

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ana Arh

Androginit v ženski modi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ana Arh

Mentor: izr. prof. dr. Peter Stankovič

Androginost v ženski modi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

Zahvala

Diploma je dolgotrajen proces, zato iskrena tistim, ki so mi stali ob strani celotnega študija. Hvala mentorju za pomoč pri končnem izdelku, iskreno pa sem hvaležna podpori prijateljev in družine, ki me zmeraj žene naprej.

Androgynost v ženski modi

V diplomskem delu skušam razložiti pojem androgynosti in psihološko ozadje izbire oblačil. To sem analizirala na področju ženske mode, kjer se kaže družbena aktualnost, vpliv popularne kulture, odnos med spoloma in iskanja posameznikove identitete v globaliziranem postmodernem svetu. Mešanje značilnosti tako ženskega kot moškega spola, ki ga poznamo že iz preteklosti, naj bi proizvedlo t. i. androgynost, ki presega meje in predsodke. To je opazno tako pri manekenkah visoke mode, kot pri našem vsakdanjem oblačenju, ko si ženske izposodijo v preteklosti tipično moške kose oblačil. Ker je relativno malo literature, ki se nanaša konkretno na mojo temo, je diplomska naloga sestavljena iz več delov. Prvi del je teorija različnih podtem, ki so pomembne za mojo obravnavo. S pomočjo analize raznih pisnih virov in krajših intervjujev sem ugotovila, da se tu prepleta več komponent: igra spolov, preseganje naučenih vzorcev o tipični ženski in tipičnem moškem, emancipacija žensk, tržna niša in trenutni trend – gre za vzpostavitev prostora za navidezno svobodo posameznikov v svetu, polnem nalepk.

Ključne besede: androgynost, moški in ženska, biološki in socialni spol, moda, identiteta.

Androgyny in women's fashion

In my diploma thesis I try to explain the concept of androgyny and psychological background of clothing choice. I analyze this through the field of women's fashion where it shows social relevance, impact of popular culture, gender relations and the search for one's identity in a globalized postmodern world. Mixing characteristics of both women and men, which have been known in the past produced androgyny which breaks boundaries and prejudices. This is seen in the high fashion models, as in our everyday dressing habits, when women borrow in the past typical male wardrobe items. Since there is relatively little literature that relates specifically to the subject, diploma consists of several parts. The first part is the theory of different sub-topics that are relevant to my study. Through the analysis of various written sources and short interviews, I found out that there are more factors: from roles of gender, overcoming the learned patterns of a typical woman and a typical man, the emancipation of women, a niche market and a present trend; as a place of apparent freedom for individuals in our labeled world.

Keywords: androgyny, male and female, sex and gender, fashion, identity.

KAZALO:

1 Uvod.....	6
2 Androginost.....	8
2.1 Zgodovina androginosti.....	11
2.2 Androginost v popularni kulturi.....	15
2.3 Androginost v modni industriji.....	17
3 Psihologija mode.....	20
4 Intervjuji.....	23
5 Analiza.....	28
6 Zaključek.....	30
7 Literatura.....	32
PRILOGA A: INTERVJU (VPRAŠANJA).....	36

1 UVOD

Ljudje se v moderni dobi le težka izognemo stereotipom, saj nam ti ob poenostavljanju realnosti olajšujejo življenje z vnaprej pripravljenimi odgovori. Ena od strukturiranih družbenih kategorij je, da moški in ženska na primarni stopnji razvoja prevzameta vsak svojo socialno identiteto oziroma vlogo. Po tradicionalnem pogledu in vsesplošnem mnenju moški prevzame maskulinitet in ženska femininitet, in sicer kot posledico biološkega spola, s katerim se rodita. Kljub strogo določenim mejam med njima pa sta se pogled in regulacija na spol in spolnost skozi zgodovino deformirala in nastale so nove teorije, ki so odprle provokativne debate in odprle alternative.

Dandanes imamo vsi androgino plat ali pa nas o tem skušajo prepričati le mediji? V zadnjem desetletju in pol smo bili priča valu pozornosti do androginitet; mešanje maskulinitet in femininitet je slavilo »nov tip človeškega bitja«. (Carlson 1995) Zagovorniki tega vidika (kot so npr. Sandra Bem, Elémire Zolla in Umberto Galimberti) zanikajo, da obstaja smiselno biološko izhodišče za določene vloge med samo dvema spoloma (ženska/moški). Namesto tega so bolj bistveni družbeni faktorji, ki določajo obnašanje ljudi. Lahko bi rekli, da vsaka oseba izraža svojo edinstveno mešanico moških in ženskih bioloških lastnosti. A prav androginitet naj bi izluščila najboljše od obeh spolov, saj so androgini odprti, svobodni, veseli in uspešni kot dolgo obljubljeni "super ljudje." Ni več dveh strogo ločenih spolnih kategorij, temveč spekter posameznih predispozicij, ki so ali bolj ali manj na moški ali ženski strani.

Ti odnosi so dobro vidni v modi in se izražajo v vsakdanjem življenju preko izbire kosov oblačil. Po eni strani se zdi, da imamo ljudje svobodno izbiro pri odločitvi, kaj bomo oblekli, vendar so vse naše odločitve družbeno konstruirane. Vsak trend oziroma pojav, kot je tudi androginitet na mojem izbranem področju ženske mode, postane komercialen in del družbene mreže, v kateri ljudje delujemo pretežno nezavedno.

V diplomski nalogi bom vzela primer trenda izposojanja moških kosov garderobe pri ženskah. S pomočjo popularizacije t. i. androginitet kosov oblačil, nasvetov v revijah in na spletnih medijih, se je ženskam ponujalo modno in osebno odločitev, ki je napeljevala k večji emancipaciji. Modna industrija pa je to izkoristila in začela ustvarjati »moške kose« v ženski liniji ter si tako zagotovila redne nakupovalke. Ker je moda nestalna, išče vedno nove obraze

in se hitro spreminja, z označevanjem določenih kosov oblačil kot klasičnih in tako kot tistih, ki so vedno »in«, pa skrbi za neki red znotraj kaosa široke izbire.

Najprej bom analizirala pojem androginiteti preko raznih socioloških teorij, pojav androginiteti skozi zgodovino in v popularni kulturi, nato pa bom prešla na modno industrijo in bom s pomočjo intervjujev mladih žensk skušala najti psihološko ozadje preučevanega dogajanja.

Kaj se skriva za izbiro bolj fantovskih kosov oblačil? Je kljub veliki izbiri v trgovinah še zmeraj velik užitek vzeti pullover svojega fanta? Kolikšno težo intervjuvanke prepisujejo temu, da na primer njihova vrstnica kupi moški suknjič (blazer) namesto rožnatega krila? V kakšni meri se tu prepletajo izbira prijateljev, pripadnost subkulturi, zanikanje ženske podrejenosti in fizično udobje oblačil na telesu? Vse naštetu združujem v moje raziskovalno vprašanje: Zakaj se današnja generacija mladih žensk kljub doseženi emancipaciji (seveda do neke mere, a razlika v primerjavi z našimi babicami je očitna) še zmeraj rade oblačijo v prvotno moške kose oblačil? Zakaj se za nadaljevanje boja za doseganje še večje enakopravnosti v družbi torej ne uporablja drug kanal namesto modnega področja? Na ta vprašanja bom skušala odgovoriti v nadaljevanju.

Menim, da se pri tem prepleta več faktorjev: estetska izbira, občutek telesne svobode, pridobivanje identitete in enakopravnosti ter vpliv popularne kulture z mediji, ki zmeraj znova ustvarjajo nove podobe moderne ženske.

2 ANDROGINOST

Androgenost je pojem, ki se nanaša na kombinacijo moških in ženskih lastnosti. Spolne dvoumnosti je mogoče najti v modi, spolni (gender) določitvi, identitetah ali življenjskih slogih v spolnosti (Wikipedia 2014a). Androgenosti je torej veliko, a s pregledom različnih tem želim najprej raziskati in razjasniti skrivnost pojma, ki bega večino ljudi.

Iz zgodovinskih virov je znano, da je slabih 400 let pr. n. št. o tem razmišljal že Platon, ki je v svojem *Simpoziju* definiral androgenost in jo postavil v stik z božanstvi. Kasneje se je ta pojem pojavljal kot utelešenje popolnosti ženskega in moškega pola, ob boku raznih socioloških in fizioloških definicij. Izvorno pripoved o androgenosti pa je mogoče najti tudi v simboliki vrhovnih identitet v večini religioznih sistemov, najbolj opazno v hinduizmu, budizmu in grški mitologiji. (Zolla 1981, 5) »Da bogovi lahko dosežejo popolnost, se ne morejo nahajati znotraj prostora, ampak je prostor del njih. Popolni so ravno zato, ker vsebujejo vse prvine in nasprotja. Če so božanstva res nastala po človeški podobi, potem je jasno, da tudi mi hočemo to popolno zmes fizičnega in metafizičnega, telesa in energije.« (Zolla 1981, 6)

Obstajata dve definiciji androgenosti: fizična (interseksualnost): rojeni z moškimi in ženskimi spolnimi organi; in psihološka: ta združuje maskulnost in femininost oziroma moške in ženske lastnosti. Pogostejša uporaba pojma androgenost se v družbenem kontekstu nanaša na zadnjo razlago. Kar se tiče spolne usmerjenosti, je lahko androgina oseba heteroseksualna, homoseksualna ali biseksualna. (Wikipedia 2014b) Heteroseksualnost je kot družbeno prevladujoča usmerjenost odraz dejstva, da je spolnost razredno določujoča. Tu ne gre za vprašanje ljubezni, ampak za dinamiko moči, ki se kljub iskanju idealov in identitete, zmeraj nagiba v prid moških. Se vendarle lahko naša falocentrična družba preko androgenosti znebi stereotipov, tako ženskih kot moških?

