

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Simona Urankar

Kultura oblačenja v gledališču: kulturni kapital in okus občinstva

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Simona Urankar

Mentorica: izr. prof. dr. Maruša Pušnik

Kultura oblačenja v gledališču: kulturni kapital in okus občinstva

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

Kultura oblačenja v gledališču: kulturni kapital in okus občinstva

Kultura oblačenja je vpeta v družbene prakse in norme ter s tem zaseda pomemben del našega vsakdana. Obleka že od nekdaj služi za utemeljevanje razrednih in spolnih identitet, zato je pomembna pri vzpostavljanju in ohranjanju družbenega statusa. Gledališče je nekoč služilo tudi reproduciranju razrednih razlik, danes pa je tako kot modna obleka na voljo vsem družbenim razredom, zato sem v delu odkrivala, ali sta ob tem oba izgubila prestižni status in postala področje popularne kulture. V skladu s tem sem oblikovala raziskovalna vprašanja, ali sta v postmoderni družbi obleka in udeležitev gledališke predstave še vedno prostor izražanja družbenih razlik in neenakosti. Ali gledališče z razširjanjem občinstva iz visoke kulture »pade« v področje popularne kulture in kakšno vlogo ima gledališki žanr v organizaciji razrednih distinkcij? Delo vključuje zgodovinski pregled kulture oblačenja v gledališču, koncept občinstva, bourdiejevski kulturni kapital, koncept gledališča kot medija in kulturne industrije, študije mode ter sodobne kulture oblačenja. Zadnji del je empirični, analiza metode opazovanja z udeležbo in interpretacija odgovorov – zbranih z intervjuji s strani zaposlenih v gledališču in naključnimi obiskovalci predstav. Na podlagi analize podatkov ugotavljam, da se obiskovalci za obisk predstave uredijo drugače kot običajno, saj obleke z okolico komunicirajo in izražajo odnos. Gledališče in kultura oblačenja pa sta še vedno v polju razrednih in kulturnih distinkcij, a se te z leti spreminjajo.

Ključne besede: kultura oblačenja, gledališče, kulturni kapital, družbeni status.

Dress culture in theatre: cultural capital and taste of the audience

As dress culture is ingrained in social norms and practices, it therefore occupies an important part of our everyday lives. Clothing has always served to justify class differences and gender identities and, as a consequence, it is important for establishing and maintaining social status. Furthermore, theatre clothes and fashion garments once served to reproduce class differences, but nowadays they are mainly available to all social classes as any other modern clothes. For that reason, the aim of my thesis was to determine whether the statement that both of them lost prestigious status and became a subject of popular culture is true and why. The question posed in my research was the following: are clothes and theatre attendance still a subject of class differences and inequalities in postmodern society? Is theatre, while extending its audience from high culture, falling into the area of popular culture? In addition, what role does theatre genre has in the organization of class distinctions? The thesis includes a historical examination of dress culture in theatre, concepts of audience, Bourdieu's cultural capital, theatre as a medium and as a cultural sector along with the study of fashion and contemporary dress culture. In the last, empirical part, the data based on the method of observation with participation as well as the interpretation of the gathered answers from interviews with employees of a local theatre and random visitors are presented. The analysis of the data led to the conclusion that dress culture of theatre audience is different from their usual one and, as such, clothes communicate with surroundings and express attitude. Theatre and dress culture are still in the field of class and cultural distinctions, but these are changing as well.

Key words: dress culture, theatre, cultural capital, social status.

KAZALO

1 UVOD	8
2 KULTURNO ZGODOVINSKI PREGLED KULTURE OBLAČENJA V GLEDALIŠČU.....	9
2.1 KULTURA OBLAČENJA GRŠKEGA GLEDALIŠČA.....	11
2.2 KULTURA OBLAČENJA RIMSKEGA GLEDALIŠČA	13
2.3 KULTURA OBLAČENJA SREDNJEVEŠKEGA GLEDALIŠČA	14
2.4 KULTURA OBLAČENJA RENESANČNEGA GLEDALIŠČA	15
2.5 KULTURA OBLAČENJA MEŠČANSKEGA GLEDALIŠČA	17
2.6 SLOVENSKA KULTURA OBLAČENJA V GLEDALIŠČU.....	19
2.7 SODOBNO GLEDALIŠČE IN KULTURA OBLAČENJA	22
3 GLEDALIŠKO OBČINSTVO IN MEDSEBOJNI VPLIVI	24
3.1 OBČINSTVO VISOKE KULTURE.....	26
3.2 GLEDALIŠKO OBČINSTVO KOT TRG ALI KOT JAVNOST	27
3.3 GLEDALIŠČE KOT MEDIJ	30
3.4 GLEDALIŠKO OBČINSTVO V POLJU KULTURNE POTROŠNJE	31
3.5 GLEDALIŠČE KOT KULTURNA INDUSTRIJA	33
3.6 GLEDALIŠČE V POLJU KULTURNIH POSREDNIKOV	34
4 KULTURNI KAPITAL IN OKUS	35
4.1 RAZLIKOVANJE VISOKE IN POPULARNE KULTURE	37
4.2 OKUS OBČINSTVA IN NJEGOV RAZRED.....	39
4.3 OMNIVORNI / UNIVORNI VZORCI KULTURNE POTROŠNJE	40

4.4 GLEDALIŠČE KOT POPULARNA KULTURA.....	41
4.5 KULTURNI OKUS V GLEDALIŠKEM PROSTORU.....	42
5 DRUŽBENI STATUS IN KULTURA OBLAČENJA.....	44
5.1 KONSTRUKCIJA ŽIVLJENJSKEGA STILA.....	45
5.2 SAMOPREDSTAVLJANJE V VSAKDANJEM ŽIVLJENJU	48
6 KULTURA OBLAČENJA.....	49
6.1 DRUŽBENI SISTEMI IN KULTURA OBLAČENJA.....	51
6.2 IZVOR OBLAČIL.....	53
6.3 OBLEKA KOT SREDSTVO NEVERBALNE KOMUNIKACIJE	55
6.4 MODA IN ZUNANJA PODOBA	57
6.5 KOMUNICIRANJE PREKO OBLAČIL	59
6.6 KULTURA IN PRAVILA OBLAČENJA.....	60
6.7 OBLAČILNI KODI V GLEDALIŠČU.....	63
6.8 GLEDALIŠKE OLIKE.....	65
7 EMPIRIČNO RAZISKOVANJE KULTURE OBLAČENJA	67
7.1 METODOLOGIJA.....	68
7.2 ANALIZA OBLEKE V GLEDALIŠČNI DVORANI	70
7.3 ANALIZA OBLEKE KOT IZRAZ SAMOSPOŠTOVANJA IN SPOŠTOVANJA DRUGIH	73
7.4 ANALIZA OBLEKE KOT ODRAZ HABITUSA	76
7.5 RAZPRAVA.....	77
8 ZAKLJUČEK.....	78
9 LITERATURA.....	82

PRILOGE.....	91
PRILOGA A: Intervju s koordinatorko in organizatorko kulturnih programov v KD Novo Mesto ter pisateljico knjige Odlike gledališke olike - Sašo Šepec.....	92
PRILOGA B: Intervju z dramaturginjo PG Kranj - Marinko Poštrak.....	93
PRILOGA C: Intervju z urednico publikacij in kreativnega pisanja v CD - Damjano Kenda.....	94
PRILOGA Č: Intervju z dramaturginjo SNG Nova Gorica - Terezo Gregorič.....	95
PRILOGA D: Intervju z vodjo programov gledaliških in plesnih koprodukcij v CD - Stašo Mihelčič	96
PRILOGA E: Intervju s kustosinjo SLOGI - Tejo Rogelj.....	97
PRILOGA F: Intervju z vodjo marketinga in odnosi z javnostmi v SMG - Heleno Grahek.....	98
PRILOGA G: Intervju z nekdanjim direktorjem KD Franca Bernika Domžale - Milanom Mariničem.....	99
PRILOGA H: Intervju s strokovnjakinjo za kulturo oblačenja - Leo Pisani	101
PRILOGA I: Intervjuji z ključnimi obiskovalci Kulturnega doma Franca Bernika Domžale .	102
PRILOGA J: Zapiski opazovanja z udeležbo	105

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Grško gledališče.....	12
Slika 2.2: Obleke žensk v antični Grčiji	13
Slika 2.3: Rimske tunike in toge v javnosti	14
Slika 2.4: Renesančna ženska obleka.....	16
Slika 2.5: Občinstvo v elizabetinskem gledališču Globe	17
Slika 2.6: Druženje v teatru Montansier (Francija) v 18. stoletju.....	18
Slika 2.7: Primerna večerna obleka za gledališče leta 1807	19
Slika 2.8: Bidermajerska moda v slovenskem prostoru	22
Slika 2.9: Gledališko občinstvo med leti 1930–40	23
Slika 6.1: Izgon Adama in Eve zaradi sramu pred goloto	54
Slika 6.2: Pravila oblačenja v gledališču l. 1926.....	65
Slika 6.3: Karikatura pravil oblačenja v gledališču.....	67

1 UVOD

Pregovor »obleka naredi človeka« se dobro oklepa današnje materialistične družbe. V svojem magistrskem delu sem se odločila raziskovati kulturo oblačenja v gledališču, saj ga obiskujem že vrsto let in me že od nekdaj zanimajo izrazi obiskovalcev ob spremljanju gledališke predstave, ker ti največ povedo, kdaj se je določena stvar dotaknila njihovega razmišljanja, njihovega bistva. Ob spremljanju njihovih izrazov sem bila vedno pozorna tudi na njihovo celotno opravo ob vstopu v hišo kulture. Pod celotno opravo imam v mislih predvsem obleko, vedenje, vonjave, pričesko, skratka celotno podobo človeka v dani situaciji. Človek s svojo zunanjo podobo nagovarja ljudi in okolico ter s tem sporoča svoje stališče, razumevanje in spoštovanje do določenega dogodka. Našo garderobo sestavljajo oblačila za vse priložnosti, za vse letne čase in enako je bilo tudi v preteklih stoletjih, le da omara nekoč ni bila tako zelo polna. Obleka postavlja človeka v čas in prostor, ki ga določa kot pripadnika družbe, ki ločuje žensko od moškega, reveža od bogataša in gospodarja od pridelovalca.

Cilj, ki sem si ga zadala v magistrskem delu, je odkriti kulturo oblačenja v gledališču, ki je velikokrat samoumevna in nezavedna praksa, vpeta v vsakdanje življenje in družbene norme. Z delom sem želela prikazati pomemben vidik obleke kot izraz spoštovanja in kulture nasploh. Ob tem sem želela odkriti tudi kulturni kapital občinstva, ki vpliva na njihov okus. Na ta okvir se nanašajo raziskovalna vprašanja, na katere sem iskala odgovore tekom magistrskega dela.

Prvo raziskovalno vprašanje se nanaša na kulturno-zgodovinsko področje oblačilne kulture v gledališču. Tako obleka kot udeležitev gledališkega dogodka sta bila sprva znak razredne, spolne in starostne pripadnosti v tradicionalni in moderni družbi. Sta v postmoderni družbi prešla v znak življenjskega stila posameznika, ki temelji na vse večji individualnosti?

Obisk gledališča je nekoč veljal za t. i. »visoko kulturo«, ki jo je obiskala elita, ko se je visoki kulturi priključila popularizirana vsebina, pa je postala dostopna množici. Drugo vprašanje se dotika kulturnega kapitala in razrednih distinkcij občinstva v gledališču. Ali je obiskovanje gledališča zaradi lažje dostopnosti vsem družbenim slojem še vedno podlaga za izražanje družbenih razlik in neenakosti? Ali gledališče še vedno ostaja v polju visoke kulture, ko ni več namenjeno le za določeno skupino ljudi ali spada v področje popularne kulture? Kakšno vlogo ima pri tem gledališki žanr predstave v organizaciji razrednih distinkcij?

Magistrsko delo je sestavljeno iz štirih delov. V prvem delu bom orisala splošen kulturno-zgodovinski pregled oblačilnih praks v gledališču, od nastanka antičnega gledališča dalje. V drugem delu se bom posvetila konceptu občinstva, natančneje gledališkega občinstva in njegovemu okusu, gledališču kot mediju in kulturni industriji ter posledično kulturnemu kapitalu. Tretji del bo namenjen oblačilni kulturi in obleki kot sredstvu neverbalne komunikacije, četrti del pa bo empirični del, sestavljen iz analize opazovanja z udeležbo, strukturiranih in polstrukturiranih intervjujev. Metoda opazovanja z udeležbo je bila izvajana v okviru 12 gledaliških predstav v Kulturnem domu Franca Bernika Domžale. Polstrukturirani intervjuji so bili opravljeni z gledališkimi delavci, zaposlenimi v različnih gledaliških hišah in kulturnih domovih, strukturirani intervjuji pa opravljeni z obiskovalci Kulturnega doma Franca Bernika Domžale.

2 KULTURNO ZGODOVINSKI PREGLED KULTURE OBLAČENJA V GLEDALIŠČU

Ljudje smo radovedni, zanima nas, kaj se dogaja z drugimi in pri drugih. Umetnost, ki zgodbe in naših življenj in življenj drugih v živo uprizarja pred nami, se imenuje gledališče. Človeka gledališče spremlja že približno 2500 let in že od svojih začetkov posnema družbo ter je ogledalo tistega, kar se v družbi dogaja. Gledališka umetnost tako izhaja iz smisla posnemanja in igre, ki je človeku prirojena lastnost (Ahačič 1998, 5), naš odnos do umetnosti in do ljudi pa se odraža v obnašanju pred, med in po ogledu kulturne prireditve. To je nekaj, o čemer redko govorimo in se s tem srečujemo v vsakdanjem življenju.

Obstoj gledališča je pogojen z gledališkim občinstvom oz. obiskovalci, ki pridejo na ogled predstave. Od vseh, ki vstopajo v hram kulture, v prostor, kjer se odvijajo najrazličnejši kulturno-umetniški dogodki, od dramskih uprizoritev, lutkovnih, plesnih in koncertnih predstav oz. prireditev, je pričakovano določeno obnašanje in izražanje. Obisk gledališča je od nekdaj veljal za vrhunec socialnega življenja in je predstavljal pravo doživetje. Ne samo zaradi vsebine in izvedbe predstave same, temveč tudi zaradi skrbno izbrane večerne obleke, lesketajočega se vzdušja in prešerne družbe, ki je spremljala in še vedno spremlja kulturni dogodek.

Predmet mojega raziskovanja je slovenska kultura oblačenja v gledališču, ali ta sploh obstaja in kakšne so njene značilnosti. Kot pravi Stankovič (2014, 364), je raziskovanje po značilnosti neke kulture lahko problematično, saj narod nacionalnih pripadnosti ne odraža, temveč jih konstruira. Kultura oblačenja je veliko več kot le obleka. Že od pradavnine so obleke uporabljali tudi kot dekoracijo in obliko medsebojnega razlikovanja. Do 19. stoletja so bile obleke v prvi meri tiste, ki so narekemale določen socialni status, ki ga je posameznik zasedal v družbi. Obleka je podobna umetnosti in sledi nekim svojim trendom in normam, je več kot le izdelek. Včasih so imeli ljudje za vsak dogodek predpisan kodeks oblačenja, danes pa lahko svobodno izbiramo, kaj bomo oblekli. Kode oblačenja veljajo bolj poredko v posebnih priložnostih in specifičnih krogih, kar nakazuje na to, kako je obleka oz. naša kultura oblačenja postala »demokratična«. Oblačilna kultura se nanaša na okus nekega obdobja, običaje, navade, kroje in noše. Šarm zgodovinskih preletov je ravno v tem, da zrahljajo in zamajejo naše aktualne poglede. Z zgodovinskim pregledom dobimo najrazličnejše odgovore v različnih dobah, zato je ta prelet idealen način, da te odnese naprej.

Vsaka oblačilna moda potrebuje določen čas, da se uveljavi. Ljudje jo morajo opaziti in začeti prilagajati, ta opažanja so različna pri različnih družbenih skupinah, najbolj pa se to opazi v mestu ali na vasi. Razširjanje oblačilne kulture je bistveno povezano z določenim prizoriščem. Skozi zgodovino, od srednjega veka naprej, so bila gledališča primeren prostor razkazovanja trenutne oblačilne mode. Funkcija gledališč v razširjanju oblačilne mode je gledati in biti sam predmet ogledovanja (Baš 1987, 306). Vendar pa pisanje o oblačilni kulturi v času, ki je tako zelo oddaljen, ni prav lahko, ne moremo se ga spomniti, pa tudi ne povprašati svojih prednikov. Oblačenje je del vsakega človeka, o njem ima vsak svoje mnenje in svoje izkušnje. Obleka nas lahko zanima na več načinov, lahko le kot predmet ali kot opredmetenje nečesa drugega. A zagotovo je neločljivo povezana s sistemom vrednot in idej nosilca ter njegovim pogledom na samega sebe in na svojo okolico (Žagar 1994, 7).

Skozi zgodovinski pregled gledališča bom opisala predvsem, kakšen pomen je imelo gledališče za družbo v določenem obdobju, saj je to gledališče kot umetnost pripeljalo do današnjega časa. Poskušala bom najti vzporednice med oblekami za posebne priložnosti in gledališko

uprizoritvijo kot lesketajoč dogodek, saj ni nobenih zgodovinskih zapisov o oblačilni kulturi v gledališču.

2.1 KULTURA OBLAČENJA GRŠKEGA GLEDALIŠČA

Zametki gledališke umetnosti segajo daleč nazaj, v čas starodavnih civilizacij, ko so ljudstva v verskih obredih plesala in pela v čast bogovom (Hartnoll 1989, 11–15). Svetovna zgodovina gledališča se začne s političnim gledališčem, najstarejše ohranjeno besedilo, ki ga še danes igrajo, je angažirana igra Ajshilova tragedija – Peržani, ki je bila uprizorjena leta 472 pr. n. š. (Melchinger 2000, 21). Ideja o gledališču kot umetniški zvrsti pa se je rodila kasneje, v antični Grčiji, v 6. stoletju pr. n. š.

Prva grška gledališča so bila postavljena okoli svetišč, kljub začetnim verskim pomenom igre so gledalci to cenili kot umetnino, ob tem pa tudi kot zabavo. Ljudje so se med spremljanjem uprizoritvenih dejavnosti iz verujoče množice prelevili v gledališko občinstvo. Verski obredi so bili pomembni za razvoj sodobnega gledališča. Prepevali so zborovske pesmi ditiramb v čast bogu vina, plodnosti in veselja – Dionizu. Kasneje so vključevali zgodbe tudi o junakih, polbogovih in aktualnih zadevah – polis, ki se je razvila v grško tragedijo. Njihovo gledališče ni bilo omejeno le na tragedijo. Ljudje so potrebovali tudi sprostitvev in iz orgij, ki so jih prirejali predvsem na vasi ob zaključku pospravljanja pridelkov, se je razvila komedija (Hartnoll 1989, 15–17). Tako kot tragedija je bila tudi komedija v prvi vrsti politično gledališče, ki je bilo opuščeno, ko je polis izgubila svobodo (Melchinger 2000, 74). Kljub spreminjanju je od Grkov ostalo v komediji nekaj, česar ni moč utišati, kritičnost, agresivnost, satiro. Kot pravi Hannah Arent (v Melchinger 2000, 75), vladajoči sistem sloni na javnem mnenju in se lahko obdrži, če ga nekdo podpira. Šaljivci so pogosto smeh večine pridobili iz šale, namenjene manjšini, posamezniku in to se še danes obravnava kot »poceni« zabava. Šala, ki ima dovolj poguma, da poseže v aktualnost proti javnemu mnenju, se izkaže za dobro. Občinstvo, ki si jemlje in ohranja pravico do tega, da se lahko smeji samemu sebi, je vredno šale (Melchinger 2000, 75). V stari Grčiji so bili igralci visoko cenjeni državljani. V igrah so igrali le moški, ki so uprizarjali tudi ženske like.

Grško gledališče je bilo postavljeno na griču, zaradi akustike, na ravnem okroglem oltarju – orchestra je nastopal zbor, za tem pa je bil dvignjen prostor – skene, kjer so nastopali igralci. Prostor za gledalce je bil dvignjen in polkrožen. Igralci v grških tragedijah so imeli že skrbno izdelane pisane kostume, njihov najpomembnejši element pa so bile maske, in sicer zaradi igranja po več vlog. Občinstvo je sprva sedelo na tleh, kasneje na lesenih klopeh in še kasneje na marmornatih sedežih. Prvi sedeži so bili rezervirani za »elito«, to so bili svečeniki in drugi pomembni gostje. Vstop v gledališče je bil prost, kasneje so pobirali majhno vstopnino. Udeležba na mestnih dionizijah je bila obvezna, zato je najrevnejšim državljanom vstopnino plačevala država (Hartnoll 1989; 11–21).

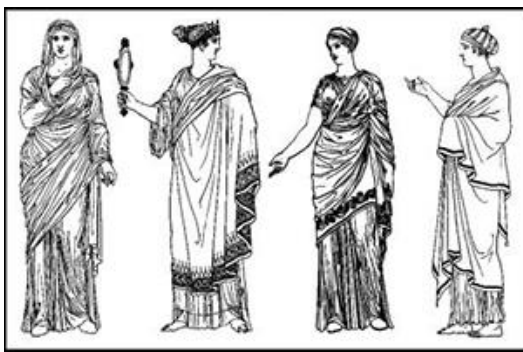
O grškem gledališču lahko najdemo ogromno zapisov, o takratnem občinstvu v gledališču pa ne prav veliko, zato lahko le sklepam, da so ljudje na predstave hodili v istih opravah, kot so jih nosili v vsakdanjem življenju. Osnovna grškega oblačila so tvorila preprosta oblačila štirikotnih oblik: hinton (moško in žensko platneno spodnje oblačilo), hlamida (volneno kvadratno ogrinjalo) in peplos (sprva volnen, kasneje bombažen in svilen kos blaga, ki se je na ramenih nagubal in spel). Oblačila arhajskega obdobja spominjajo na obliko dorskih stebrov, oblačila klasičnega obdobja pa so izražali jonski vpliv skozi enostavnost in eleganco. V helenističnem obdobju se je odražal orientalski vpliv, oblačila so postala razkošnejša in barvitejša (Krašovec Pogorelčnik 1997, 129).

Slika 2.1: Grško gledališče



Vir: Zgodovinarka (2016).

Slika 2.2: Obleke žensk v antični Grčiji



Vir: Fashion Era (2016a).

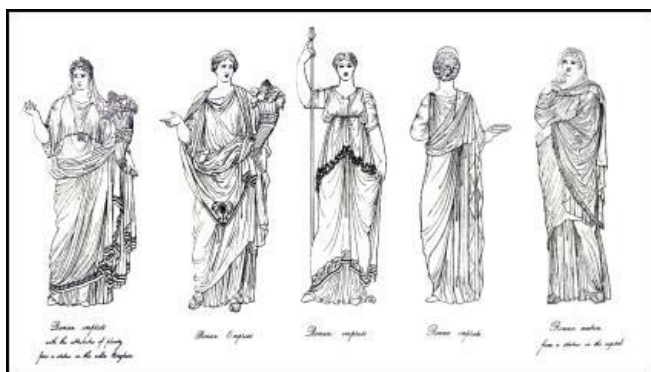
2.2 KULTURA OBLAČENJA RIMSKEGA GLEDALIŠČA

Rimsko gledališče se je razvijalo v močni odvisnosti od grškega. Rimljani so prevzeli starogrške gledališke ideje in zvrsti, kot sta komedija in tragedija, ter jih nadgradili. Okus občinstva se je bolj nagibal k spremljanju predstav hoje po vrvi, gladiatorskih iger in pantomime. Rimsko gledališče se je razlikovalo od antičnega po tem, da je bilo zgrajeno na ravnini, obdano z visoko okrašenim zidom in odrom na sredini. Pred odrom so bile klopi za gledalce, na voljo pa so imeli tudi senčnike, med njimi so hodili prodajalci sadja in jim ponujali svoje izdelke. Na sami predstavi so lahko dobili tudi odišavljeno vodo (Hartnoll 1989, 24). Na odru so se uprizarjale vse bolj vulgarne teme, zato se je gledališka igra spremenila v ceneno ljudsko zabavo, a kasneje so te teme prepovedali zaradi izgubljene umetniške vrednosti. S prepovedjo predstav je gledališka umetnost v antični Grčiji in Rimu zamrla, nekateri so sicer še uprizarjali raznorazne predstave, a ne v taki meri kot nekoč.

