno življenje sproži nov kontekst družbenih interakcij, ki spodbudijo nastanek novih slogov oblačenja, ti pa postanejo pokazatelj prestiža in individuumskega premoženja. Industrializacija pa ne pomeni samo povečanje razpoložljivega premoženja ter porasta družbene stratifikacije, ampak tudi masovno produkcijo oblačil, ki omogoči dostopnejšo modo (Rouse 1989: 79-81).

Na vedno hitrejšo spreminjanje mode vpliva ekonomski vzpon nižjih slojev. Vpliv pa ni samo enosmeren. Večja ekonomska moč nižjih družbenih razredov posledično vpliva na spremenjeno vsebino mode, kot tudi na ceno modnih izdelkov. Moda tako postaja manj ekstravagantna in cenovno dostopnejša, saj širše družbene množice z večjo kupno močjo začnejo vplivati na industrijo in ta je prisiljena k nižanju cen svojih proizvodov. Nižanje cen modnih oblačil lahko pripišemo tudi dejstvu, da si, če izdelki ne postanejo relativno poceni, višji sloji ne morejo več privoščiti tako hitrega spreminjanja mode, ki jim jo vsiljuje posnemovalna težnja spodnjih slojev (Simmel 1998: 257).

Simmel razvoj mode išče pri družbeni eliti, saj pravi, da le-ta nosi modna oblačila, nižji sloji so zgolj posnemovalci. Moda se torej širi vertikalno od družbene elite k nižjim razredom.

M. Douglas (v Barnard 2005: 54) razmišlja na podoben način, ko pravi, da so dobrine nevtralne, njihove rabe pa družbene; lahko nam služijo kot ograje ali mostovi. To metaforo uporabi za ponazoritev ločevalnih in povezovalnih vidikov dobrin. Kadar modne izdelke in oblačila pojmuje kot ograjo, imamo v mislih ločevanje ene skupine od druge oziroma zagotovilo, da ena identiteta ostane ločena in drugačna od druge. Kadar pa modne izdelke in oblačila razumemo kot mostove, mislimo na njihovo povezovalno funkcijo, takrat omogočajo članom neke skupine, da si delijo skupno identiteto.

Če želimo dognati, ali se o nekem oblačilu govori kot o modi, moramo upoštevati kontekst - tako, da navedemo nositeljevo/nositeljičino željo po

izboljšavi njegovega/njenega družbenega položaja v kompleksni razredno zasnovani družbi. »Neka obleka ni moda, dokler je nekdo ne uporabi, da bi z njo nakazal svoje dejansko ali idealno mesto v družbi« (Barnard 2005: 24).

Pojavlja pa se vprašanje, ali danes še veljajo zakonitosti Simmlove teorije »kapljanja potrošnih okusov« (»trickle-down« teorije)? So danes še vedno najbogatejši edini, ki nosijo modna oblačila? Družbene spremembe ter spremembe znotraj modne industrije so spodkopale Simmlovo ozko razmišljanje o izvoru mode zgolj v družbeni eliti. Danes so modna oblačila skorajda istočasno dostopna vsem, tudi pripadnikom nižjih družbenih razredov. Simmlova teorija ne upošteva značilnosti sodobne družbe in ne upošteva drugih razrednih in etičnih skupin, ki so danes pomembni generatorji mode. Bogata družbena elita ni več tista, ki odloča o tem, kateri slog bo moden letošnjo pomlad. Modna industrija vsako sezono predstavi nove smernice in nove modne zapovedi kot del svoje marketinške strategije, ne glede na to, ali je predhodni modni slog dosegel vse družbene razrede in se vertikalno širil po družbeni lestvici. Kaj je modno in kaj ne, ne odločajo najpremožnejši družbeni razredi, temveč oblikovalci in proizvajalci, ki vsako sezono v intenzivnem selekcijskem procesu skupaj s trgovci določajo, kaj bo modno. Danes je nov modni slog istočasno dostopen vsem družbenim slojem, seveda vsakemu v svoji cenovni različici. Danes se modni slogi oblačenja širijo horizontalno in ne vertikalno. Tisti, ki si prvi nadenejo modna oblačila, pa so najverjetneje tudi tisti, ki jih prvi zavržejo in preidejo na nov modni slog (Rouse 1989: 90-93).