V primarni razlagi gre pri androgenosti torej predvsem za spojitev in združitev tako maskulinih kot feminilnih atributov znotraj človeške fiziologije. Iz sociopsihološkega ozadja so znani različni modeli, ki prikazujejo način, v katerem se moškost in ženskost združita tako, da so osebne lastnosti izražene na bolj edinstven način kot pri klasičnem modelu. (Bem 1993, 6) V okviru adolescence morajo otroci izbirati med številnimi dimenzijami, vendar spolna

vodi do reguliranih pravil vedenja, ki se podrejajo kulturni definiciji, kaj pomeni biti moški ali ženska.

Odvisni smo tudi od samopercepcije in še zmeraj imamo identitetne krize, kljub temu da v tem tisočletju preberemo več psiholoških in duhovnih knjig kot kadarkoli prej. Bi se domneva, da bi se, če bi se definirali kot brezspolna bitja, počutili manj zmedene, uresničila, ali so naša vprašanja temelj za nadaljnje raziskovanje sistema spolne binarnosti? Kje se v tej zgodbi iskanja posameznika znajde androgino bitje?

Najbolj znan pogled na androginega posameznika je ravno tisti, ki izhaja iz pogleda modulacije in ravnotežja. Moškost in ženskost sta kot skrajni tendenci, ki se pojavljata kot ločeni in samostojni kategoriji. Dominantne agresivne maskuline lastnosti blaži feminilna občutljivost in obratno: ženska podrejenost in spoštovanje sta uravnotežena z moško neodvisnostjo in samozavestjo. To navidezno ravnovesje je bilo tudi osnova za prvo konceptualizacijo androginitete, kot jo je v sedemdesetih letih opisala ameriška psihologinja Sandra Bem. Tako imenovan aditiven ali dodan model je danes najširše sprejet in одобren. Androginiteta tu predstavlja seštevek neodvisnih vplivov na maskuliniteto in feminilnost. (Wikipedia 2014b) Gre za princip »več je bolje«, v katerem se obravnavajo višje standardizirane lastnosti obeh spolov v posamezniku, ki se mu dodeli naziv androginiteta in tako postane to bolj prednost kot slabost.

Novejši multiplikativen ali interaktiven model pa se osredotoča na posledice, ki izhajajo iz kombinacije moškosti in ženskosti, kjer fenomen androginitete nakazuje edinstvenost, ki je presežek teh dveh polov. Androginiteta zato ne poskuša upravljati z razmerji med nasprotji, ampak samo teče med njimi. (Bem 1993, 8) Poleg tega Bem trdi, da je heteroseksualnost podshema, ki spodbuja razvoj socialnega spola. Ta podshema trdi, da naj bi se moški in ženske med seboj razlikovali. Tako hipoteza razlaga, zakaj so navzkrižne spolne interakcije bolj verjetno kodirane s seksualno vsebino. Tako imajo ti posamezniki splošno pripravljenost za sklicevanje na heteroseksualnost v socialnih interakcijah, obnašajo se drugače pri posameznikih nasprotnega spola, ki se jim zdijo privlačni oziroma neprivlačni. (Wikipedia 2014c) Seveda se lahko ljudje spreminjamo kadarkoli v svojem življenjskem poteku. Menim, da zato, ker je spolna identiteta postala bolj fluidna in bolj neodvisna od atribucij spolov. To pa ne pomeni, da te spremembe niso boleče in povezane s tveganji.

Moderno izkoriščanje seksualnega čara je privedlo do bolj prikritih vidikov. Zamišljen in svež videz androginitete lahko splete svojevrsten in hrepeneč učinek. Ta nas lahko »preganja« bolj kot očitna moška ali ženska zapeljivost. Moška feminilna stran in ženska maskuliniteta postaneta vidni, ko prevlada očitna vzvišenost. Moška »ženska stran« bo nato delovala kot ogledalo za ženske (in obratno), vendar bo tudi uveljavila svoj ženski šarm na samih moških. Če pogledamo skozi oči psihoterapije, vidimo, da je pri teh podobah moteče, ker zrcalijo tudi nedosegljive »borderline« dele lastnega Jaza in tako poleg fascinacije kažejo tudi nezadovoljstvo z lastnim telesom. (Zolla 1981, 51) A ta skrivnostna androgina podoba nas fascinira in v času, ki je osredotočen na posameznika in ne na skupnost, je to še ena iluzija, ki strmi k nadgradnji, a hkrati kaznuje z večnim prilagajanjem in hitrimi spremembami.

Tudi spolnost je sedaj vedno manj povezana z razmnoževanjem, fizični napor pa vedno pogosteje prepuščamo strojem, zato se telesu, osvobojenem spon, odpira doslej neznano polje svobode in izraznosti, ki ga moda izkorišča kot proizvodno energijo, ko prireja predstave zapeljevanja, namenjenega lastni proizvodnji. (Galimberti 2011, 106)

Tako se meje med tipično moškim in tipičnim ženskim brišejo ali mešajo. A vseeno mislim, da nismo tako svobodomiselnih, kot menimo o moderni družbi. Saj se dojenčkom, ki se rodijo z dvojnimi spolnimi znaki, po navadi pripisujejo napake v razvoju – tako se znanost in starši odločijo po lasti volji, ne pa v prid samostojni človeške entitete, ki se je pravkar rodila.

2.1 ZGODOVINA ANDROGINOSTI

Androginit se je v modi pričela, še preden so ljudje poznali ta pojem ali ga obravnavali kot stilski simbol. Ivana Orleanska je s svojimi kratkimi lasmi in zagnanostjo privedla francosko vojsko do zmage v bitki. Emancipacija kraljice Elizabete iz dinastije Tudorjev velja za eno prvih primerov ženskega osvobajanja od takratnih družbenih norm, saj sta njeno devištvo in upor poroki proizvedla kultno vedenje takratnih žensk ter dosegla ikoničen status v umetniških delih.

Na področju slikarstva so skozi zgodovino ekscentrični slikarji vzbujali domišljijo s svojimi deli. Sledi androginit je mogoče opaziti od staroegipčanskih poslikav do moderne umetnosti, ki je premikala meje. V enem izmed najbolj prepoznavnih del, Da Vinci jevi *Moni Lizi*, je skrivnostnost slike povezana tudi z vprašanjem identitete oziroma spola obraza. Marcel Duchamp se v dadaizmu opira na teorijo ravnotežja med moško in žensko stranjo, da bi dosegel ideal, ki ga Salvador Dali v svojem psihoanalitičnem nadrealizmu naslika na platno. *Metamorfoza Narcisa* (1937) odraža tematiko lepote, ko je v mitu Narcis zaljubljen v svoj odsev. Velike figure v ospredju imajo moški spodnji del telesa, zgornji pa pripada ženski. (Graham 2002) Razlaga morda leži v tem, da se prav Dali ni maral odločiti le za eno od teh kategorij. Nadrealizem in dadaizem pa sta nasploh bili obdobji v umetniškem izražanju, kjer se je kazala obsesija z alternativnim pogledom na seksualnost in spol.

Eden prvih poskusov androgine literature je uspel Virginiji Woolf z delom *Orlando* (1928), leto po izidu pa je sama podala definicijo pojma androginit. Osredotočala se je predvsem na binarnost ustvarjalnega uma, ki niha med moškim (maskulinim) in ženskim (femininim). Številni so njeno teorijo razumeli kot ravnovesje nasprotij ali kot vizijo samodestruktivnega narcisizma, ker ni sovpadalo s takratnimi družbenimi pravili. (Kozjak 2012, 11) Zagledanost vase se pri liku Orlanda navezuje na modo, saj kljub mentalni svobodi daje velik pomen ustreznosti oblačil. Menim, da je njegova nestanovitnost v bontonu in muhasti odnos do oblačil, dobro pokaže konfliktnost v Orlandovem nenehnem boju: katera zunanja podoba in vedenje je primerno za moške in katero za ženske?

Androginit se je kot modni trend zelo očitno pojavila že v dvajsetih letih 20. stoletja – gre za t. i. *flapper girls*. S krajšimi kroji oblek in osvobojeni korzetov so mladi prirejali plese in se začeli bolj odprto pogovarjati o spolnosti. Suhljate, deške ženske postave so postale ideal;

prav tako hedonistično vedenje, ga povezujemo z njihovim žurerskim 'imidžem'. Začetek bolj liberalnega stila življenja za ženske se je jasno kazal v eksperimentiranju z ličenju, v vožnji avtomobila in v zavračanju moške nadvlade v političnem dogajanju in za domačim pragom.