Gledališče je nato zopet oživel s srednjeveškim gledališčem. Enako kot pri grškem občinstvu zapisov o posebnih oblekah za gledališče ni, kako so se oblačili za kulturne dogodke, lahko sklepamo iz njihovih vsakdanjih oblek, ki so bile sestavljene iz tunike, osnovnega moškega oblačila. Tunika je bila preprosta, kratko oblačilo brez rokavov. Če so šli Rimljani v javnost, so si čez tuniko ogrnili velike polkrožne nabrane plašče – toge. Razkošna toga, sešita iz tankih volnenih tkanin, je bila le v lasti svobodnih državljanov. V rimskem obdobju je obleka že močno nakazovala razredno pripadnost. Senatorji in vojskovodje so si togo olepšali z rdečo barvo, da so se ločevali od drugih. Tudi ženske so nosile daljše tunike in če je šla ženska v javnost, si je

morala ogrniti naguban plašč, s katerim se je lahko pokrila tudi čez glavo. Poleg obleke so tudi obuvala izražala statusni položaj. Noge so si ovijali z obujkami ali hodili kar bosi. Najbolj razširjeno obuvalo so bili jermenasti sandali, nosili pa so tudi natikače in usnjene škornje (Krašovec Pogorelčnik 1997, 134).

Slika 2.3: Rimske tunike in toge v javnosti



Vir: Fashion Era (2016b).

2.3 KULTURA OBLAČENJA SREDNJEVEŠKEGA GLEDALIŠČA

Srednjeveška umetnost je zaznamovana z liturgično dramo. Po rimskem gledališču igre take kot prej na odru ni bilo, večinoma so le brali in ne uprizarjali. Z nastopom krščanstva je gledališče postalo pregrešna oblika zabave, uprizarjanje in gledanje predstav sta bili prepovedani. Leta 391 je krščanstvo postalo uradna vera rimskega imperija in zaradi ukinitve gledališča so se pojavili potujoči komedijanti, žonglerji, lutkarji, krotitelji živali ipd., ki so hodili po Evropi in zaganjali norčije. Sčasoma so se začele v srednjem veku pojavljati igre, ki jih je Cerkev dovoljevala, to so bile duhovne igre z versko vsebino. Te igre, obrede so pripravljali duhovniki in dečki, ki so uprizarjali Marijo. Občinstvo liturgičnih iger je bilo vdano in verno. Igralski prostor je bila kar cerkev sama. Srednjeveške drame so uprizarjale napete in dramatične zgodbe iz Svetega pisma, ki predstavljajo dediščino zahodne civilizacije. Njihova posebnost pa je bil komični element, ki je za razvoj gledališča pomemben, saj so komični vložki, ki niso del prvotnih zgodb in vsebin, pripeljali do uporabe narodnega jezika. To je bil glavni dejavnik pri vzpostavitvi narodnih gledališč v evropskih državah (Hartnoll 1989, 30–32).

Kulturo oblačenja za prihod na liturgične igre lahko razberemo iz kulture oblačenja ob prihodu v cerkev. Obredna oz. mašna oblačila niso bila vsakdanja. Razlikovanje med oblačili predvsem za liturgične namene in vsakodnevnimi oblačili se je začelo že v 4. stoletju. Oblačila za posebne priložnosti so se razvila iz grške in rimske praznične obleke, ki se je od drugih razlikovala po barvi – bela (Hartnoll 1989, 34).

Oblačila za posebne namene je tako vpeljala cerkev, obiskovalci so prihajali na predstave v svojih najboljših oblačilih. Klemen Aleksandrijski je že okoli leta 215 kristjanom zapovedal, naj prihajajo k bogočastju v praznični in ne v vsakodnevni obleki. Iz tega je možno sklepati, da je bil tudi duhovnik oblečen slovesneje – osnove v grških in rimskih oblačilih. Kostumi so bili lepo izdelani, bogato okrašeni in izvezeni, s poudarkom na nakitu. Cerkev je vnesla ločitev oblek, razkošne večerne toalete pa so prišle v veljavo kasneje. Razvoj večernih toalet se je razvil nekje v 18. stoletju, predvsem zaradi večernih zabav oz. pogostitev. Moški so bili večino dneva na konju, in ker na večerni zabavi niso želeli imeti vonja po njem, so se preoblekli v bolj »fina« oblačila (Antongiavanni 2006). V vsakem obdobju se tudi pri oblačilih poznata ohranitev prejšnje kulture in mešanje s sedanjo. Tradicija uprizarjanja liturgičnih iger je bila prekinjena, ker so igre s svetopisemsko vsebino v evropskih državah izumrle zaradi vpliva renesanse in reformacije (Hartnoll 1989, 35).

2.4 KULTURA OBLAČENJA RENESANČNEGA GLEDALIŠČA

Kroničnost vojn, nenehni nemiri, večna ogroženost zaradi strogega in nezanesljivega sodstva, strah pred hudiči in čarovnicami itd. so povzročali v ljudeh občutek negotovosti. A skozi čas je iz te črnine posijal žarek upanja. V renesančnem obdobju so se razvile čudovita umetnost, arhitektura in glasba (Melchinger 2000, 101). V gledališču so igrali le poklicni igralci, a še vedno le moški v izredno bogatih kostumih. Gledališče je bilo v tem času najbolj populistična in umetniška oblika zabave, odprto za vse družbene sloje (Hartnoll 1989, 38).

V 14. in 15. stoletju je obleka dobivala nenavadne oblike, premožnejši ljudje so se zlahka ločili od ostalega ljudstva, vendar so si želeli še dodatne posebnosti, ki bi bile vidne skozi obleko. Renesančna oblačila naj bi poudarjala osebnost, telesno moč, lepoto in bogastvo. V tem času

je postal ženski lepotni ideal predvsem izrazitost bokov ter prsi in moška pleča z mišicami. Za to obdobje so značilne čipke in naborki, da je bila čipka bolj opazna, so moški tako kot ženske nosili globoke dekolteje. Ženske so za obisk gledališča navadno nosile nabrano krilo, korzet in srajco s čipkami, moški pa so imeli haljice in hlače ter kratke polkrožne plašče (Sam 2006, 32). Oblečila plemstva so se močno razlikovala od oblačil preprostega ljudstva. S svojimi togimi, neudobnimi geometrijskimi oblikami so delovala dostojanstveno, strogo in brezosebno. Temni žameti in svile brez leska ter bogato okrašeni z zlatom in dragimi kamni so izpovedovali moč in bogastvo (Krašovec Pogorelčnik 1997, 143).

Slika 2.4: Renesančna ženska obleka



Vir: Renaissance Poetry (2016).

Elizabetinsko gledališče je dobilo svoj dom v Angliji, kjer je imel največjo vlogo Shakespeare. Tu so se uveljavljala zasebna in javna gledališča. Iz časov Elizabetinskega gledališča imamo že več informacij o občinstvu, in sicer je bila v zasebnih gledališčih publika bolj izobražena, saj je bilo celotno prizorišče gledališča označeno z latinskimi napisi, v njih so se igrala le dela visoke umetnosti, primerna za elito (Hartnoll 1989, 38). Javna gledališča so bila dostopna vsem za 1 peni, odvisno, kjer si sedel. V javnih gledališčih so se igrale večinoma komedije oz. norčije, ob katerih se je zabavalo preprosto ljudstvo. V tem času so nastajala profesionalna gledališča tudi drugje po Evropi, namenjena sicer vsem strukturam prebivalstva, ki je lahko plačalo vstopnino. Tu so se začeli zametki hierarhičnega sedišča, saj so obstajali različni cenovni razredi. Nižji razred je večinoma stal pred odrom pod milim nebom, saj sredina elizabetinskega gledališča ni imela strehe. Drugi, ki so plačali dodaten peni ali dva za boljši razgled, so sedeli na stranskih sediščih ali galeriji (Pismenost za gledališče 2016).

Slika 2.5: Občinstvo v elizabetinskem gledališču Globe



Vir: Vam Museum (2016).

2.5 KULTURA OBLAČENJA MEŠČANSKEGA GLEDALIŠČA

19. stoletje je bilo obdobje velikih sprememb, tako političnih kot socialnih, kar je vplivalo tudi na gledališče in njegovo kulturo. Usoda evropske umetnosti je bila več kot dve stoletji povezana z razvojem meščanstva. Vlada je izgubljala ugled, družba je bežala od realnosti ter pomene in vplive pripisovala le še ekonomiji in umetnosti. Na Dunaju je gledališče postalo središče nacionalnega življenja, ki je imelo na ljudstvo večji vpliv kot parlament, pravi Hannah Arent (2003). To se je dogajalo tudi drugje po svetu, saj se je gledališka vrednost političnega sveta stalno prepletala.

Po francoski revoluciji so se ljudje začeli narodno prebujati in družbeni položaj gledališča se je začel izboljševati. Dramsko gledališče si je izrazito povečalo svojo moč, ko so začeli uprizarjati igre v domačih jezikih, pridobilo je status narodne umetnosti in dobilo funkcijo narodnega prebujanja (Ahačič in Pignarre 1985, 104). Graditev narodnih gledališč je pripomoglo k utrjevanju nacionalne zavesti. V tem obdobju so se zgodile velike socialne in politične spremembe, nekateri so želeli obstoječi sistem, drugi pa so se zavzemali za enakopravnost v družbi. Industrijska revolucija, kapitalizem, povečana buržoazna moč so povzročili dvig demokracije in padec aristokracije. Nastal je nov meščanski razred, ki se je prebival v salone in kavarne, ob tem pa tudi v gledališče. Revolucija leta 1688 je dokončno uveljavila angleški srednji sloj. Občinstvo se je začelo bistveno ločevati, obstajalo je gledališče za ljudstvo in gledališče za elito in celo med elito je prihajalo do ločevanja »intelektualcev« od svetovljanov, ki so se usmerili k avantgardi (Ahačič in Pignarre 1985, 206).

Takrat ni bila funkcija gledališč v umetniški igri, temveč v utemeljevanju družbenih statusov. Tragedija je umirala in na oder so prihajale komedije. Sprva je meščanski sloj posnemal aristokracijo, vendar je prevladala težnja po udobnem in sodobnem življenju, njihov okus pa je bil bolj naklonjen temeljitosti, čustvom in moralnemu poučevanju. Razvili so se žanri drama v pravem pomenu besede (prva drama Londonski trgovec l. 1732), romantična drama in melodrama (Ahačič in Pignarre 1985, 210). Romantiki ni uspelo, da bi gledališko življenje obdarila s sanjami, miti, upornostjo in predstavo idealnega človeka. To je pogojeno z individualističnim duhom, gledališče pa je družbena zabava. Obdobje meščanskega gledališča po Evropi je zaznamovala meščanska komedija in od tu je možno slediti razširitvi gledališke industrije in brezobzirne komercializacije. Mlada šola je sicer nasprotovala meščanskemu materializmu, a se je z njim okoriščala, meščanstvo pa si je zatiskalo oči pred norostmi.

Tradicija pravil oblačenja za gledališče oz. za posebne dogodke, ki se odvijajo v večernem času, izvira iz prostora v gledališču, imenovanega »dress circle«. To je prostor v prvem nadstropju na balkonu. Izraz se je začel uporabljati v veliki evropski operni hiši v 18. stoletju. Ta prostor se je uporabljal kot ekskluziven sedežni red za elito, ki je bila primerno oblečena, drugi so imeli omejen vstop (Boyer 1987). Kot pomembno moško oblačilo se je v Franciji v tem času razvil frak in postal zaželeno oblačilo ob vstopu v gledališče. Frak je bil sprva jahalno oblačilo, pod angleškim vplivom pa se je to pokrivalo spremenilo, prednja krila, ki so jih pri jahanju obračali nazaj, so odrezali. Nova moda predvsem prihaja iz Anglije, saj je bila gospodarsko močna in tekstilno zelo napredna. Meščanstvo je tudi pridobivalo vedno pomembnejšo vlogo, zato so to modo začeli prevzemati tudi plemiči, ki so bili zaradi splošne ekonomske krize v precej obubožanem stanju. Po letu 1800 sta bila obvezno spremljevalno sredstvo fraka cilinder in sprehajalna palica. V letu 1828 se je tudi Prešern vrnil z Dunaja v fraku (Trošt 2011, 9). Razširjeno angleško moško oblačilo se je v temeljnih potezah obdržalo do danes, kot izredno svečana moška obleka. Moški so se tako oblačili v frak, škornje in visoke klobuke, ženske pa so imele stisnjene obleke, večerne obleke so bile večinoma v pastelnih barvah s poudarjenimi pasovi. Oblačila so imela pridih antičnih oblek, vendar so bile enostavnejše, udobnejše in preprostejše (Krašovec Pogorelčnik 1997, 212–217). Vsako obdobje ima v oblačilni kulturi določene značilnosti, pri opisovanju kulture oblačenja v gledališču pa lahko s pomočjo fotografij in značilnosti sklepamo, kaj so v tistem obdobju nosili.

Slika 2.6: Druženje v teatru Montansier (Francija) v 18. stoletju



Vir: Alamy (2016).

Slika 2.7: Primerna večerna obleka za gledališče leta 1807



Vir: The Black Tie Guide (2016).

2.6 SLOVENSKA KULTURA OBLAČENJA V GLEDALIŠČU

Gledališče na naših tleh je živelo in uprizarjalo igre že dolgo, preden so to sploh postala naša tla. Prvo pravno urejeno gledališče na Slovenskem je bilo jezuitsko gledališče, a je bila njegova umetniška moč na nizki ravni. V drugi polovici 18. stoletja so družbeno politične spremembe pripomogle k razvoju posvetne umetnosti, kjer sta imela pomembno vlogo Žiga Zois in Anton Tomaž Linhart. Prvi mejnik v zgodovini gledališča na naših tleh je 28. 12. 1789 z uprizoritvijo Županove Micke Antona Tomaža Linharta. Njegovo drugo delo Ta veseli dan ali Matiček se ženi pa je bilo prvič uprizorjeno šele petdeset let po njegovi smrti. Razsvetljenstvo je dalo prvo fazo slovenski posvetni književnosti in takrat so se Slovenci začeli zavedati samih sebe, s tem pa se je razvijala tudi ideja o narodu. Stanovsko gledališče, ki je bilo na mestu današnje Slovenske

filharmonije, je postalo prva gledališka ustanova pri nas, a takrat še niso uprizarjali slovenskih iger, večinoma le nemške in italijanske. Obdobje med leti 1790 in 1848 je bilo obdobje gledališkega mrtvila. Na odru je bila le nemščina, za to pa je odgovoren predvsem Bachov absolutizem (Vear 1998).

Čitalništvo je vpeljalo nekaj pomembnih gledaliških prvin, kot je utrjevanje slovenskega jezika. Leta 1867 je bilo ustanovljeno Dramatično društvo, s katerim se je utrdila gledališka profesionalizacija. Nemško gledališče je imelo do 90-ih let 19. stoletja bogato tradicijo, ki je bila ukoreninjena v zavest ljubljanskega občinstva. V letih 1909/10 je nemško gledališče pešalo, ljubljansko občinstvo pa je vse bolj izražalo svoj okus in zahteve (Vear 1998). Vodstvo je sprva podlegalo pritiskom občinstva in v kulturnih prostorih so se vrtele veseloigre, burke, farse ipd., a najbolj priljubljena je ostajala opereta – fenomen evropske glasbene tvornosti. Bila je priljubljena tako med buržoazijo kot med delavci, saj je bila odprta in »nezahtevna«. »Opereta – to je bil denar. Opereta je privabljala v gledališče ljudi, ki so v drami obiskovali le komedije in farse in so le redko zašli v opero.« (Gresserov - Golovin v Kotnik 2012, 6).

Ena izmed nalog slovenskega gledališča je bila tudi vzgoja občinstva, brez katerega kulturne ustanove ne bi mogle obstajati. Gledališče je bilo ukoreninjeno v zavest določenega sloja prebivalcev in je imelo status sociološko-kulturnega dogodka, druženja in zabave. Sprva je bilo občinstvo najbolj zvesto pestremu nemškemu programu, to pa so slovenski kritiki močno obsojali, saj so želeli izkoreniniti slovensko občinstvo na nemških prireditvah. Slovenski kulturni domovi so začeli z dobrim in zanimivim programom pritegovati pozornost ljudi, začeli so se ločevati od drugih evropskih hiš s »plehkimi« vsebinami. Ta zvrst je bila ustvarjena za »hipni užitek, katerega vtis je tako plitek in neznat, da ga izbrišemo s prvim požirkom piva, ki ga izpijemo po gledališki predstavi« (Lah 2010, 99). K temu je pripomogla opera, ki je privzdignila občinstvo in kulturno raven na višjo stopnjo.

Med leti 1867 in 1941 se je postopno načrtovano institucionaliziralo in profesionaliziralo gledališče v Ljubljani, Mariboru in Trstu. Prve predstave na slovenskih odrih po koncu prve svetovne vojne so bile prežete z nacionalno-političnim nabojem in zato so bile tudi dvorane nabito polne. Opisi iz predstave Županova Micka leta 1848 govorijo o navdušenju občinstva zaradi predstav v slovenščini. Ob večerih, ko so na odru igrali v slovenščini, je bila dvorana polno zasedena, marsikdo je celo izgubil nakit ali si strgal obleko zaradi pretirane gneče in

prerivanja. Več sto ljudi je lahko ostalo brez vstopnice in nato predstavo le poslušalo zunaj pred vrati, medtem pa so v dvorani omedlevali zaradi neznosne vročine. Po beseda Frana Levstika je bilo ljudstvo željno »gledališčne hrane« (v Pušić in Bogovič 1997, 55). Bolj kot umetnost in estetska lepota je v gledališču prevladoval nacionalni naboj, ko se je le-ta polegel po navdušenju vstopa v nacionalno državo, so začeli gledališče obiskovati običajni gledalci. Zaradi kulturno-politične vloge gledališča je prišlo do ustanovitve gledališč po celi Sloveniji, namen gledališč pa je bil približati gledališko dejavnost vsem ljudem (Vever 1998). Ta namen se spodbuja še danes.

Oblačilni videz takratnega nekmečkega, tj. plemiškega in meščanskega prebivalstva je bil v prvi polovici 19. stoletja podrejen oblačilni modi po zgledu Srednje Evrope, ki se je oblikovala v večini na Dunaju. Prva polovica 19. stoletja pri nas obsega empirsko in bidermajersko oblačilno modo. Kot sem že v prejšnjem poglavju omenila, je na slovensko ozemlje prišel frak, zato so plemiči in meščani v tistem obdobju nosili le frake in dolge suknjiče. Kljub temu, da so se fraki do srede 19. stoletja uporabljali kot oblačilo izven doma, so veljali za imenitnejše oblačilo kot dolgi suknjiči (Baš 1987, 150–152). Ob posebnih priložnosti, kot je obisk gledališča, so bili v navadi edinole fraki. Moški so imeli pod fraki dolge hlače, ki so se najprej zoževale navzdol, nato so se navzdol razširjale, naposled so bile spet ozke. Hlače so morale biti napete, zato so bile opremljene z jermenom ali trakom, ki so jih moški nosili čez obuvalo. Hlače in fraki so bili v temnejših barvah ob vstopu v gledališče, telovniki pa so bili iz različnih vzorcev. Srajčni ovratniki so bili izredno visoki, skozi njih so bile prepletene pentlje različnih oblik. Vsakdanje obuvalo so bili škornji, te so obuvali tudi za posebne priložnosti (edino za ples so imeli plesne čevlje). Poglavitno pokrivalo je bil cilinder, ki je bil v 40-ih letih posebej visok, v 50-ih 19. stoletja pa s širokimi krajci. Posebnost je bila ta, da se klobuk zunaj hiše ni odlagal z glave, v gledališču so moški sedeli z visokimi klobuki na glavi, prav tako tudi ženske, kar je bilo skrajno neprijetno za obiskovalce, ki so sedeli za njimi (Baš 1987, 151).

Gledališče so obiskovali ljudje, ki so želeli biti videni in sklepati kupčije, predstava je bila drugega pomena. Poročene ženske so imele pokrito glavo (pokrivala žensk so bila različna po območjih), ta zahteva pa je izvirala iz cerkve. Zunaj hiše so bile ženske dosledno prekrite. Plemkinje in meščanske so nosile obleke, ki so bile tajlirane, znova je prišel v navadno steznik. Rokavi oblek so se proti koncu 20-ih let razširili, in sicer najprej na ramenih, potem na nadlaktih, in naposled na komolcih. Med ženskimi oblekami so prevladovale živahne barve. V

50-ih letih so bila zelo priljubljena široka krila (krinoline). Premoženje so razkazovale z ovratnimi kožuhovinami. Imele so polškornje s peto. Lornjete, očala viličaste ali škarjaste konstrukcije, opremljena z držalom, so bila namenjena občasni rabi. Takšna očala in slonokoščeni daljnogledi so bili izredno priljubljen pripomoček v gledališču (Baš 1987, 156–206). Gledališče je v takratnem času izjemno pripomoglo k slovenski kulturi, saj se kulturna zavest v človeku naseli šele, ko ima čas za razgledovanje okoli sebe, za razmislek o sebi in posledično željo za ponazoritev in upodobitev življenja ter življenja drugih na odru.

Slika 2.8: Bidermajerska moda v slovenskem prostoru



Vir: Texsite (2016).

2.7 SODOBNO GLEDALIŠČE IN KULTURA OBLAČENJA

Ustanovitelj sodobnega gledališča je André Antoine, sin trgovskega pomočnika in izvajalec revolucije naturalističnega gledališča. Z amaterskimi igralci je ustanovil društvo Svobodno gledališče. Leta 1887 je zbral 300 abonentov in jih enkrat mesečno navduševal ali vznburjal v njih nemir v najetih dvorinah. V svojih igrah je upodabljal resnico v surovi obliki oz. v »izrekih življenja« (Ahačič in Pignarre 1985, 222). Sodobno gledališče temelji na resničnosti pri opazovanju življenja, stran od praznega besedičenja in bleščeče narejenosti. Želeli so predstaviti igro tako, kot je resnično življenje, kot natančno posnemanje zunanjega videza sveta. Če je bilo treba, so mlatili slamo in razobešali krvaveče meso po dvorani, da so pridobili vtis »realnosti«. Vloge igralcev so bile intenzivnejše, zahtevnejše in dramsko popolnejše, od igralcev se je zahtevalo, da se v »vlogo« popolnoma vživijo in se pri tem ne brigajo za občinstvo. Pri uprizarjanju »izsekov« iz življenja je imel pomembno vlogo tudi režiser, ki si je

prizadeval, da bi se na odru prikazalo posebno ozračje s pogledi, premolki, osvetljavo, sceno itd. Na ta način je sodobno gledališče občinstvo zdramilo iz ravnodušnosti in mu odprlo nova obzorja, uprizarjali pa so tudi tuja gledališka dela (Ahačič in Pignarre 1985, 206–223).