Poleg tega ne smemo pozabiti na določene modne sloge oblačenja, ki so jih sprva nosili nižji razredi. Najbolj očiten primer je prav gotovo pank, ki po nobenem naključju nima korenin pri družbeni eliti. Prav nasprotno. Pank uporablja modo in oblačenje za izzivanje dominantne ideologije in za spodbijanje porazdelitve moči v družbenem redu. Pankovsko modo ali modo, ki jo je navdihnil pank, danes najdemo v vseh modnih trgovinah. Vladajoči razred in vladajoča ideologija sta si prisvojila pankovske objekte in predmete

ter njihove pomene (glej Sliko 5.7). Pankovsko okrasje je postalo modno potrošno blago (Barnard 2005: 60).

Slika 5.7: Supermodel Naomi Campbell s pankovsko frizuro na Chanelovi modni reviji.



Vir: http://www.ipak.si/info.asp?mtok=<MTok><MediaID+Scope="Public"+Type="String"+Value="13534839"/><Source+Scope="Public"+Type="String"+Value="Corbis"/><Version+Scope="Public"+Type="String"+Value="1.0"/><CollectionKey+Scope="Public"+Type="String"+Value="K13534839_Corbis"/></MTok>&s=naomi++chanel&tl=1&rf=1&mr=0&loc=&pht=&max=1000&p=1

Modo, obleko in lepšanje moramo razumeti kot prakse, ki sodijo med druge označevalne prakse vsakdanjega življenja (skupaj z vejami umetnosti, s filozofijo, časnikarstvom in oglaševanjem), katerih namen je tvoriti kulturo kot splošni označevalni sistem. Moda in oblačenje sta torej dva od načinov, na katere doživljamo, raziskujemo, si posredujemo in obnavljamo družbeni red (Barnard 2005: 52).

5.4 Pomen mode in oblačenja

Kot že povedano v prejšnjem poglavju, moda, oblačenje in obleka sestavljajo označevalne sisteme, v katerih se oblikuje nek družbeni red in se o njem sporoča. Oblačila ustvarjajo družbeno interakcijo ter so eno od sredstev, preko katerih skupine in individuumi sporočajo svojo identiteto ter svoj položaj v razmerju do drugih družbenih skupin. Moda in oblačenje imata torej nek pomen. Obstajata dve teoriji o izvoru in ustvarjanju pomena mode in oblačenja.

Prva teorija umešča izvor pomena zunaj obleke - pomen po tej teoriji izhaja iz oblikovalca oblačil, nositelja oblačil ali gledalca oziroma opazovalca. Po tej teoriji se misli, občutja, prepričanja in želje oblikovalca oblačila odražajo v oblačilu samem. V primeru, da to drži, bi pomen nekega oblačila ostajal nespremenjen v vseh okoliščinah ter v času popolnoma isti kot ob svojem nastanku. Pomen oblačil pa se spreminja glede na čas in prostor. Vsakdo se je že znašel v situaciji, ko je bil ob neki priložnosti preveč ali premalo elegantno oblečen.

Podobno se zgodi, ko želimo kot izvor pomena oblačila utemeljiti nositelja ali gledalca. Če bi bil pomen resnično plod nositeljevih oziroma gledalčevih namer, tedaj ne bi mogle obstajati alternativne interpretacije.

Druga teorija pa v nasprotju s prvo izvir pomena uvršča v oblačilo samo. Pomen obleke bi naj bil vsebovan v njeni barvi, tkanini, obliki itd. Tudi tej teoriji primanjkuje oprijemljivih argumentov, saj med drugim ne upošteva raznolikosti pomenov barv, linij, teksture oblačil med različnimi kulturami (Barnard 2005: 96-107).

5.4.1 Semiološka razlaga pomena

F. de Saussure (1974) semiologijo opredeli kot vedo, ki proučuje znake znotraj družbe. *Semeion* pomeni znak, *logos* pa znanost, torej je semiologija veda o znakih. Ljudje v svoji komunikaciji uporabljamo znake, ki so predstavniki nekih pomenov. Da bi lažje razumeli pomen in komuniciranje, moramo najprej razumeti semiologijo in Saussurejevo razlago pomena.