Po koncu druge svetovne vojne, v času spremenjenih perspektiv, se moški – bolj praktični in preprostejši – stil za delo premakne na področje zaposlenih žensk, ki se množično premaknejo iz študilnice za tovarniški trak. Na začetku prejšnjega stoletja je Hollywood pod žaromete postavil Katharine Hepburn ter njeno verzijo pri moški garderobi navdihnutih zapetih srajc in klasičnih dolgih hlač. To je povzročilo razburjenje med takratnim ženskim občinstvom in modnimi navdušenkami, ki so prisegale na ženstvenost in eleganco. (Morley 2012) Marlene Dietrich, še ena od inspiracij v androginem modnem svetu, je vse od začetka svoje kariere svobodno nosila moške kose (klobuk, suknjič, kravata ...) in apelirala na nov videz. Mogoče je tako tudi izražala svojo biseksualnost. Zelo znan je njen stavek: *I dress for the image. Not for myself, not for the public, not for fashion, not for men.*¹ (Kennison 2002) Ta izjava sicer v današnjem, vase zazrtem svetu več ne vzdrži popolnoma, je pa zamajala takratno mišljenje in potisnila abstraktne teorije naprej v prihodnost.

V času revolucije v šestdesetih letih prejšnjega stoletja je glasbeno in modno industrijo navdihnilo raziskovanje samostojnosti s poudarkom na individualni svobodi. Osvobodilno gibanje za ženske in izum kontracepcijske tabletki sta zavrgla idejo, da so ženske "naravno" bolj pasivne, čustvene in šibkejše od moških. Pojma androginosti pa v družbi niso sprejeli, vse dokler ni Sandra Bem leta 1976 predstavila pojma psihološke androginosti. (Lee 2005) Preusmerjanje pozornosti z biologije na človeško psiho je pripomoglo k notranji revoluciji ljudi, ki so bili nekakšni odpadniki družbe.

Lezbijke in geji so tako v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja preko osvobodilnega gibanja sprejeli idejo androginosti, saj jim je omogočala izražanje, ki je bilo prej prepovedano. Veliko lezbijk si je postriglo lase, nosile so flanelaste srajce in delavske čevlje ter se izobraževale na avtomobilskem in gradbenem področju. Hkrati so ponosno razvijale svojo novo identiteto kot ženske. Geji so pokazali svojo žensko plat z bolj javnim eksperimentiranjem, z ličili in preobleko. A ta razcvet ni bil želelen samo znotraj teh zatiranih skupin.

¹*Oblačim se za imidž. Ne zase, ne za modo, ne za moške.*

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja se je vzdušje debate med spoloma razširilo tudi izven gejevske in lezbične skupnosti. Vsebina za premik iz dihotomije moški/ženska na gej/lezbijka ni več ustrezala mladim homoseksualcem, ki so začeli iskati svoje mesto v svetu. Začeli so širiti definicijo androginitete – vanjo niso vključevali le tistih, ki imajo značilnosti obeh spolov, temveč tudi tiste, katerih spola ni bilo mogoče ugotoviti, in tiste, ki se niso hoteli identificirati s tradicionalnimi spolnimi kategorijami. Čeprav so "izobčenci" bolj navzoči v urbanih družbah, je socialni konstrukt spola še vedno precej dosledno izvajan. Tisti, ki ga izpodbijajo, tvegajo sankcije v osebnem življenju. (GLBTQ 2014) Tako na žalost še zmeraj slišimo tragične zgodbe o skrivanju in potlačitvi spolne usmerjenosti, kar seveda vpliva na posameznike in daje družbi vlogo paznika, ki iz lastne nevednosti ustrahuje zapornike.

S potekom zgodovine in postopnimi družbenimi premiki je mogoče tudi razložiti, zakaj so nekateri današnji moški prestopili bolj na feminilno stran in zakaj je metroseksualnost tako dobro sprejeta. Če so ženske zaznale enakopravnost v manjši porabi kozmetičnih izdelkov, je sodobnejše razmišljanje z oglaševanjem in vplivom različnih medijev pripeljalo do tega, da ni nič sramotnega, če moderni moški bolj skrbijo zase tudi s pomočjo lepotnih izdelkov (čeprav moramo priznati, da je kozmetika še zmeraj bolj domena žensk in da pretirano moško negovanje kmalu privede do negativnih izjav).

Kljub bogati zgodovini je imela androginiteta negativno konotacijo, kar se je kazalo predvsem v družbeni (ne)sprejetosti oziroma zavračanju. Zares je lahko prišla do razvoja šele v zadnjih nekaj desetletjih, ko se je preko modnih trendov izbrisalo tradicionalno gledanje na spolno razlikovanje in se je začelo priznavati več pravic tudi homoseksualnim parom. Osebe, ki so se prištevale med androgine, so se skozi različne medije lažje izražale, brez občutka sramu in neodobravanja. Z brisanjem mej, združitvijo trgov in mešanjem kultur si je androginiteta utrla svojo pot do globalnega »mainstreama«. Je že dosegla svoj vrh in se je umaknila v ozadje ali se ta zgodba še zmeraj pospešeno nadaljuje?

Če pogledamo aspekt vsakdanjega življenja, je očitno, da je porast samskih ljudi in staršev samohranilcev v družbi vodilo do avtonomije posameznika. Močno obravnavana v demokratični ureditvi je individualna avtonomija posameznika v skladu s posameznikovimi pravicami; od sreče in svobode do osebne izbire življenjskega sloga. Osebna svoboda vključuje tudi pravico do izražanja spolne usmeritve.

Zdi se, da je skupaj s spremembami načina življenja družba sprejela spolno raznolikost kot manifestacijo človeštva. (Carlson 1995) Nemčija je lanskega novembra postala prva evropska država, ki je tudi uradno priznala biološko nedoločni spol oziroma družbeno določen t. i. tretji spol. Država je odločitev sprejela po priporočilu ustavnega sodišča, ki meni, da je takšna odločitev osnovna človekova pravica. (RTV 2013) Zanimivo bo videti, kako hitro (če sploh) bodo ta zakon sprejeli tudi v drugih državah.

Naraščanje globalne privlačnosti androgynosti kaže, da ima sodobna teorija evolucije večjo »težo« kot tradicionalne doktrine krščanstva. Nekateri menijo, da je androgynost le trenutni trend, drugi pa mislijo, da je to del našega razvoja. A ena stvar se zdi neizogibna: svet postaja vse bolj integriran in zapleten in družba bo sprejela spremembe kot družbene norme, da se v svojem razvoju premakne naprej. Dokler to ne »ogroža« strukture in delovanja družbe v večjem obsegu, je androgynost le še ena človeška »iznajdba« in malce ironično – popredalčkanje tega, kar sama ne želi biti.

2.2 ANDROGINOST V POPULARNI KULTURI

V osemdesetih letih prejšnjega stoletja se je pojem androginiosti začel pojavljati v lezbičnih in gejevskih skupnostih oziroma v sklopu njihovega boja za pravice, nato pa se razširil med množico. Od osemdesetih let dalje Hollywood proizvaja filme, ki prikazujejo čutne lepoticke – Sharon Stone (*Basic Instinct*), Milla Jovovich (*Resident Evil*) in Uma Thurman (*Kill Bill*) – kot inteligentne, nevarne in močne nasprotnice v vodilnih vlogah. Dandanes se pričakuje od zvezdnic, da odigrajo akcijske like in nevarne akrobacije tako dobro kot njihovi moški kolegi.

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja doseže androginiost vrhunec, saj se dobro poveže z »grunge« modo. Poleg modne industrije so za to »krivi« zvezdniki popularne kulture, ki se že dlje časa igrajo s spolnimi identitetami (npr. v svojih videospotih) in skušajo prečkati spolne bariere, bodisi iz svojih ustvarjalnih vzgibov bodisi iz želje šokirati ljudi. Madonna in Michael Jackson sta v letih, ko je kraljevala televizija in je vizualna podoba včasih premagala talent, v fizičnem in modnem smislu združevala attribute obeh spolov in tako svojim oboževalcem in kritikom pošiljala nove informacije o spolnih identitetah in zanimanju za androgin videz.

V tistem času, ko je Shania Twain prepevala svoj hit: *Man! I feel like a woman*, so moški igralci (heroin chick), kot npr. Leonardo DiCaprio, preko romantičnih likov lansirali t. i. koščeni videz (skinny look), ki je pomenil preobrat za moškost, ki je prej promovirala mišičasto telo kot znak maskulnosti. Vse to se je zgodilo po tem, ko so v sedemdesetih in osemdesetih glasbeni solisti, kot so bili David Bowie, Boy George, Prince, Annie Lennox in Grace Jones, pretresli družbene norme, bili skrivnostni glede svoje spolne usmerjenosti in kombinirali moške in ženske kose oblačil. (povzeto po Johnson 2011)

Z novim tisočletjem se je torej androgin videz čedalje pogosteje pojavljal v svetu manekenstva. Od enega desetletja do drugega se je spreminjal lepotni ideal za moške in za ženske. A smo od baročnih postav v letu 2000 doživeli prelom, nove podobe so postale brezspolne in provokativne, čeprav velikokrat namenjene le zabavi. (Kaufman 2009) V popularni kulturi lahko izpostavimo igralki Tildo Swanson (tudi obraz več modnih znamk) in Cate Blanchett, ki v biografskem filmu *Sedem obrazov* igra Boba Dyana. To je drug obraz uprizoritvene umetnosti, saj so v preteklosti moški pokrili vse ženske vloge (npr. elizabetinsko gledališče). V zadnjih letih pa veliko pozornosti ukrade pevka Lady Gaga, ki si je celo ustvarila moški alter ego, kot del njenih nastopov in pojavljanja v javnosti.

Če so razlogi za androgino zunanost lahko različni, je očitno, da je to poskus zveznic, da bi naredile večji vtis na oboževalce in si podaljšale kariero. Taka izraznost je pozitivna za mlade ljudi, ki iščejo načine izražanja, a še zmeraj je npr. veliko manj komičark kot komikov. Razlog se morda skriva v tem, da se ženske v tej poziciji lahko norčujejo samo iz »ženskih« problemov, moški pa imajo večje polje izraznosti.