Društvo je leta 1894 razpadlo, a kljub temu ima še danes pomemben vpliv na gledališče. André Antoine je imel drznost, pogum in nesebičnost. Društvo je živelo iz dneva v dan, »na robu« in v nasprotju z gledališči, kot uspevajo danes. NeprostoVOLjno amaterstvo Svobodnega gledališča se kaže kot odraz neuravnovešenosti gledališča, ki je zaznamovala dobo 19. stoletja. Javna umetnost, ukročena pod pritiskom ekonomskih in družbenih struktur, je bila nesposobna naravnega razvoja. Sodobno gledališče pa je bilo kot bojni stroj, ki je želel zavzeti Pariz. Avtorji te šole so stremeli k udarnosti, izvirnosti in škandaloznosti, v ljudeh so želeli vzbuditi robotost in grozljivost, kar pa je postalo tudi tarča kritik. Kljub vsemu se moramo naturalističnemu gibanju zahvaliti za spremembo gledališke nravi, za uvedbo spoštovanja do avtorjev in odstranitev gole tehnične umetnije, saj se je s tem uveljavilo tudi preučevanje vseh elementov gledališke umetnosti. V tem obdobju je prišlo do prelomnic v gledališki dvorani, ki jih danes jemljemo za samoumevne. Uvedla se je tema med samo izvedbo predstave in na ta način je občinstvo postalo »nevidno« za igralce, razsvetljava je bila kot del predstave z vložki volumna. Igralci so kdaj tudi šepetali, molčali in obračali hrbet občinstvu. Vsi posamezni vložki so dajali vtis realnega življenja (Dhomme 1969, 31–36).

Spremembe v umetniških zvrsteh, predvsem pa velike družbene spremembe, so prinesle novosti tudi v modi in kulturi oblačenja. Prevladovala so čiste elegantne oblike, funkcionalni in sproščeni kroji. Ženske obleke so imele ravne, »šik« linije, ki niso izrazito poudarjale zapeljivih oblin. Moška oblačila so se poenostavila, postala so mladostna, udobnejša in barvno pestrejša (Krašovec Pogorelčnik 1997, 163).

Slika 2.9: Gledališko občinstvo med leti 1930–40



Vir: Getty images (2016).

Danes vsak evropski narod vzdržuje poleg narodnih gledališč tudi mestna, pokrajinska, ljudska in mladinska gledališča, kjer se ukvarjajo s stalnim iskanjem novih oblik in možnosti igralskega izraza. V večini držav vsa gledališka dejavnost poteka v družbenih okvirih in z družbeno podporo, nekje pa so gledališča odvisna od državne subvencije. Kjer so gledališča zasebna, so primorana skrbeti za ugodje večine obiskovalcev, zato velikokrat strežejo povprečnemu malomeščanskemu okusu cenene zabave in se odrečejo zahtevnejšemu umetniškemu programu, kar znižuje njihovo umetniško raven (Ahačič in Pignarre 1985, 106).

3 GLEDALIŠKO OBČINSTVO IN MEDSEBOJNI VPLIVI

Pri preučevanju kulture oblačenja moramo pozornost nameniti tudi konceptu občinstva, brez katerega gledališče ne bi obstajalo. Skozi zgodovino so se oblikovala raznorazna občinstva, od religioznih do neformalnih zbiranj, ki so vključevala širšo množico ljudi. Prvi zametki občinstev so se pojavili z antičnim gledališčem in zborovanjem ljudi na enem mestu, amfiteatru. Oblikovanje občinstva je vsebovalo načrtovano in organizirano gledanje ter poslušanje na dogodkih javnega ali zasebnega značaja, ki je bilo namenjeno izobraževanju ali zabavi. Vloge so se delile na nastopajoče in na gledalce oz. poslušalce - na ljudi, ki so oblikovali občinstvo kot celoto (McQuail 1994, 3).

Z izrazom občinstvo lahko poimenujemo gledalce katere koli prireditve, športne, kulturne, otroške itd. Dramsko občinstvo pa ima po navedbah Drage Ahačič posebne lastnosti.

»Pravo dramsko občinstvo tvorijo gledalci s sledečimi lastnostmi:

- a) ki redno zahajajo v gledališče,
- b) ki hodijo v gledališče zaradi predstav, ne pa iz kakšnih drugotnih (družbenih, prestižnih) razlogov,
- c) ki jim je določen gledališki izraz, določena odrska govorica dostopna, dojemljiva in po njihovi vseči,
- d) ki pozorno in notranje zbrano spremljajo gledališko predstavo kot umetniško manifestacijo (kolikor to seveda je),
- e) ki čutijo duhovno sorodnost do tega, kar jim gledališče predstavlja,
- f) ki na osnovi navedenih predpostavk v času dramske predstave in na ravni imaginarnega sveta uprizoritve vzpostavljajo miselni in čutno-čustveni zaznavni sporazum z odrskim dogajanjem kot duhovno enovito občestvo, vendar ne v smislu neke verniške zamaknenosti, ampak na osnovi osebnega notranje aktivnega sprejemanja gledališkega dogajanja in iz tega izhajajočega opredeljevanja do človeških vprašanj, ki jih gledališče zastavlja.« (Ahačič 1998, 321).

Tako igralci kot gledalci imajo izoblikovane vrednote, ki so družbeno oblikovane in posredovane. Igralec na odru pomene posreduje v obliki estetskih kodov preko igralske tehnike, gledalec pa jih na enak način sprejme in interpretira znotraj kulturno ter estetsko oblikovanih procesov interpretacije. Potrebe občinstva so kulturno in družbeno oblikovane, zato se predstava dojema skozi ta pričakovanja, proces ponotranjenih pričakovanj gledalca pa omogoča socializacija (Bennett 1997, 106).

Občinstvo je običajno v teoriji definirano kot skupnost, kot kolektiv, ki ima skupinski odziv. O njih se govori kot o množici ljudi, a se moramo pri tem zavedati, da je množica ljudi sestavljena iz posameznikov, ki imajo svojevrstna prepričanja, vrednote in razmišljanja. Te razlike je treba upoštevati tudi pri starosti, spolu, razredu itd., ki vplivajo na odzivnost. Freshwater opozarja na tendenco, ki zamenjuje individualni in skupinski odziv (Freshwater 2009, 3–4). Predstava na gledalca vpliva različno, njena interpretacija je odvisna od njegovih lastnih izkušenj. Občinstvo ima v gledališču, kot ga poznamo danes, temelje v začetnih zametkih, a je obenem veliko večje, bolj razdrobljeno, bolj individualno in tudi zasebno. Industrializacija, urbanizacija

in tisk so povzročili večjo pismenost in posledično izobraženost, čemur je sledilo kasnejše raziskovanje občinstva. Vrhunec akademskega zanimanja za koncept občinstva je prinesel razvoj filma in kinematografije, saj se je s tem ustvarilo množično občinstvo, ki je vzbudilo zanimanje za raziskovanje.

3.1 OBČINSTVO VISOKE KULTURE

Preučevanje koncepta gledališkega občinstva je zanimivo, saj s tem preučujemo vpliv medija in njegovo strukturiranje realnosti, kako s tem vpliva na občinstvo, da razmišlja o stvareh in predvsem, o čem sploh razmišlja. Pri tem je treba biti pozoren na različne subkulturne formacije znotraj obiskovalcev in na njihove kulturne kode ter kompetence med razredi, saj ti določajo dekodiranje kulturnih kompetenc. Različni avtorji, ki so preučevali občinstvo, so preučevali predvsem koncepte množičnega občinstva, na katere vplivajo različni mediji – televizija, kinematografi, radio, tisk in današnji novi mediji. Ni pa veliko preučevanja dramskega občinstva zaradi dostopnosti le elitni skupini ljudi.

Gledališka predstava ni le umetnostna oblika izražanja, temveč je tudi kulturna praksa. Gledališče je socialni fenomen, je dogodek, ob katerem mora biti prisotno občinstvo za potrditev kulturnega statusa (Bennett 1997, 86). Gledališče je lahko včasih uporabljala le elitna skupina ljudi, ki ga je označila za območje »visoke« umetnosti in kulture, ker so se skupine ljudi zaradi socialno ekonomske moči lahko udeležile obiska gledališča, so te institucije označili kot središča kulturne moči, kjer so imeli avtoriteto razglaševati, kaj je »visoka« in kaj »nizka« kultura (Bennett 1997, 85–98). Če bi se sprva obiska gledališča posluževal tudi podrejeni razred, bi ta seveda izgubil svoj prestižni pomen (Veblen 1998, 229).

Že sama prostorska urejenost dvoran je velikokrat nakazovala na hierarhično razporeditev ljudstva. Gledališče je bilo razdeljeno na parter, lože, balkon in galerijo. Nižji sloj, ki si je vstopnico lahko privoščil, je moral v večini sedeti pod stropom dvorane – v galeriji. Galerijo so imenovali tudi »paradiž« ali »kurnik«, tu so bili obiskovalci tarča posmehljivih opazk in pripomb. Včasih je bila dvorana stalno osvetljena, občinstvo je lahko prihajalo in odhajalo, kadar so hoteli, med seboj so se pogovarjali in kritizirali predstavo, če jim ni bila všeč.

Gledališče je postalo vse bolj modno in razkazovanje privilegirane elite na družabnih gledaliških predstavah ni bilo moč zgrešiti. Poleg sedežnega reda v dvorani so se obiskovalci po socialnem statusu razločevali tudi po različno izbranih primernih večernih toaletah za posebne dogodke. To je prišlo v veljavo predvsem po francoski revoluciji, ko je bil materialni razcvet v gledališču. Gledališče je postalo dostopno ljudstvu in nova bogata meščanska družba se je začela zabavati kot premagana aristokracija. Prej je bilo to le zbirališče aristokratske kulturne elite, meščanska družba pa si je ustvarila gledališče po lastni podobi, na videz površno bleščeče. Gledališka blaginja se je povečevala v obratnem sorazmerju z umetniško vrednostjo, pomanjkanje umetnosti je v 19. stoletju pripeljalo do globokega umetniškega mrtvila, odsev tega stanja pa je bil okus občinstva. V tem času je prišlo do kritičnega preverjanja in reform, ki so dvignile umetniški ugled. Umetniška kriza v 19. stoletju kaže, da se gledališče ne sme pustiti povprečnemu slabemu okusu le zaradi ugajanja, ne sme se prilagajati plehki miselnosti vladajoče večine. Zabavna boulevarska gledališča, namenjena meščanskemu širšemu občinstvu, so povzročila razlikovanje občinstva na preprostejše in elitno občinstvo. S pojavom reformatorskih in avantgardnih gledališč je potekalo razlikovanje občinstva na intelektualno in materialno različnih ravneh. Z idejno-estetsko zahtevnostjo so pridobili izobraženo elito in jo ločili od meščanske – ta je ostala zvesta zabavi (Ahačič 1998, 319–328).

Po drugi svetovni vojni je med gledališko občinstvo prišel val sprememb. Začelo se je zmanjševanje razlik med visoko in nizko kulturo in posledično mešanje ter prodor množične kulturne potrošnje (Uršič 2003, 13). Začetki predstav so bili prestavljeni na bolj zgodnje ure, da so se lahko obiskovalci vrnili domov zgodaj, predstave so potekale med 8.30 in 18.00 uro. V tem času pa je prišlo tudi do premika v oblačilnih kodah v gledališču, strogo formalne obleke so bile ukinjene zaradi vojnega režima in od takrat večina gledališč nima več oblačilnih predpisov (Thomson 2008, 33).

3.2 GLEDALIŠKO OBČINSTVO KOT TRG ALI KOT JAVNOST

V Sloveniji delujejo tako javna kot zasebna gledališča. Glede na to, da so javna gledališča in kulturne ustanove, kjer se uprizarjajo gledališke predstave, financirani z javnim denarjem,

večina meni, da ni treba namenjati posebne pozornosti pridobitvi občinstva. Komercialna/zasebna gledališča pa živijo izključno od prodaje vstopnic, zato morajo temu nameniti več pozornosti. Pa vendar temu ni tako. Vsako gledališče si prizadeva pridobiti in obdržati čim večje število obiskovalcev. Razlike se pojavljajo v ponujanju komercialnih vsebin, s katerimi se hitro pridobi določeno število ljudi, in v ponujanju zahtevnejših vsebin, ki ne pritegnejo pozornosti katerega koli posameznika.

Ilen Ang v svojem članku (1991) sicer razlaga o pridobivanju občinstva kot institucionalni zagati in pojasni dva modela, ki ju sicer navezuje na komercialno in javno televizijo. V teh modelih je mogoče zaslediti delovanje vseh institucij, tudi gledališča, ki si prizadeva za čim večje število občinstva (Ang 1991, 423). Nobena institucija oz. noben medij ne more svojega občinstva jemati za samoumevnega. Petersen Jensenova (2007) je preučevala vzrok gledališča kot medija. Pravi, da ima pojav množičnih medijev velike posledice predvsem na kulturne strukture. Informacije, dostopne na vsakem koraku, ustvarjajo ozračje, ki ga lahko primerjamo z dihanjem, konstantnim vsrkavanjem informacij, ne da bi se jih zavedali. Prisotnost množičnih medijskih sporočil nam tako megli predstavo tudi o kulturi, njeni uprizoritvi in umetnosti nasploh (Petersen Jensen 2007, 2–3).

Na trgu se pojavlja vse več konkurence, zato si morajo vse institucije predstavljati občinstvo kot predmet, ki ga je treba osvojiti, smisel in namen ter pomen osvojitve pa niso oblikovani na enak način v obeh sistemih. Komercialni sistem je lažje razvozlati, ker so ti aksiomi preprosti in neposredni, programi so ustvarjeni v želji po dobičku, zato so najbolj plehki (Ang 1991, 423). Občinstvo vpliva na gledališče s svojimi pričakovanji in motivi za obisk določene predstave. Nekateri pridejo zgolj po zabavo in sprostitev, da odmislijo vsakdanje skrbi in tegobe, ki se naberejo tekom dneva. Taka publika želi imeti vse ponujeno in razbrano iz igre, nobene misterioznosti in razmišljanja. Ne vidijo potrebe po predstavah z neznanimi idejami in prepričanji, vidijo le odpor v predstavah, ki v njih vzbujajo vprašanja, in tradicionalne moralne, politične ter kulturne vrednote postavljajo pod vprašaj. Spet drugi zahajajo v gledališče ravno zaradi spodbujanja misli o človekovem obstoju, svetu in ne nazadnje vsakdanjem življenju. Na odru igralci z določeno uprizoritvijo vzbudijo vprašanje o socialnih in političnih razmerah.

Paternalistični sistem, kot ga je imenoval Williams, je »avtoritaren sistem z vestjo«, sistem z vrednotami, prepričanji in nameni onstran ohranjanja lastne moči (v Ang 1997, 425). Ta odnos bi moral temeljiti med občinstvom in gledališči v kulturnem in ideološkem smislu. Paternalistični sistem, ki prenaša vrednote, navade, okuse in načine razmišljanja, ki jih vladajoča manjšina želi prenesti na množico ljudi. V tem pogledu bi gledališče služilo javnosti po filantropskih načelih. Občinstvo je na ta način prisiljeno, da se sooči z mejami lastnega okusa, vendar je pri tem treba biti pozoren, da v to ni vključen le kulturni elitizem. Občinstvu mora biti ponujena široka paleta izbora med kakovostnimi predstavami in se ne podrediti pritisku, da je treba dati občinstvu, kar želi. Občinstvo tako ni razumljeno kot trg, ampak kot javnost, ki je glavnina javnih institucij. Tu gledalci niso sestavljeni iz potrošnikov, ampak iz ljudi, ki se v gledališču izobražujejo, informirajo, obenem pa tudi zabavajo (Ang 1997, 425–426). Občinstvo kot javnost je po teoretskih načelih razumljeno kot prenašanje ali pošiljanje sporočil, gledalci pa kot prejemniki. Tako pri občinstvu kot na trgu pa je prenos sporočil sekundarnega pomena, gledalci so razumljeni le kot potencialni potrošnik. Komercialna gledališča v občinstvu vidijo le trg, potrošnika, kjer je treba vzbuditi tako zanimanje, da se vrne in prinese denar (Ang 1997).

Zaradi trenutne »krize« se kultura in gledališče srečujeta z upadom obiska in nekatere kulturne hiše se začenjajo posluževati vse bolj podcenjenih, komičnih predstav v upanju na dobiček. Večina ljudi se v takšnih časih želi razbremeniti od vsakodnevnega stresa, vendar je ravno v teh časih najpomembnejše dvigovati zavedanje o pomembnih perečih temah skozi gledališko predstavo in ne s plehkimi vsebinami poneumljati občinstva. Cena vstopnic je odvisna od gledališča do gledališča, pa tudi od predstave do predstave. Določene uprizoritve, ki so kakovostno izdelane, seveda vsebujejo tudi temu primerno višjo ceno vstopnice kot pa igra, ki nima globljega pomena in je ustvarjena »na hitro«. Treba je vzdrževati raven določene kulture in na spored umeščati le kakovostno tematiko. Okus občinstva prav tako vpliva na to, kaj je predstavljeno na odru. Publika variira, kar se tiče okusa, izobrazbe, ekonomskega statusa, rase, starosti in drugih dejavnikov. Vodstvo gledališča mora biti pozorno, na koga se želijo obrniti s svojim izborom predstav, kdo si lahko vstopnice privošči in kdo ceni t. i. »visoko« umetnost kakovostne produkcije.

Večino občinstva v gledališčih po Evropi sestavlja beli, srednji razred v srednjih letih in v zadnjem času se pojavljajo skrbi gledališčih hiš, kako apelirati mlajšo publiko (Brockett and Ball 2014). Narediti je treba gledališke predstave, privlačne mlademu občinstvu, pri tem pa je treba biti pozoren, ko naslavljaš novo občinstvo na staro, z novimi artističnimi, rasnimi in razrednimi drugačnostmi. Težava pri teh vprašanjih je, koliko različnih občinstev v določenem gledališču sploh je. Katera želimo obdržati? Nekatere gledališke hiše uporabljajo tudi brezplačne dni vstopa na predstavo, saj želijo pritegniti nižje razrede, mlajše občinstvo in rasno mešano, to poteka tudi v Ameriki v 600 gledališčih v 100 različnih mestih. Načrt je, da novo občinstvo pritegnejo in v njih vzbudijo zanimanje za vrnitev v dvorano tudi kasneje (Brockett and Ball 2014).

3.3 GLEDALIŠČE KOT MEDIJ

Raziskovanje alternativnih medijev je široko območje, kjer obstaja veliko teoretskih poudarkov. Vsako teoretsko polje ima lahko različne vire, ki temeljijo v sociologiji, medijskih študijah itd. Če se osredotočimo na to, kaj je značilno za kategorizacijo določenega medija, ki ga definira kot alternativnega, dobimo različne pristope. Pristop kritičnih medijev poudarja kritično vsebino, demokratične produkcijske in organizacijske strukture pri ustvarjanju medija (Sandoval in Fauch 2010). Vloga medija je spodbujanje posameznika k zavzemanju aktivne družbene vloge, ustvariti subjekt, ki razmišlja in ki je sporočevalec ter prejemnik hkrati (McManus 1994). Gledališče ima vlogo orodja, ki izobražuje in uveljavlja družbene spremembe na individualni, lokalni in globalni ravni, zato bi lahko sodil v teoretsko polje alternativnih medijev.

Nekateri avtorji (Downing 2003) gledališče dojemajo kot alternativni medij, ki je s svojo oznako razumljen kot konotacija »mainstreamu«. Radikalne alternativne medije je utemeljila Downingova (2003) med preučevanjem zgodovinskih družbenih gibanj. V 16. in 17. stoletju so bili take vrste mediji v obliki sporočil, prenesenih preko protestantskih letakov, v 19. stoletju tudi ulično gledališče, ljudske pesmi, ženska feministična literatura, politična satira, verske pridige, zgodovina gledališče itd. (Pajnik in Downing 2008). Po mnenju Downingove (2003) oblike alternativnih medijev najdemo v javnih govorih, šalah, freskah, grafitih, obleki,

gledališču, letaku itd. Alternativni mediji sami po sebi tako niso novost, so pa novejši v polju raziskovanja medijev in komuniciranja (Pajnik 2010). Gledališče akademsko in teoretsko ni močno uveljavljeno v t. i. alternativnih medijih, saj je nekoč veljalo le za prostor elitnih skupin, šele v 20. stoletju pa je postalo dostopno vsem družbenim skupinam in zato še ni uveljavljeno kot del alternativnih medijev.

Današnje gledališče je kot medij vpeto v konkreten družbeni prostor, dramski teksti na odru oživijo neposredno pred navzočim občinstvom in na njih vplivajo z igro in besedilom, od posameznega gledališča je odvisno, ali bo delovalo v področju alternativnih ali komercialnih medijev. Pojav množičnih medijev ima velike posledice predvsem na kulturne strukture in vpliv medijev na kulturo gledališča se pozna tudi v percepciji in recepciji občinstva. Gledališče se je s pojavom množičnih medijev in uporabo nove tehnologije močno spremenilo (a ni nujno na boljše oz. slabše). Medijsko okolje je povzročilo, da so gledališčni »proizvajalci« začeli uporabljati promocije filmskih, televizijskih in internetnih medijev, uveljavljanje novih medijskih oblik in vsebin se je zgodilo v želji po preživetju (Petersen Jensen 2007).

Gledališče je medij, je oblika posredovanja in družbenega življenja dramatike, ki je vpet v konkreten družbeni prostor. Današnje gledališče se prepleta tudi z novimi mediji, saj je v uprizoritveno dejavnost vpeta tudi intermedialnost, ki se kot tehnični termin nanaša na usklajevanje avdio-vizualnih medijev. Multimedialno gledališče, kjer digitalne tehnologije poglobijo učinkovitost klasičnega dogodka, je prostor hibridnega fenomena. Kandinsky (v Kattenbelt 2008, 26) je gledališče dojemal kot skriti magnet, ki omogoča medsebojne vplive različnih vrst umetnosti, v sodobnih gledališčih so združeni vsi novi mediji in tehnologije, ki povečajo učinek intertekstualnosti. Gledališče že od nekdaj odslikava tedanje družbene razmere, zato je primerno, da se nove tehnologije znajdejo tudi v predstavah, ki odsevajo današnji čas. Kljub vseprisotnosti novih medijskih tehnologij ni nujno, da imajo ti vedno negativen prizvok, to ne pomeni, da se z njihovo uporabo omejuje gledališka ustvarjalnost, temveč se temu lahko dodajajo nove oblike, odvisno od namena uporabe.

3.4 GLEDALIŠKO OBČINSTVO V POLJU KULTURNE POTROŠNJE

Bourdijejeva (2001) teorija kulturnih praks in družbene strukturiranosti okusa je ključna za raziskovanje gledališkega občinstva kot področja sodobne kulturne potrošnje. S tem, ko postane potrošnja znak odličnih dobrin, znak bogastva, pridobi tudi častni predznak (Veblen 1998, 229). Kulturne prakse so razširjene na potrošništvo kot na obliko kulturno estetske reprezentacije oz. na eno izmed njihovih oblik. Vse prakse potrošnje se estetizirajo in tako je tudi gledališčni dogodek kot estetsko doživetje, simbolno uveljavljeno kot kulturni spektakel, za katerega potrebujemo določeno znanje in estetski okus, ki je del posameznikovega življenjskega stila.

Kultura se je sprostila, ko ni bila prisotna le med zaprto aristokratsko množico, odprla se je širšemu občinstvu v 80. letih 20. stoletja in začela nagovarjati množično občinstvo. V prostorih kulturne potrošnje (gledališča) potrošnik denarja ne menja za blago, ampak za nematerialne dobrine, ki mu prinesejo osebno zadovoljstvo – gre za vir bogastva, ki je alternativen ekonomskemu kapitalu (Uršič 2003, 13). Prostor, ki je bil sprva namenjen le elitni množici ljudi, se je v obdobju francoske revolucije spremenil. Zgodil se je kulturni preobrat, saj se je gledališče približalo ljudstvu in s tem so se odprla vrata različnim družbenim razredom. Umetnost, ki je bila prej rezervirana le za elito, je dostopna vsakomur in od francoske revolucije naprej jo povezujemo z množičnostjo. Odprava fevdalnih sistemov in prirojenih plemiških statusov je povzročila zmanjševanje razlik med posameznikovimi življenjskimi stili in posledično drugačno razumevanje kulture v vsakdanjem življenju. Še večje brisanje mej med visoko in nizko kulturo se je zgodilo po drugi svetovni vojni, ko je prišlo do množične kulturne potrošnje. Kot pravi Uršič (2003), je prostor kulture, primer gledališča, že od nekdaj pomemben segment ekonomije in dober vir zaslužka, zato se je z zmanjševanjem razlik med visoko in nizko kulturo kot prostor kulturne potrošnje povezal tudi s potrošnjo na mestnem obrobju.