Osnova razumevanja semiologije se začne pri osnovni delitvi znaka - ta je sestavljen iz dveh delov, označevalca in označenca. Označevalci so fizični deli znaka (oblike besed, zvok). Označenec pa je mentalni koncept, na katerega se nanaša označevalec. Ko tukaj govorimo o znaku, ne mislimo zgolj na izgovorjen in zapisan znak, temveč tudi na predmete in podobe in razlaganje le-teh. Med označevalcem in označencem je nepretrgana vez, ki jo Saussure imenuje koda. Koda je zbirka skupnih pravil, ki povezujejo označevalce z označenci in ima svoj izvor v družbi. Pomeni so plod družbenega konsenza in medčloveških dogovorov in pomen znaka vedno nastane v odnosu do drugih znakov.

Obstajata dva načina, na kakršna se lahko pomen znaka razlikuje od drugega znaka. Sintagmatski pomen znaka se določa glede na znake, ki se pojavljajo pred, za in ob njem. Paradigmatski pomen pa je pomen znaka, določen na osnovi znakov, ki bi ga lahko nadomestili. Te pomene lahko ponazorimo s primerom uživanja obrokov v zahodni družbi. Sintagma je celotno zaporedje oziroma razvrstitev obroka v smislu predjed, glavna jed in posladek. Paradigma pa je niz posameznih jedi, ki jih imamo na izbiro za predjed, za glavno jed in za sladico in ki ena drugo nadomeščajo. Če prevedemo to še na področje mode in oblačenja, je sintagmatska razlika razlika med različnimi kosi oblačil, ki jih individuum nosi, paradigmatska razlika pa je razlika med različnimi slogi istega kosa oblačila. Kontekst, kakor ga opredelijo sintagmatske in paradigmatske razlike, je tisti, ki ustvarja pomen. Semiologijo lahko razumemo kot teorijo, ki ponazarja in opisuje delovanje kontekstov, v katere so umeščena oblačila (Barnard 2005: 108-125).

5.4.2 Denotacija in konotacija

Označevalci in označenci delujejo na različnih ravneh. Denotacija imenujemo prvo razvrstitev pomena oziroma dobesedni pomen nekega znaka, takšen kot ga najdemo v slovarju. Konotacija imenujemo drugo razvrstitev pomena oziroma misli in občutke ali kot asociacije, ki jih beseda ali podoba sproža pri individuumu. Konotativnega pomena ne moremo najti v slovarju, njegovo razumevanje je subjektivno in se med individuumi lahko močno razlikuje.

5.5 Obleka v funkciji družbene reprodukcije

Osnovni pogoj funkcioniranja posamezne družbe je, da se posamezniki in posameznice zavedajo statusov in družbenih identitet individuumov v družbi, v kateri živijo. Na ta način jim je olajšano družbeno funkcioniranje. Morajo poznati vlogo ali vloge individuumov, hitro določiti, kateri socialni skupini ali skupinam individuum pripada, njegov status znotraj skupine, pa tudi njegov status znotraj družbe kot takšne. Za razpoznavanje omenjenih dejavnikov poznamo nešteto faktorjev, oblačila pa so eden pomembnejših oziroma razpoznavnejših. Vsakodnevno nam lajšajo družbeno komunikacijo. Ko se znajdemo na primer v bolnišnici, je ravno obleka tista, ki nam sporoča, kdo je zdravnik in kdo medicinska sestra ter kdo čistilka in kdo bolnik. Tudi v velikih nakupovalnih centrih je za nemoteno delovanje nujno, da kupec na prvi pogled prepozna prodajalca.

Obleka je eden izmed najbolj vidnih znakov človekove družbene identitete, individuum z njo sporoča okolici osnovne informacije o družbenem statusu in spolu. Moda in oblačenje poustvarjata obstoječe razredne in spolne družbene identitete ter sta načina konstruiranja in reproduciranja družbenih okoliščin (Barnard 2005: 132).