Ne zdi se mi čudno, da nekateri mislijo, da so »groteskne« pojave na rdeči preprogi odraz narcisizma in potrošništva, se pa motijo glede ogroženosti tradicionalnih vrednot. Te so lahko upoštevane ne glede na znake iz večernega ogleda MTV-nagrad, velik del tega je seveda šov in ne kopija realnosti naslednjega jutra.

2.3 ANDROGINOST V MODNI INDUSTRIJI

Medtem ko se je androgina osnova začela v fiziologiji in antropologiji, se je kasneje razvila preko socioloških in psiholoških teorij, življenjskem slogu ter svoje največje razsvetljenje skozi umetnost našla prav v modi. Tu se princip androginiteti uporablja predvsem kot koncept lastnega individualizma, po katerem je androgin posameznik (ne)hote ločen od množice. (Wikipedia 2014a) Koncept seveda ni nov, saj so zmeraj obstajali nekateri, ki so predstavljali odklon od družbenih norm: v 18. stoletju npr. Beau Brummell, sto let kasneje Charles Baudelaire, nato Marlene Dietrich, kasneje David Bowie ... itd.

Moda je v preteklosti že tvorila in razmišljala o konceptih lepote in spola. To je služilo ne samo kot oblika samoizražanja in identitete, temveč tudi kot sredstvo za odkrivanje vlog socialnega spola. Nasprotno pa je moda stroga pri oblikovanju identitete, ki povezuje spolne vloge in druge socialne znake, vključno z družbenim razredom in kulturo. Te stvari lahko vse prevečkrat razvrednotijo posameznikovo lastno identiteto. Moda je vendarle medij, s katerim lahko preučimo omejitve, in predstavlja osvoboditev kompleksnega spektra konotacij, vezanih na spol. (povzeto po Young 2007) Zaradi tega pa so oblačila sredstvo, s katerimi se lahko hitro in učinkovito »preobrazimo« in osvobodimo spon.

Androginitet je bila rdeča nit mode že desetletja; mnogi oblikovalci gredo v lansiranje takšne kolekcije, čeprav so v prvi vrsti osredotočeni na oblikovanje samo ženske ali samo moške linije. Razlog je tudi v fascinaciji javnosti s tem pojmom, saj je pogosto tabu v zahodni kulturi, čeprav gre za spolno nevtralen izraz. Ikonično androgini kosi oblačil so vzeti iz del priznanih modnih oblikovalcev, kot so Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier, Ann Demeulemeester in John Galliano. (Jin En 2013) Od visoke mode pa proizvodnja kmalu doseže navadne smrtnike.

Da bi izkoristili vse večjo družbeno naklonjenost androginiteti, je modna industrija spodbujala porast modnih oblikovalcev (Helmut Lang, Giorgio Armani, Pierre Cardin) za svoje »unisex« kroje oblačil. Glamurozni manekeni in manekenke s športnimi androginiteti oblačili se pogosto sprehajajo po modni brvi in pozirajo za naslovnice modnih revij. V zadnjem času se kozmetična podjetja trudijo privabiti metroseksualce s kozmetičnimi izdelki, ki so nekoč veljali izključno za ženske; poskočilo pa je tudi število lepotnih operacij za oba spola, kar izraža našo pretirano obremenjenost z zunanjim videzom.

Androgine podobe v modni sferi (kot tudi na osebni ravni) iščejo svoje samostojno mesto in varnost pred zunanjim svetom. Glavni poudarek, ki prihajajo od teh modnih ustvarjalcev, je individualno izražanje. (Johnson 2011) Ni dvoma, tako sporočilo ima veliko privrženecv: tiste, ki potrebujejo razlog za upor, kot tudi tiste, ki si resnično želijo, da bi bili cenjeni kljub njihovi »drugačnosti«. Vsi si želimo biti sprejeti in mislim, da si modna industrija tudi zato lahko privošči hitro menjavanje odgovora, »kaj je sedaj modno«, saj večina ljudi dokaj zvesto sledi smernicam.

Za spremembo trendov obstajajo številne sile, ena glavnih pa je zagotovo družbena nestabilnost identitet. Modno trženje črpa iz kolektivnih družbenih skupin, ki določajo nostalgijo, medtem ko vzpostavljajo nove trende. Naša družba in njene podskupine se znotraj igrajo z določenimi nasprotujočimi si lastnostmi, kot na primer maskulnost proti femininosti, delo proti prostemu času in konformnost proti uporništvu. (Schafer 2012) Če naša miselnost temelji na bipolarni miselnosti, ni nič čudnega, da je včasih težko videti »sivo« namesto »črno-bele« slike.

Današnjim generacijam se zdi moderno zavreči staromodne vrednote in miselnosti, ki ne odobravajo mešanja stilov med spoloma in androginega videza. Vendar pa ni vsaka razlaga za privlačnost androginiteti racionalna, moda je le svojevrsten pojav. Nenehno se spreminja, večkrat neodvisno od ostalih dejavnikov.

Ena najizrazitejših pregrad, ki jih mladina z načinom oblačenja ruši, je tista med moškim in ženskim. »Ženska oblačila«, ugotavlja Roland Barthes, »lahko prevzamejo skoraj vse značilnosti moških, ta pa ženskih praviloma ne prevzemajo, kajti poženščenje moškega je še vedno predmet družbene prepovedi.« Tabu drugega spola pa nima iste moči nad mladimi, saj se ti v oblačenju nagibajo k androginiteti. Tako je zato, ker pri mladem človeku »mladost zabriše pomen spola, kar retoriki mode podari izraze, kot so mladosten, še vedno mlad, večno mlad, ki ugled in privlačnost v večji meri navezujejo na starost kot na spol. (Galimberti 2001, 103) Mladi uporniki so zmeraj skušali živeti za trenutek, zato je njihova mladost usmerjena na aktualno dogajanje, kamor se uvršča tudi videz oziroma modno dogajanje.

Na modnem področju so vsi začeli posnemati trende, a vendar vsak počne to malo drugače. Originalnost je seveda bistveno povezana z individualnostjo. Moderna se gradi na

originalnosti, avtonomnosti, individualni nezamenljivosti subjektov. Moderna od tod črpa svojo ustvarjalno energijo. (Ule 2000, 19) Ta ustvarjalnost se lahko izraža na mnogo načinov in odseva tako našo identiteto kot odraz družbenega dogajanja.

V družbi izobilja in vizualnih sporočil, kakršna je naša, je identiteta vsakogar od nas vedno bolj ujeta v predmete, ki jih posredujemo. Te predmete pa je mogoče nadomestiti, celo »moramo« jih zamenjati z drugimi; vsako vabilo mode je poziv k uničenju. V tem dogajanju moda potrošnike izrablja kot svoje zaveznike, da bi svojim proizvodom podelila smrtnost, ki je hkrati tudi zagotovilo za njeno nesmrtnost. (Galimberti 2011, 107) Ta začaran krog z večplastnimi dejavniki je razlog, zakaj nas moda krati fascinira, ko npr. gledamo modno revijo, a nam daje občutek normalnega stanja, da o njej ne razmišljamo, ko se zjutraj avtomatsko oblečemo v »svoje« najljubše kose.

Moda in oblačenje potemtakem nista samo načina, s katerima se družbene skupine konstruirajo kot družbene skupine in prek katerih sporočajo svojo identiteto. »Sta zatorej ideološka v tem, da sta prav tako del procesa, v katerem družbene skupine ustanavljajo, ohranjajo in obnavljajo položaje moči, odnose nadrejenosti in podrejenosti.« (Ule 2000, 56) Nas je moda že preveč vsrkala pod svoj vpliv? Nasvete lahko zaznamo skoraj kjerkoli.

Poleg nasvetov o življenjskem stilu ne smemo spregledati vpliva, ki ga ima modna fotografija. Ta je nedvomno temeljni dobavitelj podob in eno najmočnejših sredstev za ustvarjanje moških in ženskih podob ter komuniciranje o njih. Skupaj s hollywoodskimi filmi daje na razpolago mnoge podobe različnih načinov gibanja, opravljanja različnih dejanj, nošenja različnih oblačil in tako naprej. Znaki in označevalci v modnih revijah imajo veliko moč, saj ustvarjajo fantazije, ki jih skušajo približati ženski populaciji, ne glede na praktičnost ali zmožnost posameznice. (Bernard 2005, 161) Bralke s šibko samopodobo in nekritičnim branjem pa to lahko pripelje do izgube realnosti; posledice so tako nakupovalna odvisnost kot motnje hranjena. Bolj ko se androginitet oglašuje v modni industriji, več ljudi doseže preko različnih medijev. To pa ne pomeni, da bosta homofobija in strah pred drugačnim popolnoma izginila, ker modna industrija spodbuja androgine manekene. Za mnoge je moda le neresna in nerealna fantazija in ne doseže vseh ljudi. A zdi se mi, da si je vsekakor utrdila svoj položaj v družbi, ne glede na to, kako strogo gledamo nanjo.