Avtorica kulturnih študij Erika D. Rappaport (2000) je pokazala podobnost med potrošniško in kulturno prakso na primeru obiskovanja gledališča. Potrošniška praksa se odslikava v gledališču, odkrila je podobnosti med nakupovanjem in obiskom gledališča v Londonu iz prehoda 19. na 20. stoletje. V West Endu sta bila nakupovalni center in gledališče postavljena skupaj na ulici in zato sta začela tudi skupaj sodelovati. V uprizoritvenih igrah so bile teme nakupovanja, zabave in užitka. Ustvarjala sta skupni množični trg za moderno občinstvo. Predvsem muzikali so se v tistem času najbolj posluževali potrošniških vsebin, saj so jih priredili

kot zabavne in dobičkonosne (Rappaport 2000). To ne pomeni, da so vsa gledališča delovala v skladu z potrošniško etiko. V tistem času je bilo potrošništvo predstavljeno kot praksa, ki te obogati in olepša. Slatnar zapiše, da je vsa potrošnja kulturna, saj ustvarja pomene in jih širi med množico ljudi. V kulturnih oblikah potrošnje se producira in reproducirajo kultura, družbeni odnosi in razmere v družbi (Slatnar 1997, 132).

3.5 GLEDALIŠČE KOT KULTURNA INDUSTRIJA

Pojem kulturna industrija sta vpeljala Adorno in Horkheimer (2002), ki bistvo kulturne industrije prikažeta na način, da so kultura in njeni izdelki ustvarjeni v želji po dobičku. Kultura daje potrošnikom, kar želijo in zato postaja vse bolj homogena (Adorno in Horkheimer 2002). Industrija in kultura ne bi smeli biti vzporedna pojma, a sta se v obdobju kapitalistične demokracije začeli prepletati in od leta 1960 so pojmi trgovina, družba in kultura že precej prepleteni, celo »zavozlani« skupaj. Kot označuje Bulc (2004a), so industrijski načini proizvodnje tudi v umetniških vsebinah.

Adorno in Horkheimer sta s svojim poimenovanjem kulturne industrije naletela na kritiko francoskih sociologov, da je njuno poimenovanje homogeno. Ti so želeli poudariti kompleksnost le-teh, saj obstajajo različni načini kulturne produkcije (Hesmondalgh 2002, 14). Institucije, ki so povezane s proizvodnjo družbenih pomenov, kulturnih artefaktov, so teksti, ki se berejo po svojih interpretacijah. Gledališče kot institucija je ena izmed kulturnih industrij, ki ustvarja simbole. Pri preučevanju kulturnih industrij je treba biti pozoren na vzajemno delovanja, na kar opozarja Negus. Negus (1999) trdi, da imata kultura in industrija vzajemen odnos, tako kot industrija proizvaja kulturo, tudi kultura vpliva na industrijo. Zavedati se je treba, da niso vsi kulturni artefakti pod kapitalističnim vplivom, ampak so ustvarjeni tudi le sami zase.

V gledališču kot kulturni industriji moramo pozornost nameniti ustvarjalnim umetniških vsebinam, ki ne bi smele sovpadati z marketinškimi lastnostmi. Pri tem preučevanju lahko ugotovimo le malo, saj se vsako gledališče na svoj način poslužuje kulturnih vsebin v procesu proizvodne institucije. Nedvomno je, da so vsebine prepletene, od posameznika pa je odvisna

interpretacija. Dobiček vodi vsebino kulturnih industrij in na ta način oblikuje oz. ustvarja okuse ljudi, obenem pa zadovoljuje potrošnika. Psevdo-individualnost vlada v svetu, individualnost je omejena na območje občega. Gregor Bulc (2004a) termin primerja s standardizacijo, načinom ustvarjanja kulturnih izdelkov. Številni avtorji teorijo kulturne industrije zavračajo na podlagi vidne elitističnosti. Bulc poudarja, da je treba analizirati subjektivne značilnosti kulturnih industrij, analizirati zaposlene, ki določajo vsebino kulturnih izdelkov. Tematizira obravnavanje kulturnih posrednikov – ustvarjalnih delavcev v produkciji in reprodukciji simbolov. Bulc pravi, da so kulturni posredniki heterogena skupina, kjer nimajo vsi skupnega habitusa, zato jih je treba obravnavati ločeno. (Bulc 2004a, 90).

3.6 GLEDALIŠČE V POLJU KULTURNIH POSREDNIKOV

Kulturni posredniki so tisti, ki delujejo v procesu produkcije, reprodukcije in distribucije simbolnih kulturnih dobrin ter storitev, ki spadajo v polje med »visoko« in popularno kulturo ter s svojim delovanjem privabljajo nov srednji sloj. Bourdieu je prvi uporabil izraz kulturni posredniki (v Bulc 2004a, 91) ob vpeljavi novega srednjega razreda, ki ga je delil na stari srednji razred in novi srednji razred, ločeval pa jih je na podlagi poklicev. Novi srednji razred je kot družbeni sloj pomembno vplival na oblikovanje hedonistične in potrošniške etike. Vpeljal je komponento »terapevtskosti«, ki jo je uporabljal novi srednji razred zaradi nasprotovanja tradicionalnim dominantnim razredom in lastne inherentne dvoumnosti. Novi srednji razred je svoj cilj videl v užitku in zabavi, kar se je vpeljalo z novo potrošnjo. Nezmožnost užitka je predstavljala ogroženo posameznikovo samozavest, ki je vodila v obup. Zahteva po užitku se je začela etnično in znanstveno upravičevati z novim življenjskim stilom - nove oblike samoizražanja, individualnost, socialna potreba po druženju, telesna pripravljenost, drugačni načini vzgoje otrok, potreba po terapevtskih pogovorih itd. Vse to vodi v novo obliko potrošnje, ki je namenjena novemu družbenemu sloju. Srednji razred je zavzel položaje v kulturni industriji in je imel možnost posredovanja novega stila, saj so sami v mladosti občutili nepravičnost družbenega sveta in nedoseganje idealov višjega razreda. Bourdieu pravi, da imajo kulturni posredniki, ki so izrazito konservativni in nesubverzivni, nadzor nad množičnimi mediji in ustvarjanjem nove umetnosti (Bulc 2004a). Pojavljajo se »novi intelektualci«, ki svoje področje delovanja razširijo iz umetnosti na

ekonomska/marketingška področja in s tem uveljavljajo značilnosti intelektualnega stila življenja. Kulturni posredniki promovirajo dvoumen pogled na svet in potrošniški jaz, posameznik je pozoren sam nase, na svoj videz in na impresioniranje drugih.

Promotorji novega okusa in življenjskega stila so izhajali iz kontrakulturnih gibanj. Featherstone je že v romantiki zaznaval estetizacijo življenja posameznih družbenih skupin, a kljub temu začetki boemskega življenja in umetniške svobode izvirajo iz šestdesetih let dvajsetega stoletja (v Bulc 2004a, 96). Nova umetnost ni ogrozila monopola le v gledališču, temveč tudi v prostorih opere in baleta. Uveljavljali so nove meje med visoko kulturo in kulturno-ekonomskimi prostori. V gledališče se dodajajo klubski prostori, kavarne se spreminjajo v razstaviščne prostore umetnosti - galerije. V prostorih nove umetnosti, ki so prepleteni z ekonomsko platjo, se zbirajo novi umetniki, intelektualci in kulturni posredniki. Življenje visoke umetnosti, boemskih in avantgardnih etosov se prepleta s popularno-kulturnimi vzorci in tržno ekonomijo (Bulc 2004a, 91–97).

Kritike kulturnih posrednikov so predvsem v kontradiktornem odnosu, na kar je opozoril že Bourdieu (v Bulc 2004a, 96). Novi srednji razred se želi ločiti od drugih in obenem pritegniti ter vključiti vse družbene sloje. Vzbujaajo željo po določenem življenjskem stilu med nižjimi sloji, ki tega ne morejo realizirati. Druga kritika je v homogenosti družbenega razreda, kot posredniki bi morali izhajati iz vseh družbenih slojev in ne le iz enega (Bulc 2004a, 977–103).

Walter Benjamin (1998) vlogo kulturnih posrednikov vidi v razširjanju različnih umetniških oblik in obliko novega komuniciranja med umetnostjo in občinstvi, ki vpliva na politični in duhovni vidik življenja množic. Walter Benjamin je kulturne posrednike zaznaval kot pozitivne, saj so na področje vsakdanjega življenja posredovali visoko umetnost ob uporabi množičnih medijev. Medijske in kulturne študije bi morale tako razširiti na področje analize subjektivnih vidikov kulturne proizvodnje, v smislu vrednot, prepričanj in življenjskega stila posameznika, ki deluje v tem.

4 KULTURNI KAPITAL IN OKUS

Bourdieu (2001) pojem kulturnega kapitala označi kot nakopičeno materializirano ali utelešeno delo. Njegovo pojmovanje vsebuje ekonomski in socialni vidik, ki skupaj tvorita habitus. Kulturni kapital se odraža v našem vsakdanjem življenju, gre za dolgoročne dispozicije uma in telesa, kako se izražamo, oblačimo, gestikuliramo itd. S pojmom kulturni kapital Bourdieu opisuje razredno pripadnost in družbeni status posameznika v sklopih pridobljenih vrednosti (v Vidmar 2001, 242). Te vrste kapital se razkazuje v treh oblikah, in sicer kot utelešeno stanje, kot materialno objektivno stanje (slike, knjige, instrumenti ...) in kot institucionalno stanje (vrsta izobrazbe) (Luthar 2014a, 11).

V kulturni sociologiji obstajajo različne oblike družbene stratifikacije, ki temeljijo na razlikovanju med razredom in statusom. Bourdiejeva formula družbenih praks je naslednja: »(habitus)(kapital) + polje = praksa«, habitus, pomnožen s količino kapitala, ki ga posameznik akumulira, je rezultat socialnega polja v specifični praksi (v Škerlep 1998, 39). Avtorji, kot je Bourdieu, so tako status videli kot simbol razreda, v nasprotju z Webrom, ki je trdil, da sta status in razred ekonomsko ločena. S tem pride do ugotovitev, da razred ne temelji le v ekonomskem, ampak da je viden tudi v statusnem simbolu - ločen in obenem povezan na različne historične variabilne načine (Luthar 2014a, 69). Kot pravi Lutharjeva (2014a, 70), moramo biti pri preučevanju kulturnega kapitala občinstva pozorni na uporabo pojma razreda in statusa kot sinonima (družbeno-ekonomski status), ki sta uporabljena v večini empiričnih raziskav. Pozorni moramo biti ne le na razmerje med občinstvom in tekstom, temveč tudi na spol, starost, raso, razred, status itd., na način, kako posameznik doživlja vsakdanje življenje.

Ljudje ne živimo v črno belem svetu, kjer bi lahko vse vrednotili v različne skupine. Posameznik si lahko enkrat ogleda nogometno tekmo ali se udeleži vaške veselice, naslednji dan pa si lahko ogleda koncert klasične glasbe. Podobni primeri nam pokažejo, da ne moremo vsega posploševati (Williams 1997). Zato Bourdiejeva homologija visoke razredne moči in potrošnja visoke kulture ni več v veljavi za današnji čas (Luthar 2014a). To podrobneje razdelam v poglavju omnivornost/univornost kulturne potrošnje.

Ekspanzija popularne kulture in komodifikacija visoke kulture sta povzročili drugačno obravnavanje. Okus in kulturne prakse niso več utelešeni kazalniki kulturnega kapitala, so pa pogosto rezultat finančnih virov, kjer pa je treba upoštevati tudi demografske značilnosti.

Obisk gledališča je nekoč veljal za t. i. »visoko kulturo«, ki jo je obiskala elita, ko se visoki kulturi priključi popularizirana vsebina, pa postane dostopna množici.

4.1 RAZLIKOVANJE VISOKE IN POPULARNE KULTURE

Popularna kultura, kot je svet mode, reklam, popularne glasbe filma itd., vpliva na naš vsakdanjik, na naše razumevanje samega sebe in okolice, zato ima popularna kultura pomembno mesto v današnjem svetu, še posebej kot politični in estetski fenomen (Stankovič 2002, 14–15).

V Veliki Britaniji se je v 20-ih in 30-ih letih 20. stoletja razvilo leavisovstvo, kot kritika množične kulture. Zagovorniki so trdili, da je to le dekadentna industrializirana sodobnost, brez moralne resnosti in estetske vrednote (Turner v Stankovič 2002, 15). Po njihovem prepričanju je bila množična kultura industrijska, narejena za množično občinstvo, ki je bila izredno nezahtevna in banalna, trivialna, neavtentična, narejena le v želji po dobičku in v skladu s slabim okusom množice. V primerjavi z »visoko« kulturo množična izničuje estetska merila za razlikovanje med kakovostnim in nekakovostnim, saj je prednost le zabava, podpira miselno lenobo potrošnikov in moralno plehkost ter množično opušča »resnejšo« umetnost (Strinati v Stankovič 2002, 15).

Premiki kulture v smeri modernizma in mestne elite so bili odgovorni za izoliranje visoke kulture od popularne. Umetno ustvarjena delitev na visoko in popularno kulturo je imela izvor v intelektualnih krogih. Kot pravi Stankovič (2002, 17), je to le »aristokratsko zmrdovanje nad banalnostjo sodobne množične kulture«. Po mnenju Paula Dimaggia se je razlikovanje med visoko in popularno kulturo pojavilo med leti 1850 in 1900 in se je poznalo v organizacijskem razlikovanju med nepridobitnimi kulturnimi institucijami, ki jih poganjajo zasebniki, in med komercialno industrijo, ki išče dobiček (v Storey 2012, 324).

Zgodovinsko ločevanje visoke in popularne kulture se je kazalo skozi tri primere. Prvi primer bostonskih elit temelji na estetski ideologiji, na ostrem razločevanju med plemenitostjo, moralnostjo umetnosti in zabavo, namenjeno le prostaštvu. V ta namen so morale bostonske elite jasno definirati in določiti meje med zabavo in umetnostjo. Zagovarjali so ustvarjanje

institucij in kulturnih praks za »celotno« skupnost, navkljub jasni izključitvi nižjega razreda. Bostonska elita je tako monopolizirala nadzor nad umetnostjo in glasbo, občinstvo pa je bilo sestavljeno le iz elite in višjega srednjega razreda.

Drugi primer je sprememba kulturne vrednosti Shakespearovih gledaliških iger. V prvi polovici 19. stoletja je ljudstvo Shakespearove igre obiskovalo zaradi zabave, njegova dela so bila namenjena širši množici ljudi. V drugi polovici 19. stoletja pa je prišlo do redefiniranja njegovega dela. Elite so si prisvojile gledališke igre in zabava je bila nadomeščena z izobraževanjem, igre niso bile več uprizorjene pred množičnim heterogenim občinstvom, temveč pred ekskluzivnim občinstvom, ne več kot igre, ampak kot poezija, brana v izoliranosti. Shakespeare je postal avtor za specifično občinstvo, sestavljeno le iz višjega razreda.

Tretji primer je opera, ki je doživela podobno usodo kot Shakespeare. V 19. stoletju je bila opera uveljavljena kot integralni del javne skupne kulture po Evropi in Ameriki, ne glede na družbeni status. Kot prva glasbena institucija je odprla vrata širši javnosti, namenjena vsakemu, ki si lahko vstopnico privošči (Storey 2012, 327). Med preoblikovanjem opere za visoko kulturo so morali prostor fizično ločiti od vsakdanjega življenja popularne zabave, opero so ločili od gledališča in zgradili posebne stavbe, namenjene uprizarjanju operne glasbe. Vnesli so določena pravila oblačenja in obnašanja v operi, ob tem pa tudi pravilo, da morajo biti dela izvajana v tujem jeziku. To pravilo je imelo namen, da opera postane nerazumljiva za neizobraženo množico. Karte so bile predrage, da bi si jih lahko privoščil kdor koli, pravila večernih toalet pa so narekovala nedostopnost nižjim slojem in do konca 19. stoletja je elita poskrbela, da so v operi sedeli le obiskovalci višjih razredov (Storey 2012, 328).

Visoka kultura je postala specifična kategorija, institucionalizirana z ekonomsko močjo. Umetnost, glasba, opera in Shakespeare so bili ločeni od javne kulture, v posebnih prostorih, kot so muzeji umetnosti, koncertne dvorane, operne hiše in gledališča. Ta »svetišča« so bila na voljo le ljudem z ekonomsko in družbeno močjo, prostim časom in izobrazbo, s katero so »visoko kulturo« spoštovali. Visoka kultura je dala ljudem tudi navidezno kulturno avtoriteto, ki je bila boljša, pomembnejša in superiorna od množične. Kulturne strategije ločevanja umetnosti in množičnosti lahko poimenujemo modernizem. Njegov namen je izključiti na novo izobražene ljudi z razmahom izobraževalnih reform, na ta način obdržati le najboljše

intelektualce in ne mase ljudi, saj postane kultura množična, popularizirana. Izgubili so se estetski kodi in umetniški dotiki, ki niso dosegljivi za vse ljudi. Strategija namernega izključevanja in ločevanja je privedla do visoke kulture. Modernistična literatura in kultura sta delovali na izključitvi množic, premoči nad množicam, zmanjševanju njene pismenosti in zanikanju njene humanosti. Izključitev manjšine proti večini odobrila elita v veri, da je umetnost sama po sebi dragocena in je ni mogoče doseči z nobeno drugo dejavnostjo. Umetnost se po besedah Greenberga (v Storey 2012, 332) ne sme podrediti kulturnim industrijam in dobičku, temveč mora sama zaradi sebe obstajati, sama sebe mora »očistiti«, zato je nujna ločitev manjšine. Kot sem že v poglavju kulturno-zgodovinskega pregleda gledališča omenila, umetnost pomaga posameznikom, da v množični enolični družbi prepoznajo sami sebe in ohranjajo svoj položaj navkljub množici, da postanejo individualisti in se ne spojijo s populistično vsakdanjostjo.

4.2 OKUS OBČINSTVA IN NJEGOV RAZRED

Pierre Bourdieu (2001) nam pomaga pri razumevanju, kako vsakdanje prakse v neki kulturi prispevajo k reprodukciji neenakosti družbenih razredov. Primer gledališča je od nekdaj veljal za prestižnejši okus, okusi posameznikov in njihovi načini življenja pa se pretvarjajo v legitimne okuse, ki pomagajo uveljavljati družbene razlike med ljudmi. Estetska presoja je za Bourdieuja odločitev, ki vsakodnevno usmerja izbiro hrane, oblačila, glasbe, umetnosti itd. Preko vsakodnevnih praks je posameznik klasificiran s svojimi odločitvami, obenem pa tudi sam klasificira, kaj je lepo, dobro ali slabo na podlagi lastnih klasifikacij (Trdina 2016, 30).

Škerlep v svojem članku opisuje Bourdieuejeve povezave med socialnimi diferenciacijami, družbenimi praksami in skupinami, ki jim pripadajo posamezniki (v Škerlep 1998, 31). V katerem razredu bo posameznik pristal, je odvisno od njegove eksistence, ki oblikuje njegove dispozicije, »habitusa«. Posameznikovo vedenje in delovanje, njegov življenjski stil in družbena identiteta se skozi sistem dispozicij, ki jih določa habitus, kažejo v družbi (Škerlep 1998, 31). V njegovem modelu družbe je treba razločevati med različnimi oblikami kapitala. Bourdiejev koncept kapitala je razdeljen med neekonomsko obliko, ki ga predstavlja kulturni oz. simbolni kapital, in socialni kapital. Kulturni kapital predstavlja pojme izobrazbenega

kapitala, družinsko ozadje, razred. Ta kapital se uteleša skozi znanje in kapaciteto posameznika, izobrazbeno, akademsko, lingvistično kompetenco in politično zaupanje publike. Materialno se kapital uteleša tudi v posedovanju kulturnih proizvodov – knjig, slik, instrumentov ipd. Simbolni oz. družbeni kapital zajema vse naštetu, razen neposredno ekonomskega. Je skupek dejanskih ali potencialnih povezav, institucionaliziranih odnosov poznavanja in priznanja, velikost družbenih odnosov, mreže, ki jih je treba stalno negovati in vzdrževati, v primeru, da jih je kdaj treba aktivirati. Učinki simbolnega kapitala so kompetenca, legitimnost in prestiž, ki dodeljuje »distinkcijo« v primerjavi s tistimi, ki imajo simbolnega kapitala manj. Dovič (2003, 1294) zato trdi, da tako kulturni kot simbolni kapital temeljita v ekonomskem, a ju ne moremo zamenjati s čisto ekonomsko platjo, saj njuna učinkovitost temelji ravno na dejstvu, da skriva svojo odvisnost od ekonomskega kapitala.

Breda Luthar in Slavko Kurdija v članku pojasnita, »kultura se ne uporablja le za označevanje družbenih razlik, temveč tudi za vzpostavljanje, ohranjanje in uprizarjanje družbene neenakosti, saj so razlike skozi kulturne distinkcije prevedene v hierarhije« (Luthar in Kurdija 2011, 985). Družbene razlike, izključevanje in omejevanje življenjskih priložnosti so posledica kulturnega okusa, ki variira glede na družbeni položaj. Družbena slojevitost se odraža skozi razred in status, status je tudi simbolni vidik razredne strukture.

4.3 OMNIVORNI/UNIVORNI VZORCI KULTURNE POTROŠNJE

Gledališče kot kulturni prostor družbene razlike med ljudmi legitimira. Prezentacija, pojavnost v družbenem prostoru ustvarja razlike, hierarhičnost razredov pa se najboljše pozna skozi kulturo oblačenja. »Kultura ni, kar posameznik je, temveč kar posameznik ima ali bolje, kar je postal« (Bourdieu v Storey 2012, 334). Elita se želi ločiti od druge družbe, s svojo kulturo oblačenja in pojavljanjem na določenih kulturnih dogodkih elita vsiljuje razliko med razredi, ta razlika pa je njihov lastni način življenja. Naključni okusi, naključni načini življenja se pretvarjajo v legitimizacijo le-tega. Sami sebe klasificiramo po svojih standardih in druge klasificiramo po njihovih. Vladajoči razred je pogojen z denarjem, oblika, ki jo zavzema, pa je kulturna. Okus je tako globoko ideološki diskurz in ima vlogo označevalca družbenega razreda. Hierarhija okusa je s tem vrisana v hierarhijo družbenega razreda. Kultura pomaga krepiti pripadnost enih in

izključevanje drugih in ravno opera in Shakespeare sta bila odvzeta zabavi, popularnemu občinstvu za namene razlikovanja elitnih skupin – postala sta visoka kultura.

Posameznik, ki zaseda prostor v višjem družbenem razredu, ne troši nujno samo visoke kulture. Elitna potrošnja kulture je raznovrstna (omnivorna), medtem ko je potrošnja nižjih slojev bolj enostranska (univorna) (Luthar 2014a,70). Sociolog Peterson je razlikovanje med elito in popularno kulturo videl v razlikovanju med omnivornim in univornimi vzorci kulturne potrošnje. Med širokimi spektri (omnivorni) in ozkimi, monotonimi (univorni) spektri okusov. Kot že omenjeno, so okus in preference povezani z razredom. Ljudje, ki prihajajo iz višjega razreda, imajo širši spekter uporabe kulturnih proizvodov in so zmožni boljšega razumevanja raznovrstnih oblik umetnosti. Ljudje z nižjo stopnjo kulturnega kapitala niso zmožni enakega razumevanja umetnosti, kar pomeni, da imajo univoren vzorec potrošnje. Omnivornost pa ne pomeni le sprejemanje vsega, temveč predvsem spoštovanje do drugačnih okusov. Bourdiejev vidik homologije visokega razrednega položaja in potrošnje visoke kulture ne drži več v isti meri kot nekoč. Na to pa vpliva večja mobilnost, visoka kultura in njeno razumevanje sta danes drugačna kot včasih, njeno razumevanje je dostopnejše širši množici, izključevanje je manj legitimno ipd. Študije omnivornih in univornih vzorcev kulturne potrošnje homologije med razredom in kulturo ne zanikajo, ampak ugotavljajo, da se je ta zveza preoblikovala. Kultura nima več enake simbolne vloge razrednih neenakosti, to pa ne pomeni, da te vloge ni več, je le v preoblikovani obliki (Luthar in Kurdiya 2011, 989–991). Razlikovanje med ljudmi, med razredi konstantno ostaja, edino, kar se spreminja, so njegove strategije.