5.5.1 Razred in obleka

Razredne skupine so kulturne skupine, katerih člani imajo skupne vrednote in okus. Iz tega izhaja dejstvo, da je razredna identiteta pomemben del družbene identitete individuuma, ki pa jo le-ta izraža tudi z oblačili, ki jih nosi. Barnard (2005: 138) trdi, da je neka oseba najprej pripadnik družbenega razreda, nato pa to svojo pripadnost sporoča naprej preko mode in oblačenja.

V družbenih ureditvah, kot so sužnjelastništvo, fevdalizem in kapitalizem, sta obstajala dva družbena razreda, za katera je značilna neenakost moči in izkoriščanje predstavnikov enega razreda nad predstavniki drugega razreda. V obdobju sužnjelastništva sta obstajala razred svobodnih in razred sužnjev. V fevdalizmu sta obstajala razred fevdalcev in razred podložnikov. V kapitalizmu pa razred buržoazije in razred proletariata. Pripadniki obeh razredov v vseh omenjenih družbenih ureditvah se vedno razlikujejo glede na to, kakšna oblačila nosijo. »Obleka je v rabi za izoblikovanje različnih vizualnih identitet različnih razredov, s tem pa naturalizira neenakopravno porazdelitev imetja in moči« ter pripomore k temu, da so razredni položaji videti pravilni in pravični (Barnard 2005:139-142).

Da ne prihaja do nikakršnega dvoma o individuumovi razredni pripadnosti, so predstavniki višjih slojev drugače oblečeni kot predstavniki nižjih slojev. Oblačila pa imajo ob tem povezovalno in ločevalno funkcijo. Povezujejo enako oblečene v en družbeni razred ter jih ločujejo od drugače oblečenih. Povezovalna in ločevalna funkcija mode in oblačenja sta vsekakor bolj v interesu višjih družbenih slojev. Družbena elita modnim spremembam hitreje sledi, saj ji to omogoča premoženje. Revnejši sloji pa se s posnemanjem oblačenja višjih slojev le-tem skušajo približati.

V obdobju sužnjelastništva in fevdalizma niso poznali družbene mobilnosti. Ta je nastopila s kapitalističnim družbenim redom. Tako šele v kapitalizmu oblačenje in moda postaneta dejavnika konstruiranja, signaliziranja in reproduciranja družbene identitete. Pred tem obleka nikoli ni bila sredstvo, s

katerim je moč doseči višji družbeni status, ampak zgolj ogledalo že obstoječih družbenih odnosov.

5.5.2 Spol in obleka

V zahodnih družbah so spolne vloge izredno pomemben del individuumove družbene identitete. Predpisujejo namreč vedno prisotno ozadje družbenega delovanja in so osnova, iz katere izhajajo ostale družbene vloge individuumov. Oblečila, s katerimi individuumi signalizirajo spolne vloge, delujejo kot pomembni namigi oziroma kot nekakšni napotki za naše vedenje, ki se glede na to, ali smo v interakciji z osebo moškega, ženskega (ali tretjega) spola, razlikuje. Oblečila pripomorejo k izoblikovanju podobe predstavnic ženskega spola in podobe predstavnikov moškega spola ter ločevanju le-teh (Rouse 1989:40).

Ko govorimo o spolu, je nujno razumevanje razlike med biološkim in družbenim spolom. Kot sem zapisala že v poglavju o telesu in identiteti, biološki spol pomeni biološke karakteristike, fizične značilnosti, vezane predvsem na reproduktivne organe. Biološki spol v večini primerov predstavlja osnovo za družbeni spol. Medtem ko je prvi prirojen, naravno dan, je družbeni spol priučen. Družbeni spol se oblikuje pod vplivom kulturnih in zgodovinskih odnosov, ki obstajajo v posamezni družbi.

V vsaki družbi obstajajo določeni kulturni atributi, ki jih družba pripiše posameznemu spolu. Posamezni atributi, ki so bili poudarjeni kot možati ali ženstveni, so se izrazito razlikovali v skladu s časom in krajem, čeprav so nekatere vrste spolnega razlikovanja v obleki dejansko univerzalne (Barnard 2005: 154).