3. PSIHOLOGIJA OBLAČENJA

Dnevi, ko so se človeška bitja oblačila samo iz varnostnih in fizioloških razlogov, so že davno mimo. S Simmelom se začne modo interpretirati kot fenomen, preko katerega se posameznik integrira v skupino in družbo, ker je to njegova potreba, družba pa ga sprejme in mu zagotovi mesto, s tem pa tudi neko določeno socialno identiteto. (povzeto po Prijon 2008, 59) Na drugi strani pa posameznik preko mode poskuša potrditi lastno individualnost, ne glede na predpise in pričakovanja družbenih vlog. Goffman modo opredeljuje kot možnost oddaljitve od vlog, ki jih človek vsak dan prevzema in opravlja, da lahko opravlja tudi druge vloge. Svojo teorijo aplicira na gledališče. Posameznik se oblači, da bi odigral različne vloge in osebnosti na odru realnega življenja. (Prijon 2008, 61) S tem se lahko poistovetimo vsi, saj posameznik opravlja vlogo matere, prijateljice, gospodinje ... vsaka vloga pa zahteva določeno podobo, ki jo je potrebno uskladiti s celoto, da se počutimo kot zadovoljno in večplastno bitje.

»Skozi igro mode se preoblačimo (zakrinkamo) v drugega, ne da bi pri tem izgubili svojo identiteto. Vsi imamo potrebo, da nekemu/nečemu pripadamo in se od nekoga ločimo, če ne drugače po obleki. Moda je imitacija že podanega modela, s katerim se poteši želja posameznika po pripadanju in po ločevanju od drugih. Gre torej za komplementarni in sočasni protislovji: Nisem nekdo.« (Prijon 2008, 61) Ker je včasih to težko uskladiti, se zdijo modni nasveti in vzorniki nadvse privlačna in zaželena pomoč.

Posameznik ima željo poistovetenja z nekom, ki ga vidi kot vzornika pri oblačenju in lepoticenju, saj meni, da ima ta oseba stil, ali mu je preprosto všeč. Bistvo pri modi in oblačenju je posnemanje, to je točka opore za posameznike, ki so notranje nesamostojni, njihova zavest pa potrebuje pozornost in občutek posebnosti. Tako moda dopolnjuje nepomembnost in nesposobnost osebe, da bi svoj obstoj individualizirala le iz sebe ter mu omogoča pripadnost nekemu krogu, ki ga zaznamuje in povzdiguje. (Simmel 1998, 242) To seveda velja, tudi kar se tiče spolne identitete.

Oblačenje je tudi način, kako posameznik konstruira, reproducira in signalizira ženstvenost oziroma moškost (Bernard 2005, 160). Obleka je jezik oz. neverbalna komunikacija, medtem ko je obleka manifestacija intimnih misli. Vsaka ženska ima tako lasten sistem govora, sporočanja etične in politične prepričanosti, lasten življenjski stil, ekonomski in družbeni položaj; kar tvori njeno osebnost in umestitev v družbo. (Skumavc 2002, 115)

Seveda pa je ta indetifikacija družbeno pogojena, v radikalnejših družbah celo omejena. Obleka je način samopredstavitve, sanjarjenje in neke vrste utopija. Barve, kroji, materiali ... vse to je lahko pokazatelj, kaj si ljudje želimo. (Krpich 2003, 178) Malenkosti pa vendarle pokažejo tudi širšo sliko.

Ljudje tako komuniciramo (zavedno in nezavedno) preko sebe skozi oblačenje. Tako kot naše navade, lahko tudi naš osebni stil postane »prislini jopič« v našem življenju. Nekatere raziskave kažejo močno povezavo med obleko in obnašanjem, razvojna in kognitivna psihologija pa nam lahko pomagata razložiti notranje vzgibe za posameznikove modne odločitve in njihov vpliv na druge. Modna industrija se poigrava z našo nasprotujočo si potrebo po vključenosti v družbo in izstopanjem iz nje. Uspelo ji je, da povezujemo svoja stanja in občutke z določenim oblačilom, poslovni suknjič in dolga večerna obleka sta na primer sinonima za uspeh in eleganco. (Pine 2011) Še zmeraj ljudje povezujemo fizično občutje, ki ga dajejo oblačila, s statusom in pobegom iz napornega življenja, s fantazijo o pripadnosti ali s tem, da smo ponosno drugačni od drugih.

Vendar naš občutek udobja hitro mine, saj večina od nas ne dosega strogih meril glede velikosti, postave ali življenjskega sloga iz proizvedenih stereotipov modne industrije. Namesto tega neprestano hrepenimo po idealih, kar slabo vpliva na našo samozavest. Medtem ko je lahko moda glamurozna in zabavna, je prav tako lahko škodljiva. Tako se tukaj pojavi »boj« med svobodnim samoizražanjem in modno nadvlado naše krhke identitete. (Pine 2011)

Ideje o naših telesih so torej odraz kulture, ki smo ji izpostavljeni. Želja po idealnem telesu, ki ga strukturira družba, pa pomeni manipulacijo telesa kot razstavljenega objekta, ki ga skozi modni okvir usmerja ekonomija, oglaševanje in mediji. To je pripeljalo do množične psihologije, ki ločuje ljudi od njihovih teles. Telo je zgolj podpora, brez simbolne vrednosti, ki se razlikuje od sebstva in se kaže brez vesti. Je kot blago, katerega vrednost se dviga ali pade, odvisno od tega, kako ga primerjamo s strukturiranimi vzorci modnega sveta.

(Ribeiro 2013) Vendar pa vrednotenje ni simbol svobode, po kateri tako močno hrepenimo. Mir težko najdemo v neravnovesju.

Moda izkorišča zakonitosti psihološko-socialnih družbenih vlog, spreminja delo v brezdelje in rešuje problem identitete: »Če hočete postati to, se oblecite takole.« Tako zlahka naredi čudež, za katerega se ni treba nič truditi: dovolj se je ustrezno obleči, pa je delo opravljeno, ne

da bi se ga v resnici lotili. Zato je čas, da se vprašamo: kako moda vpliva na izgradnjo in ohranjanje osebne identitete? Galimberti meni, da pogubno. Kjer stvari izgubljajo trdne temelje, se namreč svet razblini, z njim vred pa naša identiteta. Modni proizvodi obstajajo samo porabi na ljubo, če pa se ji izognejo, jih zamenjajo z »novimi in boljšimi« proizvodi, ki jih s seboj prinesejo tehnološke inovacije. (Galimberti 2011, 109–111) Če znanost tako hiti, kam potem drvi moda? Kaj je sploh še lahko novega glede naše podobe?

Vsi modni kreatorji se nagibajo k vzburjanju pohujšanja in prekoračitvi meje okusa. Zato mora imeti podoba, ki jo ponujajo, vsaj nekaj skupnega z nami, saj nas sicer ne more zares »vreči iz tira«, tudi če ob njej ne ostanemo ravno hladni. Vendar se je zato treba izražati v kreacijah, v katerih bo spet prišla do izraza heteroseksualnost, da se bomo lahko prepoznali v podobah, ki se bodo ujemale z moškim pogledom na žensko in ženskim pogledom na moškega. Šele tedaj se bosta moški in ženska srečevala z manj strahu, manj sumničenja in manj zadrege drug pred drugim. (Galimberti 2011, 117) Modne smernice za letošnjo sezono se strinjajo, saj je ženska podoba ponovno ujeta podoba iz preteklosti, ko je bil glavni ženski okras rdeča šminka in ozek pas.

4 INTERVJUJI

Do sedaj smo videli, kako zgodovinski, družbeni in različni mediji vplivajo na modne podobe in odločitve obeh spolov, še posebej na ženske. Sedaj pa bom sama skozi krajše intervjuje skušala razvozlati mit okoli androginosti in izposoje iz moške omare.

Pri polstrukturiranem intervjuju si raziskovalec poleg splošne sestave intervjuja, v kateri postavi cilje, ki naj bi jih z intervjujem dosegel, vnaprej pripravi tudi nekaj bistvenih vprašanj, navadno odprtega tipa, ki jih postavi vsakemu vpraševancu, preostala vprašanja pa oblikuje sproti med potekom intervjuja. Polstrukturirani intervju je zelo prožna tehnika zbiranja podatkov: uporabi se lahko zaprti ali odprti tip vprašanj, odgovori vpraševanca so lahko kratki, lahko pa odgovarja v obliki pripovedi, uporaben je pri študiji primera in tudi na večjih vzorcih, lahko se uporablja kot samostojna tehnika zbiranja podatkov ali v kombinaciji z drugimi tehnikami. (povzeto po Termania 2008) To metodo sem izbrala, ker menim, da bom lahko tako prišla do bolj jasnega zaključka.

Raziskavo sem izvedla med osmimi ženskami starimi od 16 do 31 let – povprečna starost je bila 24,5 let (od dijakinje, največ je bilo študentk, do zaposlene ženske). Večinoma prihajajo iz osrednje Slovenije. Odgovarjale so posamično in v živo. Intervjuji so potekali od marca do junija 2014, s posameznicami sem se dobivala v Ljubljani v sproščenem okolju. Zaradi anonimnosti jih bom označila s črkami od A do H. Ta pogovor je imel že vnaprej pripravljena vprašanja, a sem glede na odgovore posameznice o posamezni temi usmerjala pogovor s podvprašanji, da bi prišla do bolj točnih ugotovitev. Skušala sem odgovoriti, kako moje vrstnice razumejo pojem androginosti, kakšen pomen v vsakdanjem življenju in širše v družbi pripisujejo oblačenju v prvotno moške modne kose. Odgovore bom obravnavala po vrsti, tako kot sem imela zastavljen vprašalnik.