4.4 GLEDALIŠČE KOT POPULARNA KULTURA

Klasična glasba, gledališče, umetnostna zgodovina, filozofija ipd. so kazalniki t. i. »visoke umetnosti« in se jih vrednoti kot »dober okus«, a se navezujejo na »ekonomijo kulturnih dobrin« (Vidmar 2001, 242).

Popularna kultura se v zahodni kulturi pojavi na začetku 20. stoletja. Popularna kultura, kot jo je opredelil Storey v šestih kategorijah, zajema definicije, kot so:

- a. popularna kultura je enostavna kultura, ki jo preferira večina;

- b. primerjava popularne kulture z visoko kulturo ali umetnostjo;
- c. popularna kultura kot množična kultura;
- d. popularna kultura je ljudska;
- e. popularno kulturo je treba analizirati z Gramscijevo hegemonijo;
- f. postmodernistični diskurz popularne kulture

(Storey 1993, 6–16).

Popularne kulture ne moremo zreducirati v eno samo teorijo, preproste interpretacije žal ni. Do tega prihaja predvsem zaradi akademskih in znanstvenih neupoštevanj in poznega raziskovanja. Popularna kultura je pogosto označena za množično, plehko, nizko in celo vulgarno kulturo, ki je vsiljena nekritični množici v želji po vse večjem dobičku. A tega ne moremo preprosto označiti kot tako, tako kot tudi ne moremo primerjati popularne kulture s t. i. visoko kulturo in umetnostjo, temveč jo moramo ocenjevati znotraj nje same. Popularna kultura ni vedno enoznačna, je večpomenska.

Posameznik kot bralec kulturnega teksta ob prebiranju kulturnega sporočila na svoj način interpretira popularni tekst in njegov pomen. Ta identifikacija je odvisna v največji meri od kulturnega kapitala, a ne popolnoma. Ljudje se lahko določenih kulturnih dogodkov udeležujejo le zaradi funkcije in prestiža, kar spada v simbolni kapital. Ločevanje kultur je vedno imelo ideološko in politično konotacijo. Velik del popularne kulture je ustvarjen le za dobiček kulturnih industrij, kljub temu moramo z distanco preučevati pasivizacijo potrošnikov, saj nismo popolnoma nemočni v ideološkem sistemu produkcije kulturnih tekstov, kot pojasni teorija hegemonije. V današnjem času se sicer pojavljajo nove vrste gledališča, ki temeljijo v polju popularne kulture, zasebna gledališča, ki se preživljajo izključno s komercialnimi vsebinami, medtem ko javna gledališča še vedno poskušajo vzdrževati raven določene umetnosti. A s prepletanjem visoke kulture in populariziranih vsebin se prepletajo tudi družbene ravni.

4.5 KULTURNI OKUS V GLEDALIŠKEM PROSTORU

V magistrskem delu me je zanimala povezanost okusa in kulturnih praks skozi obiskovanje gledaliških predstav. Kako družbene distinkcije (spol, razred, izobrazba, status) vplivajo na kulturne distinkcije (izbor gledališkega žanra)? Pri tem sem se spraševala, kakšno vlogo igra gledališki žanr predstave v organizaciji razrednih distinkcij. Sta izobrazba in družinsko okolje osnovni kazalnik institucionalnega kulturnega kapitala in ali sta v visoki korelaciji z razredno delitvijo? Vez med razredom in kulturo ter vloga kulturnega kapitala so dejavniki družbene neenakosti, kulturni okusi pa so vir ohranjanja razlik in omejevanja življenjskih priložnosti posameznika, če variirajo glede na družbeni položaj. Holt poudarja, da v Bourdiejevi teoriji ni v jedru visoka kultura, ampak posebna instanca delovanja teorije okusa in razreda v specifičnih razmerah (Luthar in Kurdija 2011, 987).

Herbert Gans (1999) je razvil teorijo okusa občinstva, kjer pravi, da to niso kohezivni sistemi vrednot, ampak na njihov okus vpliva ogromno dejavnikov. Od razreda, starosti, religije, etničnih in rasnih ozadij, okolje, kjer živijo, odraščajo, ne nazadnje tudi osebnost človeka, vse to vpliva na okus posameznika. Gre za skupek, preveden v željo po določeni kulturni potrošnji. Kljub vsem dejavnikom je razred največji vir razlikovanja med kulturnimi okusi. Med merili, ki so jih sociologi, je razred mišljen v obliki dohodka, poklica in izobrazbe, kjer je izobrazba najpomembnejša in ni mišljena le po šolskem sistemu, temveč tudi, kaj se ljudje želijo naučiti iz množičnih medijev. Gans je povezal kulture okusov z družbeno strukturo in jih razdelil v pet kulturnih okusov javnosti (Gans 1999, 94–102). Posameznik glede na kulturne okuse izbira med potrošnjo svojo skupine, ki je v največji meri determinirana z izobrazbo. Bulc (2004) pa pojasni, da se okus določene potrošnje izraža tudi skozi posameznikov življenjski stil, ki je povezan s habitusom, sistemom dispozicij, preferenc in shem, po katerih presodi ustreznost in veljavnost okusa za določeno kulturno dobrino. Habitus vpliva na okus in na kulturne preference posameznika. To je sistem trajnih in prenosnih dispozicij, ki vpliva na dojemanje sveta in na njegovo delovanje, to dojemanje pa je enako med pripadniki določenega razreda (Bulc 2004b, 75).

Ali lahko gledališče kljub lažji dostopnosti kot nekoč igra pomembno vlogo pri vzdrževanju in oblikovanju kulturnih hierarhij? Ob tem sem se vprašala tudi o delovanju kulturnega kapitala v polju popularne kulture. Danes se v javnih gledališčih, ki niso ustvarjeni in odvisni le od dobička, pojavljajo tudi določene popularizirane vsebine in s tem se postavlja pod vprašaj

raven kulture, ki naj bi jo gledališče vzdrževal. Z vzponom kinematografov in televizije je gledališče začelo izgubljati svoje občinstvo, zato se ob poplavi raznoraznih medijev in zabave gledališča močno trudijo obdržati svoje občinstvo. Elektronski mediji, ki nas obdajajo, so v primerjavi z umetnostjo, ki jo doživimo v živo na odru, ugodnejši in dostopnejši, vendar prispevajo zelo malo k akumulaciji kulturnega kapitala. To se zgodi zaradi neekskluzivnosti, saj vsak lahko sodeluje in ima dostop do medija iz naslonjača. Izgublja se pomen gledališča kot kulturne institucije, saj si lahko določene predstave ogledajo posamezniki že doma, ni potrebe po udeleževanju dogodkov in ob tem izboru primerne obleke, izkazovanju spoštovanja in doživljanju uprizoritvene umetnosti, ob tem pa se prihrani tudi finančni zalogaj. Razlog za zmanjševanje vpliva razreda na gledališki okus je vzpon kinematografov, televizije in ostalih socialnih medijev. Gledališče je bilo v boju za preživetje primorano postati dostopno celotni množici ljudi.

5 DRUŽBENI STATUS IN KULTURA OBLAČENJA

Kultura oblačenja je način, s katerim doživljamo, raziskujemo, posredujemo in obnavljamo družbeni red. Preko tega se konstituiramo kot družbena in kulturna bitja ter dekodiramo družbeni in kulturni okoliš. Kultura oblačenja je način, s katerim ljudje komuniciramo, ne le o svojih občutkih in razpoloženju, temveč tudi o vrednotah, upih in prepričanjih določene skupine, ki ji pripadamo. Oblačilna kultura nekega razreda je kot orožje in obrambno sredstvo, s katerim skupina za branjenje in doseganje oblasti ter premoči sestavlja družbeni red in hierarhijo. Vladajoči razred ima nadzor nad »vladajočo materialno silo« in je dominanten v družbenem, ekonomskem, pa tudi ideološkem pogledu (Barnard 2005).

Karl Marx v svojih spisih o družbi navaja, da so v družbi že od nekdaj obstajali zametki mode, to utemeljuje z raziskavami, ki pričajo, da je zgodovina vseh dosedanjih obstoječih družb zgodovina razrednih bojov. Marksistične razlage trdijo, da sta moda in oblačenje načina izražanja in odražanja razredne identitete, posameznik je najprej pripadnik določenega razreda in svojo pripadnost izraža z zunanjim videzom (v Barnard 2005, 135). Vendar pa to ne pomeni, da je oblačilna kultura zgolj odraz in izraz ekonomskih razmer. Je način, ki omogoča konstituiranje, signaliziranje in reproduciranje razrednega položaja.

Moda je proizvod razrednega razlikovanja, ki ima dvojno funkcijo, da določen krog ljudi povezuje, medtem ko drugega izolira (Simmel 1998, 242). Moda in oblačenje sta kulturna pojava, praksi in ustanovi, v katerih se izoblikujejo razredni odnosi in razredne razlike. »Elite so tako rekoč ujete v družbeno nujnost konstantnega izumljanja novosti, da bi ustvarile potrebno družbeno razliko od neelite ali množice« (Kotnik 2014, 244). Način, s katerim se lahko doseže neenakopravnost v družbenem in ekonomskem smislu in ga opredeli kot legitimnega. V ta položaj se postavijo tako nadrejeni kot tudi podrejeni, odnos imenujemo »hegemonija« ali »prevlada«¹ (Barnard 2005, 57).

Habitus narekuje posameznikov življenjski stil in okus (Bulc 2004b). Zaradi habitusa se razredna skupina reproducira, družbeno okolje pa preprečuje množici, da bi lahko sprejela posameznikove (predvsem elitne) načine življenja, njihovega okusa. Družbeno kulturni prostori, kot je gledališče, omogočajo posameznikom, da svoj habitus kultivirajo. Spremljajo kulturne dogodke in spremljajo posameznike na teh dogodkih, s tem pa tudi njihov okus oblačenja in način življenja. Razredi se med seboj bojujejo za prevlado habitusa. Buržoazija in novi srednji razred prevladujeta nad drugimi, te razrede lahko poimenujemo tudi »kulturni posredniki«, ki se ukvarjajo s promocijo kulturnih proizvodov (Bourdieu v Bulc 2004a, 93). Gledališče je prizorišče kulturnih posrednikov, ki imajo moč v posredovanju vrednot, prepričanj in uveljavljanju določenega življenjskega stila in okusa. Svojo moč je najlažje izkazovati z oblačilom, ki je najvidnejši statusni simbol.

5.1 KONSTRUKCIJA ŽIVLJENJSKEGA STILA

¹ V Angliji so imele včasih ženske premožnejšega sloja edine dostop do potiskanih bombažev in, ki so bile razmeroma drage. Višji sloj je vsakodnevno javno razkazoval razliko skozi nošnjo oblačil. Ob prihodu na kulturne dogodke pa se je to še povečalo, saj so si za izbrane svečanosti ljudje nadeli najboljše materiale, s katerimi so izkazovali predvsem denarno premoč med seboj, premožnejšim slojem. Z razvojem bombažne industrije je ta izdelek postal dostopen širši množici ljudi, saj se je spustila njegova vrednost. Dokler je imel potiskani bombaž visoko denarno vrednost, so ga nosili le premožnejši in višji srednji razredi z namenom, da se ločijo od družbeno podrejenih sodobnikov. Ta namen se je izkazoval skozi razlikovanje doživljanja in razumevanja nižjih razredov. Ko pa je bombažu padla cena, so nižji sloji ugotovili, da lahko položaj nadmoči izpodbijajo z nošnjo bombažnih tkanin. Na ta način se je razlika med razredi oslabila. Elita je bila primorana najti novost, s katero so lahko zopet uveljavljali svojo različnost. Primer bombaža nam prikazuje, kako je oblačilna kultura ena izmed najzgovornejših razlik v moči in statusu. Te razlike obstajajo od nekdaj, naloga oblačilne kulture je le, da so videti legitime (Barnard 2005, 57).

Telo, oblačila, govor, prosti čas, prehranjevanje, hiša, avto, počitnice ..., vse to so kazalniki posameznikovega okusa in življenjskega stila. Po letu 1950 se je začela množična proizvodnja in v današnjem času lahko le rečemo, da ni nobenih pravil, nobenih omejitev, vsakdo je lahko nekdo (Featherstone 2007, 81).

Modni kodi so lahko prekršeni, ne obstajajo več pravila kulturnih kodov, obstaja vojna proti enotnosti, enoznačnosti. Vse to nas napeljuje, da gremo proti družbi brez statusov, vsak lahko prevzame življenjski stil nekoga drugega, če posnema njegova oblačila, izbor počitnic, prosti čas itd. Vsa luksuzna potrošnja, ki se je včasih nanašala le na določeno skupino ljudi, je bila presežena in to nas je pripeljalo do postmoderne potrošniške družbe. Ob pojavu vse večjih trgovskih središč v Sloveniji, ki dajejo smernice novi modni industriji, in ob pojavu t. i. »fast fashion« so se začeli jasno vidni družbeni statusni simboli brisati. Bourdiejevo razlikovanje visoke in nizke kulture se je v moderni potrošnji začelo prepletati. Posamezniki nimajo več določene razredne pripadnosti z rojstvom, ampak si morajo svoj položaj sami pridobiti, na katerem se izoblikuje svojevrsten življenjski stil.

Slovenija je glede na dohodek relativno egalitaristična družba, tu so taksonomične meje med razredi nizke, drugače pa je v političnem in medijskem diskurzu, kjer prevladuje radikalni egalitarizem (Luthar 2014a, 23). V Sloveniji so se zametki srednjega razreda začeli že v socializmu, dokončno pa se je udomačil v kapitalizmu. Novi srednji razred s svojim kulturnim kapitalom kultivira vsakodnevne prakse. Kapitalizem je povzročil kopičenje kapitala v rokah peščice in nastanek novih bogatašev. Začelo se je pretirano nakupovanje luksuza, kar je privedlo do nastanka novih simbolov. Sodobna družba je še vedno razredno stratificirana na podlagi kulturnega kapitala, ta strukturna sprememba je posledica pluralizacije in dinamizacije življenjskih pogojev, ki vpliva na manjšo navezanost ljudi na razred in vse večjo individualnost. Neenakost se zmanjša na način, da je vsakemu posamezniku omogočen prehod z enakimi pogoji po družbeni lestvici navzgor in v današnjem času je to veliko lažje kot nekoč.

Slovenija je leta 1991 z osamosvojitvijo iskala svojo novo podobo, novi stil in tako so tudi ljudje vladajočega razreda in nova družbena sila, ki so jo sestavljali postsocialistični povzpelniki in bogataši, potrebovali nove oporne točke za razlikovanje v družbi (Kotnik 2014). Moda v Sloveniji je eden izmed načinov kulturnega razlikovanja v družbi. Elite konstantno na novo

ustvarjajo razlike v družbi, da se lahko ločijo od množice. Začne se s pridobivanjem materialnega in finančnega kapitala, ko imajo tega dovolj, začnejo s pridobivanjem simbolnega kapitala. Sam ekonomski kapital ne zagotavlja mesta v eliti. V Sloveniji ni veliko »modnih dogodkov«, kjer bi lahko elita razkazovala svojo drugačnost, pripadnost skozi obleko. Udobje je začelo prevladovati nad eleganco, »causal« oz. sproščenost je postal slogan, ki nadvladuje kulturne kode. Ljudje ne poznamo več oblek za posebne priložnosti, čas hitrih trendov in hitre mode prispeva k temu, da je tudi med elito precej slabo oblečenih ljudi, zaradi poplave hitro spreminjajočih se informacij, kaj je modno in kaj ne. Pod oznako kultura oblačenja pa ne sodijo le obleke, temveč tudi način predstavljanja samega sebe. »Moda je stil, prefinjenost, kultiviranost, sposobnost komuniciranja in občutek za vzpostavljanje medčloveških odnosov« (Kotnik 2014, 252). Veliko elitnih dogodkov v Sloveniji je organiziranih v želji po približku iz tujine, a jim ne moremo parirati. Po pregledu različnih gledališč po svetu, od dunajskih, londonskih, ameriških pa tudi japonskih gledališč, natančno napisanih pravil oblačenja nikjer nisem zasledila. Kodeksi veljajo predvsem za obisk prestižnih opernih hiš po svetu, v gledališčih pa je vzdušje bolj sproščeno. Nekatere slovenske gledališke hiše imajo že na spletni strani nasvete za obiskovalce. Npr. SNG Maribor ima pod zavihkom kodeks oblačenja zapisano naslednje:

*Slovensko narodno gledališče Maribor nima predpisanega kodeksa oblačenja. Lahko oblečete jeans (čeprav ga večina ljudi ne), zagotovo pa si ni treba obleči večerne obleke (čeprav marsikdo to stori). Največ obiskovalcev se uredi, ampak tisto, kar nosite, je odvisno od vas. **Z oblačili namreč izkazujemo spoštovanje – do nastopajočih, do drugih obiskovalcev in do sebe.** Dostopno prek: SNG Maribor (2016).*

Ti nasveti veljajo za vsa gledališča v Sloveniji. Če gledališče velja za kulturni dogodek, ki je v funkciji »spektakla«, bi moralo tudi veljati, da dajo ljudje za tak dogodek nase obleke, ki so drugačne od njihovih vsakdanjih, da se uredijo v takšni meri, da se posameznik počuti udobno v svoji koži in v svojih oblekah. Oblačenje oz. posamezni kosi oblačila lahko tvorijo poseben pomen.

5.2 SAMOPREDSTAVLJANJE V VSAKDANJEM ŽIVLJENJU

Identiteta je danes svobodna izbira, prezentacija samega sebe v različnih vlogah in podobah. Samopredstavljanje po Uletovi (2005) pomeni vplivanje na vtis, ki ga ima okolica o nas (Ule 2005, 235). Samopredstavljanje je neizogibno v interakciji z drugimi ljudmi, uprizarjanje različnih vlog pa se kaže kot avtomatizacija družbene interakcije. Posamezniku omogoča tovrsten način dojemanja samoumevnosti njegov kulturni kapital. Samoumevnost v družbenem svetu je pokazatelj habitusov in koncentratov družbene moči, saj realnost določajo specifični univerzalni mehanizmi. Posameznik sebe in druge doživlja kot pripadnike svoje vrste, osebe z različnimi lastnostmi. Osebnost posameznika pa sestavljajo celota duševnih, vedenjskih in telesnih značilnosti. Identiteta se sestoji iz avtoidentifikacije, samoocenjevanja in identifikacije, ki mu je določena z merili družbe. Vsi ljudje se s svojo identiteto lahko igramo, jo prikrojimo, skrivamo, izpostavljammo oz. z njo manipuliramo (Blatnik 2003). Skozi telo se lahko identificirajo posamezniki, pa tudi človeške skupine, individualnost se v odnosu do njegovega telesa kaže v drži, premikanju, obnašanju in oblačenju. Predvsem s svojim oblačenjem človek izraža svojo identiteto svetu.

Goffman (2014) v svojem delu *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju* opisuje, kako se posameznik predstavlja skozi vsakodnevne interakcije. V to predstavljanje sodijo način vodenja in usmerjanja ter dojemanja drugih o njem, kaj se sme oz. ne sme storiti, da se pred občinstvom obdrži predstava, ki jo želi sporočiti okolici. Posameznik se v vsakdanjem življenju počuti kot igralec na odru gledališča, saj igra vlogo, kakršno želi, da ima okolica predstavo o njem. Okolica je občinstvo, ki vzajemno sodeluje na način, da posameznika ocenjuje in takoj, ko vstopi v prostor, občinstvo išče informacije o njem. Te informacije najprej dobijo iz zunanjšega videza, ki je sestavljen iz obleke, pričeske in drže. Prve informacije so pridobljene o ekonomskem položaju, zavedanju in predstavljanju samega sebe, odnosu do občinstva ter sposobnosti in zanesljivosti. Vse te informacije pomagajo občinstvu oceniti dano situacijo, v kateri so in na ta način dobiti želeni odziv posameznika. Družbena vloga, ki jo posameznik »igra«, sodi k določenemu statusu, te vloge pa se menjajo od priložnosti, situacije in občinstva. Vloge delujejo kot kompas, omogočajo orientacijo v družbenih interakcijah in reproducirajo polje, znotraj katerega se odvija prepoznavanje sebe in drugih. S simboli posameznik izraža oz. daje (gives) in oddaja (gives off) informacije, s katerimi si prizadeva pridobiti spoštovanje

občinstva. Ljudje lahko z igrano vlogo tudi manipulirajo oz. zavajajo občinstvo. Posameznik večino časa želi v okolici ustvariti ugoden vtis, v to pa je lahko vključeno tudi varanje ali pretvarjanje (Goffman 2014).

Ytrebergov koncept predstavljanja je podoben Goffmanovemu, gledališču kot oblika socialne interakcije. Ytreberg zaodrje primerja z večjo avtentičnostjo kot dogajanje na »odru«, ki je večinoma igra in je manj pristnosti. Med poljem odra in zaodrja (ko »snamemo« masko) označi srednjo regijo. Posameznik lahko v interakciji z občinstvom določene dele vedenja poudarja, določene pa lahko potlači (Goffman 2014, 247). Konstruirane interakcije, kjer se konstantno namerno poudarja in potlačuje vedenje, so vedno posredovane preko medijev (Ytreberg 2002). V t. i. srednji regiji »igralec« lahko združi svojo poklicno vlogo, ki jo vzdržuje, in svojo osebnost, identiteto vlog (npr. slavni igralci medijsko razkrivajo svoje osebnosti, kljub temu je to konstruirana podoba) (Ytreberg 2002).

Ljudje ob vstopu v gledališče upoštevajo določena nenapisana pravila o vedenju, igrajo vlogo, ki je primerna za določeno situacijo. Z določeno obleko, zunanjim videzom lahko posamezniki okolico pretentajo o svojem ekonomskem položaju in svojem kulturnem kapitalu, to pa je izredno težko, če posameznik ni kos določeni vlogi, ki jo igra in v procesu »izgubi obraz« (ne pozna vseh pravil, bontona). Če človek ne razume umetnosti, se tudi ne more prikazati pred drugimi pristojno in priljudno. Če se ne zna v dani situaciji tako vesti, kakor je želja dogodku primerna, občinstvo razkrije njegovo pretvarjanje .

6 KULTURA OBLAČENJA

Posamezniki so ujeti v različne spolne, rasne, razredne, religiozne, politične ... identifikacije. Stankovič pravi, da moramo v slovenski oblačilni kulturi izhajati iz predpostavke, da na tem območju živijo pripadniki različnih generacij, spolov, etnije, regionalnih identifikacij in podobno, v katerih temelji bistvo razlikovanja različnih kulturnih praks in artikulacije. Kljub temu pa pravi, da si do neke mere delijo isto zgodovino, kulturne simbole, jezikovne okvire, ki jih povezujejo v skupni kulturni obrazec, med katere sodi tudi oblačilna kultura (Stankovič 2014, 364). Obleka je tudi kulturni fenomen, pri čemer je kultura označevalni sistem in način

sporočanja o družbenih prepričanjih, vrednotah in doživetjih preko navad in artefaktov. Tako kot obleka utemeljuje družbene odnose, tako tudi kultura in kulturne prakse vzpostavljajo družbeni red (Williams v Barnard 2005, 51). »Moda pa je najbolj neustavljivi tiran, ki se mu večji del človeške vrste dovoli prostovoljno zasužnjiti« (Flower v Starc 2014, 327).