V Evropi se je močno poudarjanje razlik glede na družbeni spol uveljavilo v 18. in 19. stoletju, in takrat je tudi prišlo do prvih opaznejših razlik v oblačenju med spoloma. Šele v 19. stoletju so moška oblečila postala bolj preprostih oblik in vzorcev, manj barvita, manj okrašena. Do tedaj pa je bilo

povsem običajno, da moški nosijo svilene nogavice, uporabljajo kozmetiko, imajo dolge negovane lase in podobno. Vzrok za vedno večje razlikovanje oblačil enega in drugega spola gre iskati v družbenih spremembah tedanjega časa ter družbenih vlogah, ki so jih tedaj začeli igrati predstavniki moškega spola. Moški so se v tem času začeli usmerjati k delu, karieri in poklicnemu uspehu, ženske pa so še vedno v veliki meri usmerjale svojo pozornost olepševanju in skrbi za lasten izgled (Davis 1992: 39).

J. Berger (v Barnard 2005: 156-158) ugotavlja, da obstaja temeljna asimetrija v odnosu med moškimi in ženskami. Trdi namreč, da je za vlogo moških v zahodnih družbah značilno, da so aktivni oziroma delujoči spol, medtem ko so ženske pasivne, opazovane in nadzorovane od nasprotnega spola.

Ženske vloge so še zlasti zapletene, saj morajo poleg tega, da so opazovane, tudi opazovati, kako so opazovane. Berger trdi, da so ženske omejene na svojo zunanost ter da je oblikovanje in ohranjanje njihovega videza nekakšna označevalna poteza ženskosti. Prav to je najverjetnejši razlog stereotipnega prepričanja, da se z modo in oblačenjem ukvarjajo predvsem ženske in da oblačenje ni domena moških.

»Lahko rečemo, da družbeno spolno identiteto žensk konstruirata, signalizirata in reproducirata moda in oblačenje, kolikor pač ženske nosijo takšne reči, ki so po družbenem prepričanju primerne zanje, in koliko še naprej ostajajo »obsedene« s svojo zunanostjo« (Barnard 2005: 159).

A. Oakley (v Barnard 2005: 159) opozarja na vlogo žensk v 19. stoletju, ki je bila predvsem nedejavnost, podrejenost in nežnost. Ženske so takrat veljale za nedejavne in nesposobne prenesti kakršen koli napor. Bile so lastnina svojih mož. Ena od »neresnosti«, s katerimi so se ukvarjale, je bila tudi moda in oblačenje. Ženske so spodbujali, da svoje večno ukvarjanje z ničelnimi rečmi izrazijo z obleko. Modnosti tistega časa so konstruirale, signalizirale in reproducirale vrednote, kot so nedejavnost, podrejenost, nežnost predstavnic ženskega spola. Rokavi tedanjih ženskih bluz so bili oblikovani tako, da je bilo

v njih skoraj nemogoče dvigniti roko do višine ramen. S tem je bilo doseženo konstruiranje ženske podobe kot krhke in podrejene, nesposobne za delo.

Kot skrajno oblačilo, ki je veljalo kot pripomoček za zunanji nadzor nad ženskimi telesi, velja korzet, ki so ga ženske v zahodni družbi nosile od pozne renesanse pa vse do 20. stoletja. V viktorijanskem obdobju je bil korzet neločljiv del garderobe vsake ženske. Za ženski telesni ideal takratnega časa je veljal videz dobro razvite postave z vitkim pasom. Videz viktorijanskih žensk je določal njihovo identiteto in vrednost, saj so bile popolnoma odvisne in podrejene svojemu možu. Korzet je veljal tudi za seksualni pripomoček, saj je poudarjal ženske telesne attribute. Nošenje korzeta je sovpadalo z viktorijansko moralno in standardi, postalo je moralni imperativ in se kot takšno v ženski garderobi ohranjalo 400 let. Nošenje korzeta je bilo povezano z razrednim sistemom, saj so ga tradicionalno nosile pripadnice srednjih in višjih razredov, ki jim ni bilo treba opravljati fizičnega dela. Pokončno držo, v katero je nošenje korzeta žensko prisililo, so v viktorijanski družbi enačili z disciplino, sposobnostjo, uglajenostjo in, kot že rečeno, z moralno korektnostjo. Navajanje telesa na korzet se je začelo že v otroštvu. Vpeljevanje v skrivnosti korzeta in čipk pa je za dekleta pomenilo obredni prehod v skrivnostni in odgovorni svet mlade dame. Ta oblika discipliniranja ženskega telesa je označevala povezanost med podrejenostjo in trpljenjem ter simbolizirala utesnjujoče in boleče družbene vloge viktorijanskih žensk. Opuščanje nošenja korzetov v začetku dvajsetega stoletja sovpada z napredujočo emancipacijo žensk (Kuhar 2004: 21-23).