Moja testna skupina prepričljivo meni, da sledijo modnim smernicam, a jih ne upoštevajo strogo. Denimo, če določen trend ne ustreza njihovi postavi ali osebemu stilu, ne bodo zapravile denarja zanj. Če so tu soglasne, pa že naslednje vprašanje malce razdeli mnenja. Poznajo pojem androginosti. Svoj stil oblačenja opišejo kot mešanico stilov od sproščenega, pankerskega, hipsterskega, ženstvenega do alternativnega; samo ena pa omeni fantovski stil. Svojo izbiro utemeljujejo z estetsko izbiro, udobnostjo, dobrim počutjem in družbenimi konotacijami določenega kosa, dve pa priznata, da jima je samo preprosto všeč in da nimata

specifičnega odgovora, zakaj. Mlade ženske so prepričane, da jih vodi trenutni navdih in lastna volja, ko stopijo v trgovino. Pogosto razmišljajo kot čustvene potrošnice, zato vsak nakup tudi ni uspešen. A jim takoj sledijo modne revije ter modni blogi in tumblerji, precej vpliva imajo tudi ljudje, ki jih osebno poznajo, manj pa popularna kultura in idoli (igralke, pevke, manekenke). Zelo tipičen odgovor je, da je izražanje osebnosti in individualnosti skozi oblačenje nekaj, kar je zanje srednjega pomena, ni zanemarljivo in ni prioriteta v njihovem življenju.

Oseba A (2014) pa je podala zanimivo izjavo: *»Sama sicer rada mislim, da me inspirirajo moj lasten okus in notranji vzgibi, a se še zmeraj zavedam močnega vpliva kulture v kateri živim«.*

Naslednji sklop vprašanj pokriva kupovanje, izposoja in mnenje o moških kosih. Določljivega podatka pri vprašanju, ali nosijo kose iz moške linije oblačil, ni, saj dobra polovica nosi te kose, slaba pa ne. Tiste, ki so na prejšnje vprašanje odgovorile da, sem vprašala še, kje te kose dobijo. Večina jih kombinira več možnosti; izposoja od prijateljev, moških družinskih članov in fanta ter nakupovanje v izbranih trgovinah (tudi spletni) ali garažnih razprodajah, v trgovinah z rabljenimi oblačili. Le ena anketiranka pa si moške kose ustvari sama.

Oseba B (2014) je rekla: *»Najraje se znajdem in iz starih kosov od dedka po vzoru modernejših krojev ustvarim nekaj unikatnega. To mi daje večji občutek zadovoljstva, kot ko dobim vrečko v trgovini.«*

Širok spekter pa ponuja vprašanje, ki se tiče priljubljenosti trgovin. Najbolj pogost odgovor je švedska veriga H & M, a le z odstotkom manj sledi Zara in nato še ostale španske znamke, kot so Bershka, Stradivarius in Pull & Bear. Topshop in internetna prodaja imata srednje visok obisk, sledijo še trgovine Mango, New Yorker in Tally Weijl. Najmanj je obiska v izbranih butikih višjega cenovnega razreda. Slabo je zastopan tudi odgovor, da si oblačila izdelujejo same doma.

Nato sem prešla na zame najbolj pomembno temo, ki se tiče psihologije oblačenja. Zakaj sploh si izposojajo obleke od fanta, ali kupujejo na moškem oddelku in zakaj je kljub veliki izbiri v trgovinah še zmeraj velik užitek vzeti pullover svojega fanta? Tu so bile izjave zelo raznolike, a z nadaljnjim pogovorom lahko najdemo kar nekaj skupnih točk. Zelo množično

so odgovori zadevali praktičnost, udobnost, poživitev svojega oblačenja, vsečnost krojev, barv in vzorcev, ki jih zasledimo pretežno na moškem oddelku, večja raznolikost kombiniranja in doprinosa k svojemu stilu oblačenja; to so razlogi za prisvojitve ali nakup iz »moške omare«. Čeprav se strinjajo, da je izbira v trgovini velika (čeprav se nekatere pritožujejo glede ponudbe na ženskem oddelku), pa je osebno zadovoljstvo, občutek svobode in čustvena navezanost večja, ko vzamejo pullover svojemu fantu.

Zanimiv je stavek osebe E (2014): *»Včasih rabim, da pullover diši po njem in tudi njemu se zdim tako seksi.«*

Pomembna je tako estetika kot udobnost oblačil, skoraj vse so poudarile, da samo zaradi trenutne modnosti nekega oblačila ali sloga, ne bi zanemarile svojega okusa ali praktičnosti oblačil. Dve pa sta načeli debato o recesiji oziroma finančnih razlogih, ki spremenijo modno industrijo kot tudi posameznikovo obnašanje, kar se tiče oblek. Zdaj denimo bolj razmišljata, kaj potrebujeta na dolgi rok in o kombiniranju kosov; pravita pa tudi, da so izdelki vse bolj nekvalitetni.

Osebo (2014) D skrbi: *»Seveda me kdaj zamami, da bi si kupila kaj bolj ekstravagantnega, a se takoj spomnim, da se v tem ne bom tako sproščeno počutila ali še huje, da bom ta kos nosila samo enkrat.«*

In iskrena ugotovitev osebe F (2014): *»Da sem revna študentka, včasih ironično privede do pokvarjenih kombinacij.«*

Sprva se je zdelo, da niso izbirčne in zahtevne, kar se tiče mode, a naslednja poizvedovanja so razkrila drugačno podobo. Zelo tipičen odgovor je bil, da ženske v oblačilih, ki izrazito poudarjajo ženske obline, kot na primer oprijeto kratko krilo, oddajajo določena sporočila nasprotnemu spolu, kar dojemajo kot negativno in same tega nočejo. Nekatere so izrazile nenaklonjenost določenim barvam, kot so rožnata in pasteli, ker so preveč »punčkaste« in otročje, ali pa jih je treba nositi zmerno. Kljub temu, da so črne hlače tudi največkrat ozkega kroga, pa so bolj sprejete pri njihovih nakupih.

Med tradicionalno moškimi kosi, so lahko naštele več oblačil, ki so jih že nosile oziroma jih nosijo. Zmagal je t. i. blazer, a mu sledijo moški puloverji, jope in brezrokavniki. Priljubljena

so še moška pokrivala, t. i. boyfriend jeans, ter moški nakit ter kravata. Nič pa ni prišlo v poštev samo za eno intervjuvanko. Ali ženske te moške kose nosijo doma v zasebnosti zaradi udobja, ali jim predstavljajo opravo tudi, ko grejo ven, kot del njihove podobe pred ljudmi. Slaba polovica jih nosi v obeh primerih, ostale pa jih nosi samo doma oziroma nikoli. Glede manekenk, ki jih javnost krivi za slabo samopodobo pripadnic nežnejšega spola, me zato zanima, ali so postale premalo ženstvene. Zanimivo je, da so študentke, ki so v večini, menile, da ne, najstarejša je menila ja, dijakinji pa je bilo vseeno. Očitno tudi odraščanje prinese različne faze, kar se tiče mnenja o zunanjem videzu. Glede ličenja se večina nežno naliči samo ob posebnih priložnostih oziroma za javnost, dve nikoli, dve pa skoraj vsak dan; omenjale pa so (razen ene, ki ima rajši bolj izrazit »make up«) bolj naravne tone ličil, oziroma stil »manj je več«.

Oseba H (2014) omeni tudi praktičnost kože brez maske: *»Raje imam podaljšan spanec kot pa vsakodnevno mazanje pred ogledalom.«*

Preučevana skupina trdi, da v naši družbi ne velja več, da morajo biti moški močni in uspešni v službi, ženske pa lepe in dobre gospodinje, ali pa meni, da je odgovor odvisen glede na preučevano področje znotraj družbe. Nato sem povezala modo in enakopravnost, saj je naslednje vprašanje: ali bo trenutni trend mešanja garderobe povzročil enakovrednost med spoloma? Velika večina pravi ne, nato sledi odgovor do neke meje, revolucionaren vpliv mode pa prizna samo ena sodelujoča.

Pogosto odvrnejo, da je, kot izpostavi oseba A (2014) *»... moda le kamuflaža in ne pravi boj za pravičnost na tem svetu.«*

Zanimalo me je tudi področje identitete ter pripadnosti, zato zadnji dve vprašanji stremita k povezavi med slogom in gradnjo osebnosti. Glede na moje rezultate je razbrati, da imajo njihovi prijatelji generalno gledano podoben stil oblačenja in iste interese (morda celo pripadnost isti subkulturi), a je zelo pomemben osebni pečat. Čeprav so v prvem sklopu modno izražanje postavljale kot nižjo prioriteto, pa se je na koncu intervjujev povečala pomembnost lastnega modnega sloga, osebnosti in individualnosti, a ne nad osebno srečo in notranjo rastjo, ki jo povezujejo z nematerialnimi dobrinami. To izražanje je zelo nujno za dobrih petintrideset odstotkov vprašanih, le malo anketirankam pa se to niti ne zdi potrebno.

Oseba C (2014) je rekla: *»Če pogledamo malce filozofsko, je potem lahko čisto vsaka stvar na meni neko sporočilo v družbo, lahko pa to pomeni čisto nič«.*

Tako lahko glede na povzetek analize potrdim svojo tezo iz uvoda. Preplet različnih dejavnikov predstavlja razlog, zakaj mlade ženske svojo zunanjo podobo popestrijo z moškim kosom, in sicer kljub prodajni ponudbi in direktno iz police nasprotnega spola. Občutek svobode in ustvarjanja »persone«, vpliv popularne kulture, iznajdljivost zaradi finančne situacije, občutek povezanosti z bližnjimi so slika mladih žensk, ki so ujete med nostalgično preteklostjo in skrb vzbujajočo prihodnostjo. Trgovine so seveda močen vpliv pri postavljanju trendov in ponudbo oblek, a moja skupina intervjuvank dokazuje, da je osebnost posameznika nadvse pomembna, saj to določi odnos do mode in željo po določenem zunanjem videzu.