Kultura je kot posrednik med posameznikom, med njegovo enovitostjo in njegovo družbenostjo. Posameznik si svoj položaj v družbi zagotavlja sam s svojo individualnostjo in podobo, ki želi, da jo imajo drugi o njem. Kultura oblačenja je sestavljena iz več prvin. Med sestavine kulture življenja sodijo kultura obnašanja, kultura bivanja, kultura izražanja, govora, kultura prehranjevanja, pitja, kultura umetnosti in tudi kultura oblačenja. Standardi videza so v določenem obdobju izraz naše socializacije. Od teh je najbolj viden »oblačilni videz«, to pomeni vse, kar nosimo, kar imamo na sebi, kar se vidi. Vprašanje oblačil je v etnologiji pogosto raziskovalna tema, ki se je zaradi metodologije vezala le na kmečko okolje, saj se je prebivalstvo v slovenskih deželah do 20. stoletja uvrščalo v kategorijo malega kmeta, meščanstva, elite pa je bilo izredno malo (Luthar 2014, 16), a v zadnjih desetletjih se je preučevanje prestavilo tudi na urbano okolje. Pri preučevanju kulture oblačenja moramo biti pozorni na trenutne gospodarske, politične, družbene in kulturne razmere, iz katerih izhaja narodova težnja po izstopanju ali neizstopanju, to pa se zrcali skozi kulturo oblačenja. Včasih je bila sopomenka za oblačilni videz »noša«. Narodna noša označuje pripadnost domačemu kulturnemu izročilu in je še danes oblačilo za posebne priložnosti, ki vsebujejo narodno zavedanje. Izraz noša v širšem pomeni »oblačilo« in se je od sredine 19. stoletja enačila predvsem s kmečkim oblačilnim videzom, navkljub temu je bolj primeren izraz oblačilni videz, s katerim lahko zajamemo vse družbene razrede. V to so zajeta oblačila, pokrivala, obuvala, nakit, oblačilni dodatki, pričeska, telesna snaga in nega ter kajenje, če sodi k človekovi zunanji podobi (Blatnik 2003).

Nekateri raziskovalci so uporabljali termin »oblačilna kultura«, kjer se v ospredje postavlja predvsem oblačilna praksa. Skozi magistrsko delo v večini navajam termin »kultura oblačenja«, kjer so zajeti tudi psihološki in socialni vidiki. Kulturo oblačenja, kot jo opisuje Stanka Blatnik (2003), razumem tudi sama, saj v to vključuje človekovo osebnost in kulturo, individualnost, pripadnost, sporočilnost, izražanje in originalnost v oblačenju. Ljudje imamo potrebo po enovitosti, drugačnosti, želimo se razlikovati od drugih. V neprestani menjavi vlog,

ki jih igramo v vsakdanjem življenju, se pojavlja potreba po komunikaciji in reprezentaciji, predvsem z oblačenjem. Oblačila nam omogočajo igro in prikrivanje realnosti, z oblačili olepšujemo svojo osebnost, svoj status, starost in spol.

Človek že od nekdaj svoje telo uporablja za krašenje, tetoviranje, barvanje, ličenje in oblačenje, ki služi predvsem kot estetska funkcija. S tem vzpostavlja odnos samega do sebe in oklice, pri samopredstavljanju izraža del svoje osebnosti oz. del določene vloge, ki jo želi pokazati občinstvu. Skozi oblačila so vidne družbene vrednote in pravila, razkriti so ekonomski, politični, religiozni in ideološki položaj. Z obleko se izraža pripadnost določeni skupini, komuniciranje s svetom, prilagajanje posebnim dogodkom, situacijam in tudi prikrivanje določenih lastnosti, pomanjkljivosti, ki se ne želijo izpostavljati zunanji okolici. Prepletanje visoke kulture z množično zajema tudi kulturo oblačenja. Osnova za primerno oblačenje sta predvsem okus in mera, zunaj tega so zapovedi, dane za formalna druženja, srečanja in dogodke. S svojim zunanjim videzom vedno predstavljamo sebe, odnos, ki ga imamo sami do sebe in do splošne kulture (Knežević 2005, 58).

6.1 DRUŽBENI SISTEMI IN KULTURA OBLAČENJA

Fevdalizem je v osnovi niz vzajemnih pravic in dolžnosti med plemstvom in tlačani, in sicer v zameno za različne vojaške in poljedelske usluge. Napredovanje po družbeni lestvici je bilo v takratnem času praktično nemogoče, celo življenje si ostal v razredu, v katerega si se rodil. V času srednjega veka so bila oblačila po celotnem krščanskem svetu enostavne oblike. Vse spremembe v obleki, npr. dolžina oblačil, so bile izrazito praktične narave. Imeli so zakone, kot uravnavanje, kaj lahko nosijo različni razredi med seboj, in sicer z namenom jasnega razlikovanja. Iz različnih tapiserij, ki so nastale v takratnem času je jasno razlikovanje v obleki med podložniki in fevdalci. Oba razreda sta se razlikovala po obleki, aristokracija je bila prikazana v oblačilih, ki so imenitnejša in popolnejša kakor oblačila tlačanov. Povezave med kratkimi tunikami položnikov in dolgimi haljami aristokracije ni. Človek ni mogel nositi dolge halje in obenem kratke tunike, kakor ni mogel biti podložnik in član aristokracije obenem (Barnard 2005, 141).

Kapitalizem je oblika imetja, s katerim so ljudje povezani v družbena razmerja dobrin, ki so potrebne za vsakdanje življenje. Kapitalizem je sklop obojestranskih pravic in dolžnosti med delavcem in kapitalistom. Znotraj kapitalizma se kultura oblačenja konstruira, signalizira in reproducira ter dobi željo po mobilnosti med razredi in razredno identiteto. Kot pravi Barnard, obleka reproducira institucije, navade, proizvode in razredne položaje kapitalističnega vsakdanjika² (Barnard 2005, 147). Različni razredi imajo različne statuse in bolj zaželeno je imeti višji status kot nižjega, zato se lahko v kapitalistični družbi uveljavlja želja po statusu, ki je gonilna sila mode. Vsaka pomembna življenjska oblika od nekdaj predstavlja poseben način, ki bi združil stremljenje po trajanju, enotnosti in enakosti s stremljenjem po spremembi, posebnem in edinstvenem. Ena plat teh nasprotij temelji v socialnem utelešenju na psihološki težnji po posnemanju (Simmel 2000, 194). Paradigmatičen niz materialov je v rabi za oblikovanje položajev, razredov. Materiali tako pomagajo upravičevati razlike v položajih.

Moda je del kulture in različnost kultur je tudi pogojena z razlikami v oblačenju in odnosu do oblačil. Kot navaja kulturni zgodovinar Danile Roche, »kodeks oblačenja razkriva kodeks kulture« (v Gombač 2011, 330). V eni kulturi moda velja za pravilo, medtem ko je v drugi nenavadna, lahko celo prepovedana in sankcionirana. V vsaki kulturi pa moda nosi neki pomen. Nekoč je bila moda dostopna le določenim pripadnikom družbe, potrošnja je bila določena s statusom, ki ga je posameznik prevzel že ob rojstvu. Modernizacija pa je družbo popeljala, da so se meje med razredi zrahljale in da so dolgoletno zasidrane razlike med sloji izginjale. Meščani so postali vodilni v socialni, gospodarski, kulturni in politični modernizaciji, tako v Evropi kot v Sloveniji. Meščanstvo je kompleksna družbena skupina, ki se deli na buržoazijo, tj. izobraženo meščanstvo – trgovci, tovarnarji, bankirji, lastniki kapitala, podjetniki, direktorji ipd., in na drugo skupino – zdravniki, odvetniki, znanstveniki, uradniki ... Na obrobje meščanske družbe spadajo tudi drugi poklici, kot so rokodelci, gostilničarji, učitelji, profesorji, umetniki ... (Gombač 2011, 213).

² Konstruiranje, signaliziranje in reproduciranje razreda skozi kulturo oblačenja v tem obdobju prepoznamo skozi oblačilne uniforme za služinčad. To se ne razlikuje veliko od fevdalizma, kjer so bili tlačani, ki so stopili v bitko, primorani obleči barve plemiških gospodov. Iz 19. stoletja naj bi obstajale karikature aristokratske gospe v krinolini, ki zapoveduje svoji enako oblečeni služkinji, naj zamenja obleko. Te karikature so vzbujale strah in trepet višjega razreda do 60-ih let 18. stoletja, kasneje so uvedli uniforme, ki so jasno ločevale služinčad od gospodarjev. Delovna uniforma je oblikovala služabnikovo razredno identiteto, enako kot je krinolina oblikovala gosposko identiteto. Razlaga za uveljavljanje uniforme je, da si je plemkinja oponašanje služabnice v podobnem oblačilu razlagala kot oponašanje razrednega položaja. Vloge nadoblasti in podrejenosti stopijo v veljavo, ko si služinčad obleče uniformo in gospodarica krinolino (Barnard 2005, 147).

Meščansko življenje in kultura sta izraz nekega okolja in običaja, ta pa je odvisen od razvoja mest, tradicije, miselnosti itd. V 19. stoletju se je meščanstvo ločilo od plemstva in tudi nižje od njih. Vrednota je bila delo, ki je vodilo v napredek, razmejitve družbe pa so se odražale tudi v lepotnih idealih. Potrošnja mode je postala del meščanske identitete, bistvena za oblikovanje identitet in vzpostavljanje razlik. Bogatenje meščanskega sloja je postalo privlačno tudi za nižje družbene sloje in njihove standarde so želeli doseči tako v mestu kot na podežlju. Nižji družbeni sloji so sprva ob posebnih priložnostih, kot so nedelje in prazniki, opuščali tradicionalno kmečko obleko in se oblekli drugače, modernejši. Tradicionalne družbe so bile ruralne, samozadostne in zaprte, značilni so bili odvisnost in močne neformalne vloge ter pravila in odnosi, medtem ko so moderne družbe urbane, odprte in spremenljive, ob tem pa tudi kompleksne. Lebdečo in individualistično kulturo je povzročila oslABLJENA skupinska pripadnost. Posameznik le išče svoj status in odnosi postajajo krhkejši ter bolj začasni kot prej. Kultura je bolj pragmatična in materialistična, »potrošniška« kultura, ki je povezana z vrednotami, praksami in institucijami, ki definirajo modernost. Večja ponudba na trgu, večja možnost izbire in individualizem ... vse to je pripeljalo do na eni strani izstopanja, na drugi pa prilagoditev posameznika v družbi. Z različnimi kosi in različnimi tipi oblačil dosežemo učinek neponovljivosti, enkratnosti. Vendar če so te obleke modne, ne izstopamo, temveč se prilagodimo. V družbah, kjer so različne skupine ljudi in izrazito izražajo svojo individualnost, je moda izrazitejša kot v družbah, kjer so skupine ljudi podobne in neizrazite ter se prilagodijo v družbi. To se dogaja predvsem v modernih, kompleksnih družbah. Modernizacija je povzročila izginjanje tradicionalnih oblačil »ljudskih noš« in širjenje mode med vse plasti družbe.

6.2 IZVOR OBLAČIL

Ljudje se že od nekdaj oblačimo, vendar na vprašanje, zakaj se oblačimo, pravzaprav ne znamo odgovoriti. Obstaja več razlogov, na primer da svoje telo zaščitimo pred zunanjimi vplivi, kot sta mraz ali sonce, da ga zavarujemo in skrijemo, da je vidno le našim očem, da se olepšamo, vendar to ne pojasnjuje naše splošne potrebe po oblačenju. Ljudje se namreč oblačimo tudi v trenutkih, ko obleke ne bi potrebovali. Oblačenje je tako nenavadno vedenje, ki je pokorjeno določenemu notranjemu ukazu. Starc (2014) pojasni zgodovinske razlage pokrivanja telesa za tiste, ki verjamejo svetopisemskim zgodbam o nastanku sveta, to je zgodba o Adamu in Evi.

Zgodba pripoveduje izgon iz raja zaradi obleke in izvirnega greha. Adam in Eva sta bila sprva naga in se nista zavedala svoje golote, šele ko sta poskusila prepovedano jabolko, sta občutila sram glede svoje golote. S pomočjo figovih listov sta zakrila tisto, kar se v javnost ne sme videti. Bog je bil besen, zato jima je priskrbel obleko iz kož in s tem dejanjem je v človeški vrsti ustvaril potrebo po oblačenju. Vendar obleka ne zraste ne na koži, ne v naravi, človek si jo mora prisvojiti, jo kupiti ali narediti, in sicer tudi takrat, ko nima sredstev za najosnovnejše potrebe. Sam (2006) zagovarja Darwinovo teorijo, da se oblačimo, ker smo v razvoju izgubili naravno obleko, prehod iz kožuha na kožo.

Slika 6.1: Izgon Adama in Eve zaradi sramu pred goloto



Vir: Voir ou revoir (2016).

Človeški predniki so se med ledeno dobo ogrinjali s kožo ubite živali, da so se zavarovali pred mrazom, s tem pa je človek svoje telo tudi »pomehkužil«, saj je postal bolj občutljiv na vplive zunanjega sveta. Potreba po pokrivanju telesa je bila najoprijemljivejša razlika med človekom in živaljo, bila je prva vidna razlika. Obleka je tako najbolj bleščeč dosežek pračloveka, je razpoznavni znak in simbol vrste, ki si je izborila prevladujoč položaj v svetu.

Po mnenju Barnarda je več razlogov za oblačenje, eden izmed njih je, da človek skrbi za svoje zdravje (zaščita pred nizkimi in visokimi temperaturami, padavinami ipd.). Drugi razlog je, da se človek svojega telesa sramuje in ga zato zakriva. Razlog je kulturno pogojen, ta občutek pa naučen in izhaja iz prenašanja tradicij. Z zakrivanjem telesa se odvrča pozornost od spolnih razlik. Nekateri skrivajo spolovila, drugi glavo, spet tretji oči ali prsi, ni pomembno, kaj se

skriva, pomembno je, da se nekaj skriva (Sam 2006). Če ne skrivam nič, se ne ločim od živalskega sveta. Tretji razlog je v premoči, človek želi biti glavni. Z obleko so predniki razkazovali premoč nad naravo, tisti, ki je imel na sebi krzno najnevarnejše živali, je pridobil status občudovanja in ponižnosti pred drugimi. Iz tega izhaja tudi t. i. »uspešnost« civiliziranega človeka, ki ima nekaj, česar si drugi ne morejo privoščiti. Četrty razlog je lepšanje človeškega telesa, nekateri trdijo, da je človek pokrival telo tudi takrat, ko ni potreboval zaščite pred mrazom. Človek je telo tetoviral, barval in olepševal. Peti razlog pa tiči v klanjanju vzorom oz. posnemanju (Barnard 2005, 65–89).

Oblačila so predmeti, s katerimi spreminjamo svoj zunanji videz. Imajo uporabno, simbolično in estetsko funkcijo, te pa se med seboj prepletajo in dopolnjujejo. Ameriška modna teoretičarka Anne Hollander (1993, 237) s svojimi raziskavami prikaže, da je oblačenje igra s prikrivanjem realnosti. Oseba lahko z oblačili prikriva svojo osebnost, svoj status, spol in starost. Z ustreznimi izražanjem se skozi obleko prepozna identiteta, ki določa identifikacijo pripadanja ali ne-pripadanja neki skupini, okolici in dogodku.

6.3 OBLEKA KOT SREDSTVO NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Oblečemo se vsi, vsak dan. Za oblačila porabimo precej denarja, zato je dobro, da o obleki nekaj vemo, razumemo določen slog oblačenja in prepoznamo njegove ravni. Tako bomo svojo podobo koristno uporabili kot komunikacijsko sredstvo. Govorila bo tisto, kar želimo, lahko bo izražala tudi naše osebne lastnosti. V tem primeru bo celovita (Lea Pisani 2010, 6).

Komunikacija ne poteka le preko uporabe jezika, v pisni ali v ustni obliki, ampak za komuniciranje uporabimo še vrsto drugih sredstev. Pogosto je neverbalna komunikacija močnejše sredstvo sporočanja, jasneje in ostreje se izzove odzivanje. Neverbalna komunikacija je manj nadzorovana in zato pogosto bolj odprto govori o sebi. Ljudje govorimo tudi z obrazom, vonjem, mimiko, gibi, načinom hoje, sedenja, s kretnjami in držo. Obleka je ena izmed prvih opazk, po kateri ocenjujemo in sodimo o človeku. Naša podoba govori in se predstavlja. Lahko predstavlja naš poklic, versko pripadnost, zakonski stan, inteligenco,

subkulturo itd. Z dodatki in oblačili posameznik oblikuje stavke, ki povedo veliko o človeku. Pomembno prvo sliko tako dobimo s prvim pogledom na človeka. Celostna zunanja podoba vključuje obleko, pričesko, kretnje, mimiko in urejenost le-te.

Goffman (2014) modo aplicira preko teorije gledališča na način, da ima posameznik možnost oddaljitve vlog, ki jih vsakodnevno opravlja in prevzema, da lahko opravlja tudi druge vloge. Posameznik se oblači zato, da odigra različne vloge in osebnosti realnega življenja. Vsakodnevno vstopamo v opravljanje različnih vlog, te pa od nas zahtevajo določene podobe, ki jih je treba celostno predstavljati.

Današnja postmoderna družba temelji na iskanju novih stilov, dobrin in ustvarjalnosti. To družbo pa sestavljajo posamezniki z željo po novih dobrinah, ki bi nam pomagale ustvariti enovito identiteto. Posameznik s potrošnjo ustvarja svoj »edinstven« življenjski stil, s katerim se nato razvršča v hierarhične lestvice. Okus je proizvod izkušenj in srednji razred je dober primer, ki se je s kultiviranjem smisla za visok okus povzpел po družbeni lestvici navzgor. Gledališče je bilo včasih mesto, kjer so se ljudje povezovali in ločevali od drugih, danes pa je dostopno vsem, ki si lahko vstopnico privoščijo, zato se višji razred od drugih še bolj želi ločevati preko zunanjega videza – obleke. V socialnem utelešenju posameznika je ena od psiholoških teženj posnemanje. To je psihološko dedovanje kot prehod skupinskega v individualno življenje. Posnemanje osvobodi posameznika od izbire in mu omogoči, da se pojavi kot skupinsko bitje. Moda posnema vzorce in s tem zadovoljuje potrebo po socialni opori. Posameznika usmerja na pot, po kateri hodijo vsi drugi, pri tem pa tudi zadovoljuje potrebe različnosti. Moda je vselej razredno določena in višji sloj začenja opuščati dano modo v trenutku, ko si jo nižji sloj prisvoji oz. posnema (Simmel 2000, 193–197).

Po mnenju Corrigan obleka izraža dve pomembni dimenziji. Lahko je razumljena kot površinskost, ki gledalca napeljuje na določeno interpretacijo, lahko pa je razumljena kot objekt v svetu, kjer se stvari dogajajo, kot sestavina. Prva površinska plat je vezana na strukturalne aspekte v socialnem svetu, socialni status, druga pa je v povezavi z racionalno platjo individualista in skupine. V drugi plati se posamezniki bolj povežejo in prepoznavajo skozi identiteto obleke, npr. določene subkulture z ustaljenimi oblačilnimi praksami (Corrigan 2008, 155).

Georg Herbert Mead je ustanovitelj socialnega interakcionizma, preučeval je socialne interakcije kot dinamični proces, pri tem pa ugotovil, da imamo drugačno predstavo o sebi, kot jo imajo drugi o nas in odzive drugih tudi ponotranjimo. Njegov učenec Herbert Blumer je raziskoval predvsem simbolni interakcionizem, ki je za preučevanje kulture oblačenja v danem obdobju izredno pomemben. Simbolne interakcije, kjer ljudje vplivajo drug na drugega s posredovanjem simbolov, ki jih ustvarjajo, pojasnjujejo in definirajo, najdemo v verbalni govorici, ki jo izražata naša obleka in moda (Kawamura 2013,27). Oblačenje kot oblika neverbalne komunikacije ne uporablja govornjene ali pisane besede. Velikokrat obleke vsebujejo besede, npr. zaščitne znamke, a tudi tu ostaja obleka kot sredstvo neverbalne komunikacije zaradi presedanja dobesednega pomena. Nekdo z oblačili pošilja sporočila.

»Vsakdanja izkušnja, po kateri izberemo oblačila v skladu s tem, kar bomo ta dan počeli, v skladu s svojim razpoloženjem in s tem, s kom se bomo po svojih pričakovanjih srečali, in tako naprej, po vsem sodeč potrjuje gledišče, da nam moda in oblačenje služita za pošiljanje sporočil o nas samih drugim ljudem« (Barnard 2005, 41).

6.4 MODA IN ZUNANJA PODOBA

Celovita podoba je podoba človeka, ki je skladna z njegovimi osebnostnimi lastnostmi, ki upošteva naravne danosti, način življenja, dela, cilje in njegovo življenjsko okolje. Oblikovanje osebnega, prepoznavnega sloga je v današnjem času cilj uspešne osebe. Če poskusim definirati, kaj moda sploh je, naletim na težavo, saj se moda v posameznih obdobjih stalno spreminja. Moda in s tem tudi kultura oblačenja se spreminjata s časom in sta odvisni od njunega kulturnega okolja. Moda je mobilna, spreminjajoča refleksija, kakšni smo in v kakšnem času in okolju živimo.

Obleka je že od nekdaj družbeno orodje, ki razkazuje bogastvo in položaj, ki ga posameznik zaseda v svetu. Obleka lahko razkriva določene prioritete, določene poglede, liberalnost, svobodo ali konservatizem. V današnji potrošniški družbi lahko obleka zadovoljuje tudi osnovne ali kompleksne čustvene potrebe, vsebuje lahko zavedna in nezavedna seksualna

sporočila. Oblačila pripomorejo k barvi in odtenku našega okolja, dajo obliko našim čustvom in našemu počutju (O'Hara 1986, 10). Moda je skupek vsega, je način hoje, pozdravljanja, vedenja, govorjenja, oblačenja in zunanjega videza. Semiotika in semiologija sta se posvetili branju mode in oblačila kot znakovnega jezika. V 70-ih in 80-ih letih 20. stoletja se je moda usidrala tudi v drugih študijah, npr. študije spolov, subkultur, potrošnje itd. Med antropologi je naraščalo navduševanje nad oblačili v metaforičnem smislu, obleka kot metafora za družbo in odnose, ki se v njej odvijajo. Oblačila se s časom obrabijo in izginejo, njihova krhkost predstavlja ranljivost in minljivost družbe in posameznikov v njej. Značilnosti mode sta predvsem spremenljivost in podvrženost spreminjanju.

Simmel je na začetku 20. stoletja razloge za spreminjanje mode iskal v diferenciaciji višjih razredov od nižjih in v imitaciji nižjih razredov od višjih (Simmel 2000, 194). Simmlova »teorija kapljanja potrošniških okusov« opisuje modo kot dve nasprotujoči si tendenci v družbi (v Barnard 2005, 10). Prva tendenca je potreba posameznika po vključitvi v družbo, druga je po izključitvi. Posameznik si želi biti del družbene skupine, a si obenem želi tudi individualnosti oz. neodvisnosti od skupine. Moda je orodje, s katerim se ta učinek poskuša doseči (Barnard 2005, 10). Skozi njegovo teorijo je mogoče najti kulturni kontekst, imitacijo in diferenciacijo, pomen blaga ima tako tudi funkcijo označevalca kulturnih razlik. Teorija kapljanja potrošniških okusov posameznika naredi pasivnega, modo pa omeji le na funkcijo opredeljevanja statusnih razlik v družbi. Ob tem se poudarjajo tudi druge identitete, ki ne temeljijo le na razredu, ampak tudi na spolu, starosti, religiji, etničnosti itd.