Druga moda in drugi kraji so ženskost in značilne ženske poteze opredeljevali bolj ali manj drugače. Kljub nekaterim razlikam pa lahko trdimo, da se tudi vse ostale verzije vrtijo okoli videza žensk. »Moda in oblačenje, načini, na kakršnega se ženska kaže, bodo še vedno glavni načini, na kakršnega se konstruira, signalizira in reproducira ženstvenost« (Barnard 2005: 160).

V 80. in 90. letih 20. stoletja je postalo vse bolj sprejemljivo, da se ženske posvečajo karieri. Tedaj se je pojavil model ženskosti, ki je vključeval tudi

življenje posameznice izven družinskega okolja ter opravljanje odgovornega dela na visokih položajih. Takrat so pisci ženskam s kariero priporočali nošenje suknjičev v temnih odtenkih, krila, ki segajo čez kolena, togo ukrojene srajce ter poslovno aktovko.

Poljubni znaki in kosi oblačil so tako v rabi za označevanje povsem določenega statusa. Ko se skupnost uporabnikov teh znakov enkrat sporazume, da bo nedejavnost in nesposobnost označena z določenim krojem rokavov ali pa, da bo stopnja poklicnega uspeha označena z določeno dolžino in obliko krila, je vzpostavljena koda ali zbirka pravil. Ob pomoči te kode lahko člani skupnosti konstruirajo status družbenega spola in se o njem medsebojno sporazumevajo ter ga drug drugemu sporočajo (Barnard 2005: 161).

Moda in oblačenje sta v svojem sporočilnem pomenu vezana na spolni dimorfizem, ki ustvarja pomene, s katerimi se posameznik v družbi opredeli kot predstavnik enega od spolov. Obleka je ključni element v konstrukciji ženske identitete, ki sodi v posebno vrsto komuniciranja pripadnosti. Moške obleke so že od nekdaj podvržene principu hierarhičnosti, medtem ko ženska oblačila obvladuje princip zapeljevanja. Namen oblačil, ki jih nosi posameznica, je razkazovanje družbenega položaja in hkrati opredmetenje narcizma posameznice. Ženska se modi in oblačilom podreja, modna ženstvenost pa je le oblika podložnosti pričakovanjem nasprotnega spola (Bourdieu 2001: 66-68).

Mnoge feministke so mnenja, da je moda zatiralna praksa, ki skrbi za vzdrževanje podrejenosti žensk in da je potrebno modo in oblačila, ki reproducirajo obstoječe zatiralne identitete in položaje družbenega spola, zavrnilo in se jih osvoboditi. Zgodnje Gibanje za osvoboditev žensk je o modi menilo, da artikulira ideologijo ženskosti in jo zato zavrnilo. Njihov cilj je bil »izstop iz mode« in tako zavrnitev vsiljenih identitet in položajev družbenega spola. Način, kako se nepokoriti identiteti družbenega spola, je odklanjanje mode in modnih oblačil, ki konstruirajo vsiljene identitete. Zavrnitvi in odpovedi mode pa se je pridružila tudi zavrnitev narcizma, ki je po C. Evans

in M. Thornton »tradicionalni ženski prerogativ, značilnost, ki jo ženskam pripisujejo v patriarhiji, da bi okrepili njihovo manjvrednost« (Evans in Thornton v Barnard 2005: 184-186).

Kot ugotavlja A. Oakley (v Barnard 2005: 187-188), je feminizem ženskam predlagal naj zavračajo modo in modne prakse in se oblačijo kakor moški. To naj bi jim namreč omogočilo dokazati, da imajo sposobnosti, ki so do tedaj veljale za moške kakovosti in zmožnosti, vendar jih dotlej zaradi modnih in oblačilnih kod po zapovedi moških niso smele izraziti.