5 ANALIZA

Androgenost je vsekakor eklektična in zanimiva. Tisto, kar pričakujemo od mode, se je obrnilo na glavo in si tako prislužilo nekakšne status antimode. (Morley 2012)

Androgina moda je torej dobro vključena v današnjo družbo preko posvojenih, prej izključno moških kosov – kot so blazerji in oxford čevlji –, ki so sedaj tudi na področju ženskih oblačil postali nekaj vsakdanjega, tudi kar se tiče ponudbe v trgovinah; na moških in ženskih oddelkih je zaznati večjo raznolikost. Kaj pa meni moja preučevana skupina?

V intervjujih so me torej zanimali podatki, ki mi bodo pomagali osvetliti pojem androgenosti in bolj psihološko ozadje izposojanja moških kosov. Zakaj se kljub na videz neskončni izbiri še zmeraj mlade ženske odločijo za izposajo od svojih moških sorodnikov in fantov? Koliko se je trend dotaknil mladih žensk v vsakdanjem življenju in njihove miselnosti o svetu? Predvidevam, da bo čutiti vpliv, a ne kašne posebne modne fanatičnosti. Zavedam se, da je moja pomanjkljivost premajhen vzorec. Ta zadeva v veliki večini moje prijateljice in znanke, kar mu malce odvzame raznovrstnost stališč. Za bolj poglobljeno analizo in jasnejše izsledke pa bi bilo potrebnih še več podvprašanj glede psihologije oblačenja.

V povprečju lahko moje kandidatke opišemo kot mlade ženske, ki sicer spremljajo modne trende preko različnih medijev in so že slišala za androgenost. Vendar menijo, da jim modni svet ne predstavlja strogih pravil in pretežnega vpliva, trend mešanja garderobe pa ne bo pripomogel k enakopravnosti spolov. Njihov stil je mešanica moškega in ženskega, nakupujejo v trgovinah srednjega cenovnega razreda, ličijo pa se bolj ob večernih dogodkih. Čeprav še zmeraj poudarjajo ženstvenost, si jih večina izposoja ali kupi kose iz moških linij. Zgornji deli oblačil iz moške linije pa so praktično za njihov življenjski slog, tako v prostem kot aktivnem času. Menijo, da je njihova izbira bolj udobna in podaja določeno podobo, nasprotno od t. i. »cosmodeklet«, ki je po njihovo preočiten izraz hotene pozornosti nasprotnega spola. Tu lahko omenim še nostalgični (čustveni) faktor, ko vzamejo srajco svojega očeta, in željo po modni kombinaciji, ki jo nima vsaka, medtem ko hodijo po cesti. Novost novih kombinacij v modnem stilu pa le še poveže in poglobi vse te osebne in družbeno strukturirane razloge.

Manekenkam in slavnim osebam ne pripisujejo preveč pozornosti, verjamejo, da njihova podoba oziroma postava ni ključna za žensko samopodobo. Vprašane menijo, da predsodki o razlikah med spoloma in o delitvi dela dandanes v večini ne veljajo več. Vsekakor pa jim veliko pomeni tako prijateljska pripadnost kot osebna svoboda izražanja, stil jim predstavlja samo eno komponento celote, manj pomembno kot sta sreča in osebni uspeh.

Na kaj ti podatki kažejo? Kot predvideno lahko povzamem, da je identiteta preučevanih mladih žensk, ki so že izven pubertete, sestavljena iz želje po osebni stabilnosti in zunanji varnosti. Večinoma moderna mnenja, da smo ženske enakopravne in neodvisne, delujejo nekoliko naivno, saj če pogledamo statistiko zaposlenosti, ni tako. Revije, namenjene ženskemu spolu, vsebujejo teme, ki naj bi pokrile teme ženskega zanimanja. Moda je pomembna hkrati za izražanje in za občutek pripadnosti v svetu, kjer se zdi, da mlajše generacije iščejo zmeraj nove rešitve. Torej jim svet oblačil in izposoja moških kosov predstavlja neke vrste zabavo in sprostitev in ne veje, ki bi lahko globoko spremenila družbena mnenja. Rojene v svet, ki se je deloma že osvobodil predsodkov, so ujete med tradicijo svojih staršev in novimi, na videz bolj svobodnimi pravili. Informacije iz sveta zabave berejo selektivno, saj so sicer seznanjene s trenutnimi trendi, vendar ohranjajo neko kritično distanco do njih. Velik faktor so finance, ki jim dopuščajo nakup v trgovinah, kjer so trendi prodajno prilagojeni širšemu krogu potrošnikov in ne modni eliti. Všeč jim je tudi občutek mešanja stila z moškimi kosi, najraje kar od svojih bližnjih. Morda to poda neko sporočilo oziroma neke vrste moč posameznice, kar pa ni nič novega.

Dekleta si že dolgo izposojajo kose oblačil od svojih fantov, kot sta na primer ohlapna srajca ali prevelik pullover. Vendar pa je dandanes ta »kraja« postala tako priljubljena, da je postala samostojen trend, kot je tudi kombiniranje ženskega in moškega stila. Trgovine z ženskimi oblačili so pod velikim vplivom moške estetike. Kavbojke, brezrokavniki, vrečasti in brezoblični kroji, sodijo v t. i. »boyfriend fit« kolekcijo.

Moji intervjuji so pokazali, da se mlade ženske znotraj določenih izbir glede izposoje kosov moškega spola vsaj za hip počutijo bolj svobodne, kot jim to narekuje družbeni kodeks. Emancipacija mogoče ni več tako glasna kot nekdanj, je pa bolj vztrajna v vsakodnevnih opravkih. Na trenutke sem dobila med intervjuvanjem občutek, da se vseeno zavedajo krivice, ki se dogaja ženskam tako doma kot po svetu.

6 ZAKLJUČEK

Androgenost v modi je razvijajoči se trend, ki se konstantno nadgrajuje. Fenomen androgenosti je že od nekdaj vir zanimanja, privlačita nas njegova skrivnostnost in nekonvencionalnost. Kot so se v teku časa spreminjale družbene norme, tako se je spreminjal naš pogled na androgenost, in zdi se, da so se meje med spoloma počasi zabrisale.

Moški želijo obdržati držo heteroseksualnosti, da bi zaščitili svoj prevladujoči socialni status v tem boju med spoloma. Brez dvoma pa je vsekakor bolj izrazita pretočnost med ženskami z vidika družnega spola in seksualnosti, kar je mogoče videti preko ženske mode, prav zaradi njihove manjše moči v družbi. Tako imajo ženske veliko več svobode, da prečkajo ovire med spoloma in si izposojajo elemente moških oblačil. Sicer pri tkaninah ali pri krojih (kril) ni ničesar, kar je že samo po sebi žensko, to se tiče le družbenih konotacij. (Fernandes 2013) A ljudje dobro in hitro ponotranjimo simboliko in jo dojemamo za »resnično«.

Za mlade, ki živijo v dobi akademske in finančne negotovosti, je upor proti predsodkom, ki jih določajo razlike oblačenja med spoloma, sredstvo za nadzor vsaj enega vidika nesvobodne prihodnosti. Žensko androgenost pa je mogoče obravnavati kot zavrnitev očitne seksualizacije ženskih oblačil, daleč stran od plesalk v hiphop videih. Vendar pa bi lahko obstajali še drugi razlogi za rast androgine mode.

Naraščanje globalne privlačnosti androgenosti kaže, da ima sodobna teorija evolucije večjo »težo« kot tradicionalne doktrine krščanstva. Nekateri menijo, da je androgenost le trenutni trend, drugi pa mislijo, da je to del v našem razvoju. A ena stvar se zdi neizogibna: svet postaja vse bolj integriran in zapleten in družba bo sprejela spremembe kot družbene norme, da se v svojem razvoju premakne naprej.

V modi androgenost uničuje kalupe in ustvarja manjšo evforijo med modnimi navdušenci. Mešanje oblačil med spoloma in vprašanje spolnih vlog poznamo že dolgo časa: od Ivane Orleanske v 15. stoletju do igralk sodobnega časa, kot je Cate Blanchett, ki je v filmu igrala Boba Dylana. Lahko trdimo, da je za zmanjševanje mej med spoloma kriva finančna kriza na začetku tega desetletja. Ženske so namreč varčevale tako, da so odprle omaro svojega fanta v upanju, da bodo našle nove kombinacije. A resnica je, da so ženske ves čas skozi zgodovino igrale vlogo moških: v filmih, v umetnosti ali v vsakdanjem življenju.

Kot modni trend ima tudi androginitet svoje omejitve. Ne more si vsak prisvojiti vsakega videza, ki ga narekujejo modne smernice. Ženske ne morejo zmanjšati velikosti svojih bokov, ne glede na željo in trud. Ampak glede na promoviran način življenja in splošno estetiko zahodnega človeka se bo androginiteti uspelo obdržati še naprej. Lahko bi torej rekli, da je androginitet koncept, ki ga je moda »udomačila« in razširila skozi čas.