V 17. in 18. stoletju so bila oblačila najpomembnejši in najvidnejši sistem razrednih razlik v družbi. Elita se je na ta način ločila od nižjih slojev, ki si niso mogli pridobiti podobnih oblačil. V drugi polovici 18. stoletja se je eliti svet sesul, saj so oblačila z novimi tehnološkimi napredki (iz obrti v industrijo) postala dostopna tudi nižjim slojem. Moda, ki jo je sprva prakticirala le peščica aristokratskih izbrancev, je aristokracija monopolizirala. Do konca 18. stoletja se je »moda« razširila z evropskih dvorov po evropskih mestih in določeno modo so začeli prakticirati tudi meščanski sloji. V 50-ih in 60-ih letih 20. stoletja so modna oblačila postala dostopna vsem zaradi konkurenčnih cen, ne glede na položaj in status (Barnard 2005). Začele so se brisati izrazite statusne razlike. »Potrošna moda« se je usidrala v okus družbenih skupin na vseh ravneh. Modna oblačila, ki so imela nekoč le aristokratsko »etiketo«, so pridobila

»etiketo« množičnosti, demokratičnosti. Pri oblačenju je postalo pomembno vodilo osebni stil in ne želja po bolj izrazitem komuniciranju. Določena oblačila ponujajo komunikacijo le z določenim krogom ljudi. V evropski družbi so se najprej skozi modo kazale razredne razlike, pozneje pa razlike med biološkim in družbenim spolom oz. po konstruiranju in izražanju identitete. Na eni strani je bila moda vedno privlačna in pozitivna, v domeni umetnosti, lepote, ugleda, uspeha, bogastva, seksapila, na drugi strani pa je bila konstantno podvržena različnim kritikam (Pisani 2010).

6.5 KOMUNICIRANJE PREKO OBLAČIL

Barnard pravi, da svoj položaj v družbenem redu doživljamo in o njem komuniciramo preko oblačil in oblačilnih praks (2005, 78). Temelj kulture je jezik, glede na družboslovno in humanistično ureditev ta vključuje tako verbalne kot tudi vizualne simbole, ki ustvarjajo pomen v našem svetu. Vsaka družbena dejavnost vsebuje tudi simbolne dimenzije in zato so kulturne prakse tudi označevalne prakse. Za ustvarjanje pomenov se uporabljajo znaki in simboli (Bulc 2004a), različni kulturni objekti pa delujejo kot označevalci v produkciji pomena. Stuart Hall navede »jeans«: beseda »jeans«, kot označevalec in stvar, na katero se beseda nanaša. Na prvotni ravni znak tvori vrsto blaga, na drugi ravni pa kulturne pomen, ki jih beseda jeans predstavlja – označevalec koncepta »sproščenosti« (Hall v Stankovič 2002, 34). Barthesovi prispevki k strukturalistični teoriji so vpeljava ravni denotacije – dobredna raven pomena in konotacije – raven, kjer se označevalec nanaša na širšo raven pomenov v kulturi (Stankovič 2002, 34).

Obleka je v našem primeru medij, preko katerega se prenašajo sporočila, obstajata pa dva komunikacijska modela. Prvi je procesni model, kjer potekata oddajanje in sprejemanje sporočil preko medija oz. komunikacijskega kanala. V našem primeru je to lahko obleka, ki prenaša določeno sporočilo. Tu sta pomembna uspešnost sporočila in učinek na prejemnika. Pošiljatelj z besedami, simboli in elementi želi prejemniku prenesti sporočilo. Pošiljatelj sporočilo kodira, kar se nanaša na spreminjanje idej in misli, ki jih želi prenesti v določeno simbolično obliko. Kodiranje pripelje do razvoja sporočila, ki vsebuje informacijo, ki jo želi pošiljatelj prenesti, kanal pa je medij, po katerem se sporočilo prenaša. Kanal je lahko osebni

(medosebna interakcija) in neoseben (prenos preko množičnih medijev). Prejemnik je oseba, ki ji pošiljatelj prenaša sporočilo. Ta mora sporočilo dekodirati in če prejemnik pravilno sprejme informacijo, je komunikacija učinkovita. Učinkovita je takrat, ko se prejemnikovo dekodiranje uskladi s pošiljateljevim kodiranjem. Če informacija pride do prejemnika popačena, je v komunikacijo vstopil šum, na katerega lahko vplivajo tudi zunanji dejavniki, komunikacijski šum pa zmanjša učinkovitost komunikacije. Odziv in odgovor predstavlja pošiljanje prejemnikovega sporočila nazaj na pošiljatelja. Ko prejemnik začne kodirati sporočilo, se vlogi zamenjata (Kline in Ule 1996, 66–69).

Semiotični oz. strukturalistični model komunikacijo opredeli kot produkcijo in izmenjavo pomenov. Socialna interakcija je komunikacija, ki posameznika konstruira kot člana skupine. Posameznik ni najprej član družbene skupine, ampak to postane, ko med njim in prejemnikom steče socialna interakcija, ki konstruira pomene (Fiske 1990, 2).

Z oblačili izražamo svojo individualnost, družbeno veljavo oz. status, opredelimo družbene vloge in ekonomske veljave, na podlagi oblek velikokrat pripisujemo statute drugim. Status je lahko »pripisani« ali »pridobljeni«, ta določa človekovo družbeno vlogo in se nanaša na načine, na kakršne naj bi se človek po pričakovanju obnašal (Barnard 2005). V gledališču oz. nasploh v kateri koli situaciji ljudje najlažje stopamo v interakcijo z drugimi, ki imajo enake ali podobne želje, misli, prioritete. Barnard (2005, 84) pojasnjuje, da različne obleke in različni tipi oblek, ki jih nosijo različni ljudje, omogočajo, da družbena interakcija steče bolj gladko kot sicer. Komunikacija hitreje steče, kot če v komunikacijo vstopata osebi s popolnoma drugačnimi interesi, vrednotami, ki jih izražata preko obleke. Z obleko izkazujemo svoje spoštovanje do dogodka, obenem pa tudi svoj stil in če je nekdo npr. v pohodniških hlačah na gledališki prestavi, težje vstopimo v interakcijo z njim, saj opazimo razlikovanje med osebnostnimi slogi. Razumevanje določenih ravni oblačenja, ki spadajo v določeno raven, je koristno, saj se primerno oblečeni na določenem dogodku boljše počutimo in komunikacija hitreje in lažje steče. S podobo vplivamo nase in na ljudi, njihov odziv pa vpliva na nas (Pisani 2016, 5).

6.6 KULTURA IN PRAVILA OBLAČENJA

Če se ozremo na slovenski modni prostor, hitro ugotovimo, da v Sloveniji modnega prostora kot takega pravzaprav nimamo. Obstajajo javni obrazi, ki so izpostavljeni očem javnosti, ki morajo skrbeti za svojo javno podobo na vsakem koraku. Posebna pozornost pa mora biti usmerjena k obleki za določene priložnosti. Včasih so za določene situacije obstajala napisana pravila, ki se niso smela kršiti, danes pa po večini prevladuje sproščen in udoben videz. To nam velikokrat povzroča preglavice, saj se ljudje ne znajo več primerno obleči za določene priložnosti, ker si ne želijo prevelikega izstopanja. Po mnenju Stankoviča (2014) zadržana oblačilna kultura v Sloveniji temelji na kulturnih in ne na ekonomskih dejavnikih, svoje vtise pojasni na dveh dejstvih, da v Sloveniji obstaja tudi individualno izražanje (velikokrat predvsem z avtomobili) in da je v Sloveniji skrb za videz večja kot na nekdanjih skupnih prostorih nekdanje Jugoslavije (Stankovič 2014, 365).

Po mnenju modne oblikovalke Sanje Grcić težave s slovensko kulturo oblačenja izhajajo iz družbeno-političnih in gospodarskih sprememb, ki so pripomogle k zlomu oblačilno-tekstilne industrije, ter strateško neusmerjenih poskusov razvoja slovenske modne industrije (Grcić 2014, 93). Razlogi za slovensko kulturo oblačenja so:

- zgodovinski: provincialno meščanstvo, na katerega sta vplivala konservativno podeželje in propad relativno odprtega razrednega sistema;
- kulturni: omejen simbolni kapital in pomanjkanje kulturnih ustanov, kjer bi se lahko razkazovalo modna oblačila, pomanjkanje oblikovalske tradicije in modnega novinarstva, saj bi s tem pripomogli k zavesti o vlogi mode;
- družbeni: nasprotovanje med ideologijo socialistične države in mode, ki naj bi bila lahkomišelnost in antirevolucionarna (socialistični sistem je dajal prednost tekstilno-oblačilni industriji in zanemarjal modo);
- ekonomski: omejen slovenski trg in nezainteresiranost trgovskih organizacij, sponzorjev, ipd. (Grcić 2014, 94).

Zaradi manj intenzivnih migracij iz podeželskih v urbane predele, posledično manjše urbanizacije in drugačne orientacije prebivalstva ter počasne urbane rasti je v Sloveniji modni prostor šibek in pomanjkljiv. Majhnost mest, pomanjkanje mestnega utripa, vpliva podeželja, vpliv cerkva v medijih in manjša stopnja prestopanja meja so povzročili, da se simbolne in estetske reprezentacije niso izražale. Prekoračenje norm, modnih ekscesov, igrivosti in

uporništva, izraženega skozi oblačilno kulturo, ni v taki meri kot drugje po svetu (npr. London, Pariz ipd.). Kljub bogati tekstilni industriji se je v 90-ih letih pojavil zaton na tem področju. Kmetijstvo je na prelomu 20. stoletja še vedno prevladovalo in ni bilo veliko priložnosti za vznik ekonomskega liberalizma, ki je naklonjen globalnim modnim trendom. Pred prvo svetovno vojno so imeli na našem prostoru glavno vlogo v tekstilni industriji krojači in šivilje, po prvi svetovni vojni se je število izrazito zmanjšalo, saj so si to lahko privoščili le redki. Na udaru je bila cenejša in množična proizvodnja oblačil, ki je zaznamovala nakupovalne prakse za določeno občinstvo. Zasebne šivilje in krojači so takrat postali sinonim le še za elitno prebivalstvo. Hitro se je začela opazovati razlika med prebivalci mesta in podeželja, ker je imela cerkev velike zasluge za močan vpliv na podeželsko oblačilno kulturo. Ta je omejevala modne dodatke, zagovarjala preprosta oblačila, meščansko modo pa obsojala nemoralnosti (Uršič 2014, 212).

Urbani način življenja in novejša moda sta bila za slovensko prebivalstvo kot ogrožanje »slovenske kulture«. Zavirala sta stike z drugimi kulturami, kot se to počne še danes, saj lahko le-ti ogrozijo prisotnost podeželske skupnosti. Elementi, kot je »domačnost«, se opazijo na vseh področjih življenja in še trenutno narekujejo modne smernice oblačilni praksi v Sloveniji. Moda ne more obstajati brez izobraženih modnih potrošnikov modnih kreatorjev. Slovenci pa kot narod težimo k neizstopanju, verjetno je k temu delno pripomogla tudi naša majhnost, pomagale pa niso niti standardizirane verige modnih trgovin z množično ponudbo. Oblikovalci kot kreatorji nimajo veliko priložnosti za delo, saj butiki, ki temeljijo na unikatnih izdelkih, inovativnosti in eksperimentiranju, propadejo zaradi visokih cen, ki jih ljudje ne morejo kupovati. Tudi tisti potrošniki, ki si unikatne izdelke lahko privoščijo, velikokrat zaidejo v veleblagovnice, ki jih najdemo na vsakem koraku. To ni v korist modnemu oblikovanju, ki bi se v Sloveniji lahko svobodno razvijal. Modni prostori se povezujejo s pojmom urbano in urban način življenja, ki združujejo javno in zasebno sfero. Neka kultura oblačenja vsebuje kup znakov in simbolov, z razločevanjem oblačilnih navad in praks, ki sodijo v določene prostore, deluje kot sistem družbene reprodukcije, ker določa, kaj ljudje mislijo o nekem kraju, kako svojo vlogo doživljajo v prostoru, kako se vedejo v njem in kašno vedenje se od njih pričakuje. Oblačila tako sporočajo simbole in znake, ki jih drugi »berejo«, obiskovalci določenega prostora so del sistema vrednot na enaki lokaciji. »Moda reprezentira pomembne družbene vidike in temu primerno je tudi zastopana v prostoru« (Uršič 2014, 209). Ker se moda oz.

kultura oblačenja posnema, jo morajo določene skupine ljudi implementirati v kulturo, s tem se vzpostavijo tudi določeni kodi in se uravnava način življenja v prostoru.

6.7 OBLAČILNI KODI V GLEDALIŠČU

Priporočila o oblačilih za določeno priložnost oz. s tujko, ki nam je celo bolj znana »dress code«, označujemo pravila kombiniranja oblačil in dodatkov za različne slovesne, poslovne, neformalne ali športne priložnosti (Pisani 2010, 8). Oblačila in krašenje telesa z dodatki naredijo telo kulturno vidno. Včasih so bili gledališki dogodki privilegiji bogatejših slojev in ob tej priložnosti so premožnejši ljudje razkazovali svoja oblačila z dragimi toaletami. Oblačilni kodi narekujejo, kaj je treba obleči in predvsem predstavljajo smernice, česa ne smemo obleči. Kulturni kodi ob posebnih priložnostih veljajo še marsikje po svetu. V gledališču teh pravil v taki meri, kot so bila nekoč, ne poznamo več, obstajajo le predlogi in usmeritve, tako pri nas kot po svetu.

Kodeks je zbirka napisanih splošnih etičnih in moralnih pravil obnašanja in oblačenja. Tu so zapisane smernice, ki urejajo odnose med ljudmi, ki prihajajo v neposredni stik. Vsak kodeks temelji na vrednotnem sistemu družbe in države, ob upoštevanju splošnih načel humanosti, kulture, spoštovanja človekovega dostojanstva, njegovih temeljnih pravic in svoboščin, glede na civilizacijo, v kateri živimo (Kodeks obnašanja in oblačenja, 2016).

V slovenskih gledališčih predpisanih kodeksov oblačenja nimamo. Oblačilni kodi so bili nekoč izredno pomembni predvsem zaradi statusnega razlikovanja, določene uniforme so bile uvedene, da se je služinčad ločila od gospoda. Tako v kulturnem kot poslovnem in športnem svetu danes velja sproščeno oblačenje, zato je priporočljivo, da se posamezniki seznanijo z določenimi oblačilnimi kodi, ki so primerni za določeno priložnost. S svojo zunanjo podobo prispevamo k spoštovanju do sebe in do drugih ljudi, s katerimi bomo v stiku. Obleka ima ogromen vpliv na naše počutje, obnašanje, občutek samozavesti, vpliva na ustvarjalnosti in ozračje, v katerem smo. Kodeksi oblačenja so se skozi zgodovino na vseh področjih spreminjali. V preteklosti so bila pravila izredno toga in so izražala jasno ločevanje med razrednimi statusi, spolom. Današnji stil je precej bolj popustljiv glede obleke in pravila glede moških/ženskih, premožnejših/nizjih slojev oblačil niso več veljavna.

Do druge svetovne vojne so imele knjige o bontonu, oblačenju in vedenju ter modne revije pomembno vlogo v navajanju določenih napotkov glede oblačenja za določeno priložnost, po drugi svetovi vojni pa pravila niso več veljavna. Druga svetovna vojna je pripomogla k opustitvi formalnih oblačil. Povečana produkcija potrošniških dobrin v tistem času je dopustila, da je večina lahko kupovala, kar je želela in se oblačila po svojem okusu in željah. Patriotski duh, povezan z zmago mladega, demokratičnega naroda nad zgodovinskim, aristokratskim imperijem, je dal Američanom pogum za slavljenje svoje kulture v novi meri. Za oblačila in modo je to pomenilo predvsem sproščeno formalnost, ki je prevladala nad kaljeno hladno vojno podobnostjo. Pred drugo svetovno vojno so povprečni ljudje posnemali obleke višjega razreda, saj je bila njihova moda razglašena kot visok standard v javnosti. Po vojni pa se je srednji razred povečal, mladinska kultura, popularni mediji in sproščeni socialni standardi so se odražali predvsem na obleki. Prejšnja družba je želela delovati odraslo, sofisticirano, kar je zamenjal val mladosti in seksualne privlačnosti (Boyer 1987).

Ljudje imajo različna mnenja glede napisanih pravil oblačenja za določene priložnosti, nekaterim pravila ustrezajo in jih z veseljem upoštevajo, spet drugi pa pravil ne odobravajo, za ne odobravanje obstajajo različni razlogi, en zloglasnejših pa je zagotovo zatiranje individualnosti. Treba se je le zavedati predvsem subjektivnosti zapisa pravil oblačenja, saj na vsakega avtorja vplivajo okus in modni trendi določenega časa nastajanja zapisov. Oblačilni videz je sicer del človeške komunikacije z drugimi in z njim posameznik vpliva na odnos okolice do njega, zato je bonton, ki usmerja izbiro primernih oblačil, precej logičen. Zunanja podoba človeka je izredno pomembna, saj se na podlagi nje ustvarjajo prvi vtisi o človeku. Človek lahko ustvarja vtise o zunanji podobi zavestno, lahko pa tudi podzavestno in na podlagi tega ustvarja posameznikove osebne lastnosti. Kljub temu je najpomembnejši človek, njegovo znanje, izkušnje in sposobnosti, zato je pomembno, da podoba človeka izraža tudi njegove sposobnosti. Bolj, kot so ljudje izpostavljeni javnosti, pomembnejša je njihova podoba.

Navada, da je obleka za gledališče drugačna od naše vsakdanje, gotovo izvira iz priložnosti, da je bilo gledališče nekoč prostor razkazovanja oblačil bogatejših slojev ljudi (Šepec 2005, 74). Pravilo je bilo, da moški nosijo temno obleko, ženske pa večerno toaleto. Kakšno oblačilo je primerno za gledališče, je bilo natančno navedeno: »Bodi vedno svečastno pravilno oblečen.

Ne prihajaj torej v navadni, delavni ali celo v športni obleki, kajti zavedaj se, da si v hramu lepe umetnosti!» (Bon ton v Šepec 2005, 74).

Slika 6.2: Pravila oblačenja v gledališču l. 1926

	<i>slavnostna gledališka predstava</i>	<i>navadna gledališka predstava</i>
suknja	frak	smoking
telovnik	črn ali bel	črn ali bel
hlače	črne iz istega blaga kakor suknja	črne iz istega blaga kakor suknja
pokrivalo	cilinder	cilinder ali črna melona ali mehak črn klobuk
srajca	bela, trda s trdimi prišitimi zapestniki	bela, trda s trdimi prišitimi zapestniki
ovratnik	stoječ z oglički	stoječ z oglički
ovratnica	bel batistnat metulj vezan (ne všit)	črn metulj, vezan
rokavice	čisto bele, gladko – kožne	sive
čevlji	črn lak	črn lak
gumbi	iz biserne matice, isti na srajci	črno-beli ali ametistni ali opalski, isti na prsih
svršnik	fračni plašč ali cape ali svršnik, kožuh ali suknja	kakor pri fraku

Vir: Šepec (2005, 75).

Iz preglednice je razvidno, da so bila pred stoletjem zapisana pravila zelo natančna, in če se jih nisi držal, so ti lahko ponekod prepovedali vstop v gledališče. Danes so razmere v gledališčih in druge popustljivejše glede obleke, naš odnos do oblačenja ni tak kot nekoč, temveč bolj »sproščen«. Gledališče je postalo dostopno vsem ljudem in zato so tudi pravila bolj odprta.

6.8 GLEDALIŠKE OLIKE

Ob ustavljanju gledališč v Sloveniji so se na knjižnih policah pojavile tudi številne knjige o vzornem vedenju v gledališču. Tu so bili zbrani napotki za ogled kulturne prireditve. Vzroki in razlogi za obisk gledališča so še danes različni. Bonton predstavlja skupek navodil lepega,

vzornega vedenja, temelji pa predvsem na odnosih in družbenih stikih. Bonton je nastal, da bi ljudje čim bolj uživali v družbi drugih in se ob tem tudi dobro počutili. Z bontonom se izognemo morebitnim neprijetnostim in nesporazumom, ki lahko nastanejo zaradi različnih pogledov in obnašanja. Pravila vzornega in lepega vedenja pa so temeljna pravila kulture vsakega naroda, le da se bonton med kulturami razlikuje. Nekaterim predstavlja gledališče vrsto zabave, spet drugi se udeležijo zaradi potrebe po družbenem srečanju, tretji se v gledališču izobrazijo in napolnijo svojo intelektualno ter duhovno raven. Prvi bonton, ki ga je napisal Adolph Freiherr von Knigge, je nastal leta 1910,:

Spoštuj sam sebe, če hočeš, da te bodo drugi spoštovali. Ne stori ničesar na skrivaj, česar bi se moral sramovati, če bi te kdo drugi videl. Pri svojih dejanjih ne glej toliko na to, da bi drugim ugajal, ampak bolj na to, da se ti nikoli ne bo treba samega sebe sramovati. Ne zanemarjaj svoje obleke in zunanjščine tudi če si sam in te nihče ne vidi.
(Knigge v Šepec 2005, 33)

Skozi zgodovino se pravila nenehno spreminjajo, a določene vrednote ostajajo enake, se ohranijo in obnovijo. Pravila vplivajo na nas, na našo kakovost življenja, pripomorejo k dobremu počutju in humanemu odnosu. Olike pa se preprosto ne da kar pridobiti, naučiti se jo moramo z vajo in pozornostjo lepega vedenja. Te je treba osvojiti in ponotranjiti, da kasneje deluje naravno in takrat se lahko v vsaki situaciji obnašamo primerno, kot se od nas pričakuje in kot sami želimo.

V Kulturnem domu Franca Bernika Domžale pa tudi v drugih javnih gledališčih veljajo določena pravila vedenja ob vstopu v dvorano. Na predstavo je treba prihajati točno, zamujanje je zelo nezaželeno, saj s tem preusmerimo pozornost drugih obiskovalcev nase in ne na predstavo, medtem ko se prebijamo do svojega sedeža med vrstami. V gledališče vstopamo toliko prej, da pustimo svoja oblačila plašče, klobuke, dežnike) v garderobi. Kar sem sama opazila v letih delovanja v Kulturnem domu Franca Bernika Domžale, je predvsem pitje vode med predstavo. Grda razvada grizljanja priboljškov, pitja in komentiranja predstave je moteča za vse obiskovalce okoli in nespoštljiva do igralcev na odru. Kultura obnašanja v gledališču ni nekaj, kar pripada le določenemu sloju ljudi, tiče se vseh ljudi in je del splošne kulture, s katero človek govori o sebi in svojih vrednotah (Šepec 2005, 137).

Slika 6.3: Karikatura pravil oblačenja v gledališču



Vir: Teatrola fenice (2016).

7 EMPIRIČNO RAZISKOVANJE KULTURE OBLAČENJA

Za metodološki pristop preučevanja podatkov obstajata dva različna pogleda za raziskovanje. Pomembno je izbrati pravi pristop za določeno temo raziskovanja, saj ni vsak pristop primeren za vsako temo. Običajno obstajata dve paradigmi, dve metodologiji, in sicer kvalitativno in kvantitativno raziskovanje. Raziskovanja preučevane teme sem se lotila s pomočjo kvalitativnega raziskovanja v obliki polstrukturiranih in strukturiranih intervjujev ter opazovanja z udeležbo. Kvalitativne metode so primerne za poglobljeno preučevanje, ker nam pomagajo prepoznati ključne značilnosti (Ragin 2007, 96). Ta metoda se uporablja ob raziskovanju podatkov, ki jih ne moremo neposredno meriti, kadar nas zanima, zakaj se nekaj dogaja in kako. Uporabimo jo predvsem za raziskovanje odnosov, občutkov in mnenja do dotične teme (Ragin 2007).

Za kvalitativno metodologijo je značilen fenomenološki pristop, človekovo doživljanje nekega dogodka. Kvalitativna metoda od raziskovalca zahteva, da se vživi v raziskovalno okolje, zato da lažje odkrije pomen in pomembnost družbenih pojavov. Ta proces vsebuje recipročno razjasnjevanje raziskovalčeve podobe predmeta raziskovanja in pojmov, ki okvirjajo raziskavo (Ragin 2007, 98). Za to raziskovanje sta primerno terensko delo in metoda opazovanja z udeležbo. Fenomenološke študije se osredotočajo na razumevanje družbenih pojavov skozi

tiste, ki jih opazujemo, zato da lahko pokažemo, kaj se dogaja in zakaj se to dogaja. Pr tem pa želim razumevati, opisovati in odkrivati kulturo oblačenja v gledališču. Cilj kvalitativnega raziskovanja ni poiskati ugotovitve z reprezentativnim vzorcem, ki se jih lahko posploši na množico, temveč je cilj celostno spoznati institucijo in pojav, ki ga preučujemo (Vogrinc 2008, 54).