6. SKLEP

Telo in spolna identiteta predstavljata izhodišče identitete vsakega posameznika. Telo ni zgolj biološki objekt, ampak fenomen, ki je lahko podvržen številnim spremembam in prilagajanjem. Eno takšnih je tudi pokrivanje, zakrivanje oz. oblačenje, ki je hkrati le eden od mnogih načinov s katerim individuumi spreminjajo svoj izgled. Oblačila imajo, poleg funkcionalne vrednosti, tudi simbolno vrednost. Moda, oblačenje in obleka namreč sestavljajo označevalne sisteme. Predstavljajo načine doživljanja in razumevanja družbenega sveta, so sredstva preko katerih posamezniki in družbene skupine sporočajo svojo identiteto in preko katerih posamezniki znotraj določenih družbenih skupin sporočajo svoj položaj in razmerja v skupini. Obleka je eden najbolj vidnih znakov družbene identitete individuuma.

V poznomoderni družbi, v kateri vladata kapitalizem in androcentrični način mišljenja, predstavljata moda in oblačenje podporni strukturi obstoječega družbeno-ekonomskega sistema. Oblačila služijo kot komunikatorji prevladujočih norm dominantne ideologije, ki ženskam narekuje, kako biti »prava« ženska ter, kaj obleči, da bo dosegla »pravo« ženskost. Oblačila tako igrajo pomembno vlogo v dominantnih družbenih diskurzih, ki ženske spodbujajo k doseganju »popolnega« telesa in zunanjšega izgleda.

V tem smislu ženske ne postanejo samo potrošnice oblačil, temveč predvsem potrošnice pomenov in obljub o idealizirani ženskosti. Ženske kupijo in utelesijo pomene, ki jih simbolizirajo njihova oblačila in tako te pomene prenesejo na njih same. Obleka s tem postane ključni element v konstrukciji ženske identitete, ki sodi v posebno zvrst komuniciranja pripadnosti. V tem, ko si ženske utirajo pot skozi prevladujoče predstave, ki jim jih vsiljuje modni sistem, lahko razpoznamo način, s katerim skušajo razkriti svoje individualno »bistvo«, izraziti lastno identiteto.

Glede na to trditev bi lahko rekli, da tiste ženske, ki se pokorijo dominantnemu slogu oblačenja, dosežajo navidezno samouresničenje, tiste posameznice, ki ga zavračajo, pa dosežajo avtentično oziroma »pravo« samouresničenje. Omejevanje in zatiranje, ki potekata skozi modni sistem, pa nista nepremostljiva, saj posameznice lahko spodkopljejo pomene določenih oblačil in jih prilagodijo sebi v prid. Modni sistem je toliko spremenljiv, da dovoljuje vrzeli, ki posameznicam omogočajo določeno mero nadzora nad njihovo izbiro modnosti oziroma oblačil. Tukaj ženske najdejo prostor za osebno udejstvovanje in delček svobode. Ženske tako v določenih situacijah lahko izbirajo, kdaj se bodo podredile in kdaj nasprotovale normam dominantnega sistema.

Vendar se je na tej točki potrebno zavedati, da pomeni, ki jih ženske sporočajo skozi oblačila, niso nespremenljivi in univerzalni. Oblačila spremlja veliko pomenov, ki se spreminjajo glede na družbeni kontekst, v katerem se nositeljica nahaja. Prav tako se je potrebno zavedati, da identiteta individuuma v sodobni družbi ni nekaj nespremenljivega in večnega. Identiteta je proces, ki se skozi življenje posameznice rekonstruira in redefinira. Zato ne moremo in ne smemo govoriti o avtentični oziroma »pravi« identiteti in navidezni oziroma neavtentični identiteti.