Menim, da bomo tudi v prihodnje videli velik premik v smeri androginiteti, tako fizično kot psihično, še posebej na področju antimaskuliniteti moških. To predpostavljam zaradi počasnega, a opazno trajajočega propada družbenih spolnih norm, konstruktov in pričakovanj. Ker je družba vedno bolj globalizirana in tehnološko bolj napredna, se povpraševanje po močnejših moških manjša, potreba po neodvisnih ženskah pa postaja večja, nisem pa prepričana, kako bo to delovalo na našo psiho in razmerja.

V uvodu sem postavila raziskovalno vprašanje, zakaj je priljubljenost moških kosov še vedno tako močno prisotna tudi v današnji demokratični družbi, sploh pri mladih ženskah, za katere se zdi, da imajo svetlo prihodnost? Trdila sem, da se tu prepleta več dejavnikov oziroma da moč mode ni edini faktor, ki vpliva na to. Veliko sem stavila na psihološko ozadje. Skozi podano teorijo in analizo intervjujev se je moja teza izkazala za pravilno, a za še bolj večplastno, kot sem sprva mislila. Zaradi izjav intervjuvank sem prišla do sklepa, da je bila moda vedno močen kanal za izražanje. Za t. i. mešanje garderobe tako ne potrebujemo veliko truda in denarja, ustvarimo pa občutek pripadnosti, kar ustreza večini v moji skupini in seveda širše v družbi.

Res je, da moda in oblačenje povesta veliko, a morda pretiravanje z modnimi nasveti in dodajanje prevelike teže izbiri »blaga« in androginega čara odvrača ljudi od globljih problemov v našem kompleksnem svetu. Interpretacije in spolne kategorije pa so le produkt človeških možganov oziroma izmisleki, ki služijo kot red v naši družbi.

7 LITERATURA

1. Barnard, Malcolm. 2005. *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana: Založba Sophia.
2. Bem Lipsitz, Sandra. 1993. *The lenses of gender: transforming the debate on sexual inequality*. London: Yale University Press.
3. Carlson, Allan. 1995. *The androgyny hoax*. Dostopno prek: <http://www.pop.org/content/androgyny-hoax-1707> (6. maj 2014).
4. Celija, Andrea. 2009. *Spolna identiteta v filmih Pedra Almodóvarja*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
5. Črnič, Urška. 2012. *Spreminjanje koncepta ženskosti/mošкости skozi modo in oblačenje*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
6. Fernandes, Darren. 2013. *Androgyny as an abomination or aphrodisiac?* Dostopno prek: http://www.notjustalabel.com/editorial/androgyny_as_an_abomination_or_aphrodisiac (2. junij 2014).
7. Galimberti, Umberto. 2011. *Miti našega časa*. Ljubljana: Modrijan.
8. *GLBTQ*. Dostopno prek: <http://www.glbtq.com/> (22. maj 2014).
9. Gligorovska, Kristina. 2011. *Exporation of gender myth via fashion media*. Dostopno prek: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:444598/FULLTEXT01.pdf> (1. junij 2014).
10. Graham, Lanier. 2002. *Duchamp & androgyny: The concept and its context*. Dostopno prek: http://www.toutfait.com/issues/volume2/issue_4/articles/graham/graham1.html (22. maj 2014).
11. Jia En, Ena Teo. 2013. *Androgyny & Fashion Research Presentation*. Dostopno prek: <http://www.slideshare.net/TeoEn/androgyny-fashion-research-presentation> (11. maj 2014).

12. Johnson, Phillip. 2011. *Fashion maniac: Androgyny in fashion*. Dostopno prek: <http://buffalorising.com/2011/08/fashion-maniac> (25. maj 2014).
13. Kaufman, Scott. 2009. *Beautiful Minds*. Dostopno prek: <http://www.psychologytoday.com/blog/beautiful-minds/200912/george-and-lennox-gaga-and-lambert-androgyny-creat> (23. maj 2014).
14. Kennison, Rebecca. 2002. *Clothes make the (wo)man*. Dostopno prek: http://dx.doi.org/10.1300/J155v06n02_19 (23. avgust 2014).
- 15.) Kozjak, Tine. 2012. *Androgynost študija maskulinega in femininega v modi*. Diplomsko delo. Ljubljana: NTF.
16. Krpič, Tomaž. 2003. Esej o telesnih dogodkih. V *Raziskovalno delo podiplomskih študentov*, ur. Martin Klanjšek, 173–183. Ljubljana: Ena znanost.
17. Lee, Diana. 2005. *Androgyny becoming global?* Dostopno prek: <http://uniorb.com/RCHECK/RAndrogyny.htm> (21. maj 2014).
18. Morley, Laura. 2012. *Androgyny in fashion*. Dostopno prek: <http://universitytimes.ie/?p=9657> (12. maj 2014).
19. Oseba A. 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 23. marec.
20. Oseba B. 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. april.
21. Oseba D. 2014. Intervju z avtorico. Vrhnika, 15. marec.
22. Oseba E. 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 6. april
23. Oseba F 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 18. maj.
24. Oseba H. 2014. Intervju z avtorico. Ljubljana, 22. maj.

25. Polstrukturirani intervju. 2014. Dostopno prek: <http://www.termania.net/slovarji/terminoloski-slovar-vzgojeinizobrazevanja/3474922/polstrukturirani-intervju?query=polstrukturirani%20intervju> (23. avgust 2014).
26. RTV. 2013. *Nemčija bo prva evropska država, ki bo priznala nedoločni spol*. Dostopno prek: <http://www.rtvsi.si/svet/nemcija-bo-prva-evropska-drzava-ki-bo-priznala-nedolocni-spol/315608> (23. maj 2014).
27. Pine, Karen. 2011. *Fashion Psychology*. Dostopno prek: <http://karenpine.com/research/fashion-psychology/> (28. maj 2014).
28. Prijon, Lea. 2008. *Hvala bogu, da sem ženska!: kulturne prakse negovanja ženske in ženskega telesa*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
29. Ribeiro, Pinto. 2013. The Body in Fashion. *Psychology tomorrow magazine* (8). Dostopno prek: <http://www.psychologytomorrowmagazine.com/the-body-in-fashion-review-by-tiago-pinto-ribeiro-and-raquel-barbosa> (28. maj 2014).
30. Sadar, Almira. 2006. Žensko ali moško?: zgodba o androginem oblačenju. *Delo*, 18 (4. april).
31. Sam, Anej. 2006. *Oblačenje in moda*. Ljubljana: Založba Jasa.
32. Schafer, Maggie. 2012. *New androgyny: Bending fashion norms*. Dostopno prek: http://badgerherald.com/artsetc/2012/03/25/new-androgyny-bendin/#.U5cFjPI_tqU (28. maj 2014).
33. Simmel, Georg. 1998. Moda. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 189: 241-259.
34. Skrbina, Špela. 2002. *Androgin kot združitev in preseganje človeške spolne delitve*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.

35. Skumavc, Urša. 2002. *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
36. Timeout. 2013. *Androgynous fashion*. Dostopno prek: <http://www.timeout.com.hk/shopping/features/60576/androgynous-fashion.html> (5. maj 2014).
37. Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
38. Wikipedia. 2014a. *Androgyny*. Dostopno prek: <http://en.wikipedia.org/wiki/Androgyny> (12. maj 2014).
39. --- 2014b. *Gender roles*. Dostopno prek: <http://en.wikipedia.org/wiki/Androgyny> (18. maj 2014).
40. --- 2014c. *Gender schema theory*. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/Gender_schema_theory (17. maj 2014).
41. Young, Kimball. 1930. *An analysis of social behavior: Fashion as collective behavior*. Dostopno prek: https://www.brocku.ca/MeadProject/Young/1930/1930_23.html (25. maj 2014).
42. Zolla, Elémire. 1981. *The androgyne: fusion of the sexes*. London: Thames and Hudson.

PRILOGA A: POLSTRUKTURIRAN INTERVJU (vprašanja)

Se Vam zdi, da sledite modnim smernicam?

Ste že kdaj slišali za pojem ANDROGINOST?

Kako bi opisali svoj stil oblačenja? Kaj ti všeč na tem stilu oblačenja?

Kje dobite inspiracijo za oblačenje?

Nosite kose oblačil iz moške linije?

*Če DA, kje jih dobite? (sposoja, nakup)

Zakaj si sposojaš obleke od fanta? (ali kopuješ na moškem oddelku)

Je kljub veliki izbiri v trgovinah še zmeraj velik užitek vzeti pulover svojega fanta?

Ti to daje večji občutek svobode in individualnega izažanja?

Koliko je važna udobnost in koliko estetika?

Se ti zdi stil »cosmo dekleta« preveč ženstven, oziroma tak stil oddaja okolici in nasprotnemu spolu sporočila, ki jih sama nočeš?

Kaj meniš, kašno sporočilo v okolje oddaja roza krilo ali črne hlače?

Se ličite?

V katerih trgovinah nakupujete?

Katere od tradicionalno moških kosov nosite/ste že nosili?

Nosite moške kose doma (udoben, športni stil) ali tudi ko greste ven?

Se Vam zdi, da so manekenke postale premalo ženstvene?

Menite, da še zmeraj velja v naši družbi, da morajo biti moški močni in uspešni v službi, ženske pa lepe in dobre gospodinje?

Menite, da bo/je trend mešanja garderobe povzročil enakovrednost med spoloma?

Ali imajo Vaši prijatelji podoben stil oblačenja, jih zanimajo iste stvari (mogoče pripadate isti subkulturi)?

Se vam zdi pomembno, da skozi lasten modni slog kažete svojo osebnost in individualnost?