7. SEZNAM LITERATURE

- Barnard, Malcolm (2005): *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana: Sophia.
- Beauvoir, Simone de (2000): *Drugi spol*. Ljubljana: DELTA.
- Beck, Ulrich (2001): *Družba tveganja: Na poti v neko drugo moderno*. Ljubljana: Krtina.
- Beck, Ulrich (2003): *Kaj je globalizacija?: zmote globalizma - odgovori na globalizacijo*. Ljubljana: Krtina.
- Bourdieu, Pierre (2001): *Masculine domination*. Stanford: Stanford University Press.
- Burr, Vivien (1995): *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Coward, Rosalind (1989): *Ženska želja*. Ljubljana: KRT 60.
- Davis, Fred (1992): *Fashion, Culture and Identity*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Davies, Kathy (1995): *Reshaping the Female Body. The Dilemma of Cosmetic Surgery*. New York and London: Routledge.
- Debeljak, Aleš, P. Stankovič, G. Tomc in M. Velikonja (2002): *Cooltura: uvod v kulturne študije*. Ljubljana: študentska založba.
- Erikson, Erik (1976): *Omladina, kriza, identifikacija*. Titograd: Pobjeda.
- Gergen, Kenneth J. (1991): *The Saturated Self: the dilemmas of identity in contemporary life*. New York: Basic Books.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Stanford: Stanford University Press.
- Greenwood, John (1994): *Realism, identity and emotion: reclaiming*. London: Thousand Oaks.
- Haralambos, Michael in Martin Holborn (1999): *Sociologija. Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
- Jackson, Stevi in Sue Scott (2002): *Gender: a sociological reader*. London: Routledge.
- Južnič, Stane (1993): *Identiteta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Južnič, Stane (1998): *Človekovo telo med naravo in kulturo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Knjižna zbirka teorija in praksa.
- Kaiser, Susan (1998): *The Social Psychology of Clothing*. New York: Fairchild Publications.
- Kuhar, Metka (2004): *V imenu lepote*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kurdija, Slavko (2000): *Družbene identitete in pomen potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Laver, James (1996): *Costume and fashion*. London: Thames and Hudson Ltd.
- Mac an Gail, Martin in Chris Haywood (2007): *Gender, culture and society: Contemporary Femininities and Masculinities*. London: Palgrave Macmillan.
- O'Hara, Georgina (1994): *Enciklopedija mode*. Ljubljana: DZS.
- Oakley, Ann (2000): *Gospodinja*. Ljubljana: Založba / *cf.
- Rouse, Elizabeth (1989): *Understanding fashion*. Oxford: BSP Professional Books.
- Sam, Anej (2000): *Oblačenje*. Ljubljana: Ekološko-kulturno društvo Jasa.
- Todorović, Aleksander (1980): *Sociologija mode*. Niš: Gradina.
- Ule, Mirjana (2000a): *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Ule, Mirjana (2000b): *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Članki in drugi viri

- Banister, Emma N. in Margaret K Hogg (2004): Negative symbolic consumption and consumers' drive for self-esteem. *European Journal of Marketing* 38 (7), 850-868.
- Fox Genovese, Elizabeth (1987): The Empress's New Clothes: The Politics of Fashion. *Socialist Review* 17, 7-30.

- Kacen, Jacqueline J. (2000): Girl power and boy's nature: the past, present, and paradisaic future of consumer gender identity. *Marketing Intelligence & Planning* 18 (6/7), 345-355.
- O'Cass, Aron (2004): Fashion clothing consumption: antecedents and consequences of fashion clothing involvement. *European Journal of Marketing* 38 (7), 869-882.
- Rocha, Maria Alice V., L. Hammond in D. Hawkins (2005): Age, gender and national factors in fashion consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management* 9 (4), 380-390.
- Simmel, Georg (1998): Moda. *Časopis za kritiko znanosti* 26 (189), 241-259.
- *Slovar slovenskega knjižnega jezika* (1997): Ljubljana, DZS

Seznam slik

- Slika 5.1: Eskimi in njihova topla oblačila, str. 31
- Slika 5.2: Avstralski Aborigini in njihova oblačila, str. 32
- Slika 5.3: Muslimanka z oblačilom, ki ji v celoti zakriva telo, str. 34
- Slika 5.4: Pripadnica plemena Mursi v Etiopii, str. 34
- Sliki 5.5 in 5.6: Primerjava; oblačila, kot »vaba za lovljenje partnerja« ter oblačila, ki ne zapeljujejo, str. 36
- Slika 5.7: Supermodel Naomi Campbell s punkovsko frizuro na Chanelovi modni reviji, str. 46