7.1 METODOLOGIJA

Cilj, ki sem si ga zadala v magistrskem delu, je ugotoviti, kakšna je slovenska kultura oblačenja ob gledaliških dogodkih in kakšne so njene značilnosti. Zanimala sta me tudi okus občinstva, ki s svojo prisotnostjo vpliva na gledališko predstavo, in njihov kulturni kapital. Z različnimi metodami empiričnega raziskovanja sem želela odkriti, ali je obiskovanje gledališča zaradi lažje dostopnosti vsem družbenim slojem še vedno podlaga za izražanje družbenih razlik in neenakosti ter, ali gledališče še vedno ostaja v polju visoke kulture, ko ni več namenjeno le za določeno skupino ljudi, ali spada v področje popularne kulture.

Raziskovalno področje, ki sem si ga izbrala, je precej fleksibilno, razvijajoče in spreminjajoče, zato sem podatke zbiral s pomočjo treh različnih metod. Prva je bila metoda opazovanja z udeležbo. Svoje opazovanje sem izvajala od oktobra 2015 do maja 2016 v Kulturnem domu Franca Bernika Domžale, kjer sem zaposlena in mi je bil omogočen še lažji dostop do podatkov. Vsako gledališko predstavo (šest različnih uprizoritev) sem obiskala dvakrat zaradi lažjega opazovanja, saj je bilo v prostoru zbranih 180 ljudi. Na gledališki predstavi sem imela aktivno vlogo, bila sem udeležena kot opazovalka.

V drugem delu sem uporabila polstrukturiran intervju za namenski vzorec, saj sem si izbrala udeležence, ki o kulturi oblačenja v gledališču vedo največ in so mi o tej tematiki najboljše opisali svoja mnenja in stališča. Večinoma so bili vsi udeleženci intervjuja predstavniki kulturnih institucij (osem sodelujočih), kjer se odvijajo gledališke predstave, en intervju pa je bil opravljen s strokovnjakinjo za kulturo oblačenja in kulturne kode. Skozi intervjuje so udeleženci pojasnjevali svoje mnenje do dotične teme, štirje intervjuji so bili opravljeni telefonsko, posneti in prepisani, drugi so potekali v živo, pri čemer sem snemala in beležila

pogovor. Intervjuji so bili opravljeni med februarjem in majem 2016. V raziskovanje sem zajela zaposlene v gledališki dejavnosti iz različnih delov Slovenije za pridobitev različnih mnenj med regionalnimi območji.

V tretji del kvalitativnega raziskovanja sem vključila kratek strukturiran intervjuju, pridobljen pri naključnem vzorcu desetih obiskovalcev (pet moških/pet žensk različnih starosti) Kulturnega doma Franca Bernika Domžale. Obiskovalce sem izbirala naključno na filmskih projekcijah ali otroških matinejah med obdobjem od 1. junij do 30. junij 2016. Z namenom sem se izognila intervjuvanja na gledaliških predstavah, saj ima večina abonmaje, kar pomeni, da so stalni gostje v gledališču. Majhen vzorec sem si izbrala le zato, da prikažem razliknost v odnosu do kulture oblačenja, saj ima vsak posameznik svoje mnenje in razumevanje le-tega. Skozi neposredni pogovor z uporabniki sem lahko opazovala njihovo obleko, obnašanje, geste, način govora, nebesedne znake, na podlagi česa je tudi razviden kulturni kapital posameznika. Želela sem izvedeti, kolikokrat posamezniki obiskujejo gledališke predstave in kako gledajo na oblačilno prakso za kulturne prireditve. Z vprašanji, kateri žanr predstave jim je najljubši, stopnja izobrazbe in mesečni dohodek, sem želela odkriti povezavo med kulturnim kapitalom, žanrom in oblačilno prakso. Vprašanja so bila usmerjena v raziskovanje kulture oblačenja v gledališču, pri pripravi vseh vprašanj pa mi je bila v pomoč teoretska osnova prvega dela magistrskega dela, ki sem jo pridobila iz strokovne literature o določeni temi. Kljub majhnemu vzorcu, ki sem si ga izbrala, sem poskusila poiskati določene vzporednice med žanrom predstave in kulturnim kapitalom.

Namen empirične raziskave je na podlagi vseh strukturiranih in polstrukturiranih intervjujev ter lastnega opazovanja odkriti, kakšne so značilnosti oblačilne kulture v gledališču. Kako se opazi sprememba v oblačilih oz. v samem odnosu do predstave med t. i. visoko in popularno kulturo, med različnimi žanri? Na kakšen način je slovenska kultura oblačenja spoštljiva do dogodkov posebnih priložnosti? Intervjuji so bili izvedeni na vzorcu zaposlenih v slovenskih kulturnih ustanovah, gledališčih in naključnih obiskovalcih Kulturnega doma Franca Bernika Domžale, njihova analiza pa se postavlja na podatkih, pridobljenih v Sloveniji. Za polstrukturirane in strukturirane intervjuje sem se odločila, ker je tovrstna tema v Sloveniji in drugje po svetu še popolnoma neraziskana in zato menim, da je intervju primernejši kot vprašalnik zaprtega tipa. Intervju predstavlja poglobljen vpogled v obravnavano tematiko in

preučevanje družbenega pojava, brez vnaprej določenih trditev. Pri preučevanju sem upoštevala mnenja, občutenja in vrednotenja ljudi, vključenih v dogajanje. Moja naloga ni bila zgolj zbiranje dejstev in ugotavljanje pogostosti pojavov, temveč tudi odkrivanje, kako posamezniki razumejo kulturo oblačenja in kakšen pomen ima za njih. Ob tem sem morala kot raziskovalec razumeti oz. poskušati razumeti in razložiti, zakaj imajo posamezniki različne izkušnje.

7.2 ANALIZA OBLEKE V GLEDALIŠČNI DVORANI

Pri svojem etnografskem delu opazovanja z udeležbo sem preučevala kulturo oblačenja na šestih različnih gledaliških predstavah. Etnografsko delo sem opravljala v Kulturnem domu Franca Bernika Domžale. Pri raziskavi sem imela dve vlogi, kot raziskovalka in kot zaposlena v Kulturnem domu Domžale. Tu sem imela prednost raziskovanja z udeležbo, saj sem imela na ta način dostop do večje količine podatkov iz prve roke in več možnosti raziskovanja v okolju. Ob tem sem morala biti tudi pozorna na pristranskost, saj je pri metodi opazovanja velika nevarnost subjektivnosti in vnaprejšnjega obsojanja, čemur sem se zavestno poskušala izogniti. Metoda opazovanja z udeležbo je primerna za preučevano temo, saj sem na ta način lahko opazovala fizično okolje, ljudi, dejavnosti, pogovore, nebesedno komunikacijo in odnose (svoje zapiske navajam v Prilogi J).

Čas opazovanja je potekal od oktobra 2015 do maja 2016. Spremljanje kulture oblačenja je potekalo na šestih različnih gledaliških predstavah v Kulturnem domu Franca Bernika Domžale (na vsaki predstavi sem bila prisotna dvakrat, kar pomeni 12 terenskih opazovanj). Iz opazovanja je mogoče izluščiti ogromno podrobnosti. Opazovala sem kulturo oblačenja, pri tem pa tudi družbeni in kulturni vidik obiska gledaliških predstav. Pod družbeni vidik mislim predvsem obiskovalce, ki na prireditve ne prihajajo sami ali s partnerjem, temveč z družbo, in kulturni vidik obnašanja, odnosa do predstave. Ob tem si si zapisovala dnevnik, opazovala pa sem predvsem oblačila, odnose, neverbalno komunikacijo, skratka kulturo vedenja v gledališču. Moje opazovalno delo se je nanašalo predvsem na opazovanje kulture oblačenja v času pred in po predstavi. Med samo predstavo sem bila pozorna na občinstvo in njihovo spremljanje predstave v dvorani. Svoje opazovanje sem razdelila v štiri sklope, in sicer

opazovanje kulture oblačenja moških in kulture oblačenja žensk, ta dva sklopa pa sem razdelila še v dve kategoriji, in sicer glede na starost (ločnica cca. 40 let). Starostno ločnico sem uporabila, ko sem opazila razliko v oblekah med starejšimi in mlajšimi obiskovalci.

Gledališke predstave, ki sem jih obiskala, so bile:

- Prešernovo gledališče Kranj / Frederic Sonntag: GEORGE KAPLAN (14. in 15. oktober 2015) – drama
- Mestno gledališče Ljubljansko / Nejc Gazvoda: MENJAVA STRAŽE (30. november in 1. december 2015) – drama
- Mini teater, Parnas, SMG / Draga Potočnjak: ZAVEDNONEZAVENO (1. in 3. marec 2016) – psihotriler
- Slovensko stalno gledališče Trst / Vinko Möderndorfer: OBISKI (29. marec in 1. april 2016) – komedija
- Gledališče Koper, SNG Nova Gorica / Iztok Mlakar: PAŠJON (11. in 13. april 2016) – komedija
- SNG Nova Gorica / Jean-Baptiste Poquelin Molière: TARTUFFE (16. in 19. maj 2016) – drama

Vzorec kulture oblačenja se je na vseh šestih predstavah ponavljal, zato sem naredila skupen zapis iz dnevnikov (Priloga J). V povzetku sem navedla procentualno statistiko podobno oblečenih, izluščila sem oblačilno prakso večine in navedla nekaj izstopajočih kosov. Pri tem moram dodati, da si bili obiskovalci gledaliških predstav večinoma abonenti, saj se vse predstave odvijajo v okviru gledališkega abonmaja, kar pove, da imajo obiskovalci že izdelano določeno kulturo oblačenja in vedenja zaradi rednega obiska gledališča.

Rezultati opazovanja z udeležbo so potrdili predpostavko, da se obiskovalci za ogled gledališke predstave uredijo drugače. Gre za vsakdanjo izkušnjo, po kateri izbiramo oblačila v skladu s tem, kar bomo ta dan počeli, izbiramo v skladu s svojim razpoloženjem in s pričakovanji, koga bomo srečali, zato nam moda in obleke služijo kot namen pošiljanja sporočil drugim ljudem o nas samih. Komunikacija iz posameznika naredi člana neke skupnosti (Barnard 2005, 41–42). Posameznik z vstopom v gledališko hišo postane član skupine in komunicira z obleko, komunikacija postane družbena interakcija. Obleka je tista, ki odredi posameznika za člana

določene skupine, zato je pomembno, kakšno obleko nadenemo nase, saj z njo vstopamo v socialni krog, ustrezne sprejme, neustrezne izloči. Komuniciranje skozi obleko sem opazila predvsem pri obiskovalcih, ki so na ogled predstave prišli sami. Velikokrat je stekla komunikacija z drugo osebo v preddverju dvorane, kjer se je čakalo na začetek, ob predaji plaščevin v dvorani med posedanjem na svoje sedeže. Obiskovalci, ki so bili podobno oblečeni (na podobno mislim v približnem cenovnem rangi), so hitreje stopili v interakcijo. Med opazovanjem nisem opazila, da bi osebi iz popolnoma različnih rangov komunicirali.

Če svoje opazovanje strnem v zaključek, lahko zapišem, da je naša kultura oblačenja v gledališču zelo spoštljiva glede na nenapisana pravila oblačenja. Seveda prevladuje neformalen videz, ki je navzoč v vseh aspektih življenja. Bourdieu je pokazal, da sta v družbi dve vrsti okusa, ki sta razredno zaznamovana (v Stankovič 2014, 372). Meščanski okus se osredotoča predvsem na lepe, estetske in zanimive obleke, medtem ko delavski okus uporablja praktičnost, sproščenost, ob tem pa je seveda pomemben tudi cenovni rang obleke (Stankovič 2014, 373). V gledališču prevladuje neformalen (bolj sproščen) videz, a zato ne moremo posplošiti celotne slovenske oblačilne kulture na delavski okus, temveč je treba oblačilne prakse obravnavati znotraj gledališča samega. Neformalne obleke so udobnejše in bolj praktične med ogledom predstave, saj so gledališke predstave v povprečju dolge okoli dve uri, celoten obisk s prihodom in zaključkom ter morebitnim obiskom bara pa lahko traja do petih ur ali dlje.

Neformalno oblačenje se je začelo nekje v sredini 30 let prejšnjega stoletja v ZDA, ko se je pojavila prva srajca, ki ni bila bela. Neformalna oblačila so bila sprva primerna za obisk športnih dogodkov, ko so moški nase namesto poslovne/slovesne obleke nadeli pisane srajce in kariraste suknjiče. Ta videz so nato prevzeli v Franciji, ko se je večina premožnejših zaposlenih za konec tedna odpravila na oddih v podeželske hiše. V službah so zato uvedli neformalno oblačenje s »sproščenim petkom« oziroma, kot označujemo tudi z nam poznano tujko »casual fridays«. Zaposleni so hodili bolj ležerno oblečeni v petek, ker so se nato po službi odpravili na oddih. Tudi pri nas poznamo t. i. sproščeno oblačenje, ki izvira iz ZDA, natančneje iz Silicijeve doline. To se je uveljavilo z uspehom mladih računalničarjev, ki so na hitro obogateli in niso bili poslovno oblečeni. Načrtno so zavračali tradicionalno poslovno obleko in kljub temu uspeh poželi v kratkih hlačah in majici. Sproščeno oblačenje se je hitro razširilo čez celo Ameriko in

se je uveljavilo tudi v bankah in zavarovalnicah – konservativnih podjetjih (Pisani 2016). Neformalno oblačenje je prisotno v večini podjetij in na večini dogodkov, pri čemer se moramo zavedati, da neformalno ne pomeni neurejeno.

7.3 ANALIZA OBLEKE KOT IZRAZ SAMOSPOŠTOVANJA IN SPOŠTOVANJA DRUGIH

Opravila sem devet polstrukturiranih intervjujev (Priloge od A–H), od tega osem intervjujev, opravljenih z zaposlenimi v gledališču, in en intervju s strokovnjakinjo za kulturo oblačenja in oblačilne kode. Štirje intervjuji so bili opravljeni telefonsko, posneti in prepisani, drugi so potekali v živo, kjer sem snemala in beležila pogovor. Intervjuji so bili opravljeni med februarjem in majem 2016. Vprašanja, ki sem jih zastavljala, so bila pri vseh udeležencih zelo podobna, saj sem z določenimi vprašanji želela ugotoviti odnos do kulture oblačenja v gledališču.

Vprašanja so se nanašala na odnos do drugačne zunanje ureditve za gledališke dogodke kot za vsak dan, pri čemer so vsi izrazili mnenje, da ni potrebno, da ima človek v omari obleko, pripravljeno le za obisk gledališča, temveč, da se ta obleka le razlikuje od vsakdanje, kot je npr. za delo na vrtu, obisk športne prireditve. Pomembno je, da se oblečemo primerno za določeno priložnost (ta primerna obleka je lahko enaka kot za službo ali za druge priložnosti). Najbolj je pomemben urejen videz, s katerim se počutimo bolj svečano. Tako pravi tudi Barnard (2005, 91), ko govori o rabi obleke za različne priložnosti, kadar želimo nakazati različne položaje družbene veljave ali statusa, v teh obrednih dejanjih, ki so drugačne od njihovih vsakdanjih, se tudi primerno oblečemo z obleko, ki se razlikuje od vsakdanje. Z obleko izražamo odnos do gledališča, kulture, do sveta, do samega sebe in do drugih, s katerimi vstopamo v komunikacijo. Tako kot gledališče so tudi oblačila predstavljala dihotomijo med elito in ljudstvom. V 17. in 18. stoletju so bila oblačila najpomembnejši in najvidnejši sistem razrednih razlik v družbi, saj je bil način ločevanja elite od ljudstva. V drugi polovici 18. stoletja so z industrijsko tehnologijo postala dostopna nižjim slojem, modna oblačila so začeli prakticirati tudi meščanski sloji, v 50-ih in 60-ih letih 20. stoletja so postala dostopna vsem ne glede na položaj in status (Barnard 2005). S tem so se začele brisati izrazite statusne razlike. Obleka je eden izmed načinov komuniciranja s svetom, je izraz spoštovanja in samospoštovanja, za kar

je pomemben predvsem urejen videz ob vstopu v gledališče. Vsaka obleka izraža svoj slog, stil in navade, in če se oblečemo drugače za gledališki dogodek, se tudi drugače počutimo in drugače komuniciramo. Tri intervjuvanke so izrazile, da obleka niti ni tako pomembna, pomemben je namen ogleda predstave, pa naj bo to v fraku ali v kavbojkah. Izražanje z obleko je stil, ki je odvisen od posameznika in njegovih navad.

Vsi zaposleni v kulturnih institucijah se strinjajo, da natančno napisana pravila oblačenja v gledališču niso potrebna. Pomembno je, da je gledališče postalo dostopno vsem ljudem in ni več elitni dogodek kot včasih. Ob tem pa velja, da obiskovalci upoštevajo določen bonton, vedenje, vljudnost, uglajenost in obzirnost tudi z obleko. Saša Šepec (KD Novo mesto) pravi, da v bolj sproščenih oblačilih vidi nadgradnjo in dodano vrednost, ki je odraz posameznika (ob tem mora upoštevati ustrezno spoštljivost). Protokol mora biti v vsesplošni izobraženosti ljudi, saj bi morali biti olika in omika del teatra tudi brez protokola. Damjana Kenda (CD) je povedala, da imajo ob določenih kongresnih priložnosti še vedno zapisano poslovno ali večerno obleko, da ne prihaja do prevelike sproščenosti. Vsi so pojasnili, da so zelo pomembni predvsem kodi obnašanja, kot so pozornost med samo predstavo, žvečenje žvečilke, pitje vode, igranje s telefoni. Ti so nesprejemljivi vzorci vedenja, ki se prevečkrat pojavijo v gledališki dvorani. Tako protokolu obnašanja kot oblačenja dajejo pomembnost zaposleni, in če ti uveljavljajo določena pravila, jih sprejme tudi publika. Strokovnjakinja za kulturo oblačenja Lea Pisani navaja, da se za gledališče oblačimo manj slovesno kot drugje, ker nimamo želje in volje po drugačnem. Meni, da je to posledica prejšnjega sistema, da je kultura oblačenja v Sloveniji manj svečana. Lea Pisani pravi, da pri Slovencih ne gre za denar, ne gre zato, da si svečane obleke ne bi mogli privoščiti, tu sta pomembna predvsem trud in želja po svečanem vzdušju, ki je v Slovencih ne zazna.

Razlika v oblačilih med obiskovalci bolj »populariziranih« predstav in bolj »umetniških« se izraža, vendar se ta razlika pozna predvsem v produkciji komercializirane predstave. Če je komedija kakovostna in nam na obraz privabi nasmešek, še ne pomeni, da to ni umetnost. Pomembna je sporočilnost predstave. Paul Di Maggio pravi, da je distinkcija med visoko in nizko kulturo v 19. stoletju vzniknila brez napora urbanih elit, ki so zgradile kulturne forme z namenom izoliranja visoke kulture in ločitve od popularne kulture (Kotnik 2005, 288). Ob večanju srednjega razreda in meščanstva pa se je gledališče približalo širšemu sloju

prebivalstva. Milan Marinič (KD Domžale) je dejal, da je nevarno delati zaključke na podlagi žanra, ob tem je dodal dober primer preučevanja ljubljanske Drame in komercialnega letnega gledališča Studenec. Navaja, da med preučevanjem kulture oblačenja na Studencu ne bi našli razlike v obleki, saj so vsi obiskovalci prišli z namenom ogleda predstave in se temu tudi primerno obleki. Če pa preučujemo kulturo oblačenja v ljubljanski Drami, npr. na predstavi Hamleta, moramo upoštevati razliko, da smo v mestu, kjer se družbenokritična masa loči in kjer se lažje opazi razlika v oblačilni kulturi. Pri tem je treba upoštevati tudi preučevalčevo subjektivnost v opazovanju obleke, za nekoga je lahko obleka popolnoma vsakdanja, medtem ko za nosilca obleke ta predstavlja obleko za posebne priložnosti.

Pri vplivu ravni umetnosti na oblačilno kulturo obiskovalcev sem dobila različna mnenja, tri udeleženke intervjujev iz Novega mesta, Kranja in Ljubljane so pritrdile, da raven umetnosti vpliva na kulturo oblačenja. Predstave, ki terjajo večji miselni napor, privabljajo obiskovalce, ki v tem najdejo ugodje in ti obiskovalci med predstavo ne bodo odpirali bombonov ali prišli v ribiških hlačah. Imeli bodo spoštljiv bonton in primerno oblačilno kulturo ob vstopu v gledališče, je povedala Saša Šepec. Po mnenju Marinke Postrak bi morala raven umetnosti vplivati na raven oblačenja, saj bolj, kot je publika intelektualna, razgledana, manj izumetničen je njen stil oblačenja. Bolj, kot je publika »primitivna«, bolj ekscentrična oblačila zaidejo v gledališče. Drugi udeleženci intervjujev se strinjajo, da bolj kot na raven umetnosti posameznik vpliva na kulturo oblačenja in z njimi se strinjam tudi sama. Vendar je med tem treba povezati vzporednice. Helena Grahek (SMG) mi je pojasnila, da na to vpliva sama raven družbe oz. raven komuniciranja. Ker živimo v spreminjajoči se družbi, kjer stari vzorci ne delujejo več, nas to dela konfuzne. Naporni družbeni, finančni in kulturni ustroj se ruši in nas bremeni, s tem pa ruši tudi ljudi. Zaradi bremena zahtev, ki jih postavlja družba, posameznik ne vidi smisla obstoja, velikokrat ne vidi smisla preoblačenja za kulturni dogodek. A po njenem mnenju na to vplivata vzgoja in posameznikov odnos do stvari, s čimer se popolnoma strinjam.

Šesto vprašanje sem naslovila le na nekaj udeležencev, ki imajo podatke o izobrazbi obiskovalcev. Iz Novega mesta sem dobila podatek, da ima večina vsaj srednješolsko izobrazbo, polovica pa višješolsko oz. univerzitetno. Iz Cankarjevega doma so mi zaupali, da ima vsaj polovica višješolsko izobrazbo, to je povedala tudi Teja iz Slogi, ob tem pa dodala, da ima žanr velik vpliv na strukturo obiskovalcev, saj eksperimentalne uprizoritve, klasike in

resnejši žanri pritegnejo bolj izobražene, medtem ko na komedijo zaidejo »preprosti« ljudje, ki niso redni obiskovalci gledališča. Tudi iz Slovenskega mladinskega gledališča so povedali, da je starost publike v povprečju med 35 in 60 leti, in ti obiskovalci imajo visoko oz. višješolsko izobrazbo.

7.4 ANALIZA OBLEKE KOT ODRAZ HABITUSA

Kulturni kapital vpliva na druge vrste kapitala in virov. V prvi vrsti vpliva na ekonomski kapital, glede na dohodkovni razred, v katerega posameznik spada in na socialni kapital, glede na omrežja, ki so pridobljena preko kulturnega kapitala. V kratkih intervjujih, ki sem jih opravila, sem se v zadnjem delu osredotočila na stopnjo kulturnega kapitala intervjuvancev in jo povezala s stopnjo dokončane izobrazbe, mesečnega prihodka, pogostega obiska gledališča in zadnjo vsečno gledališko predstavo, ki si jo je posameznik ogledal. Vzporednice med razredom, teorijo okusa in kulturo oblačenja sem pridobila na podlagi celotnega vprašalnika.

Vprašanja so se nanašala na obisk gledaliških predstav, kolikokrat letno oz. mesečno posamezniki obišejo gledališče, s čimer sem ugotovila, da vsi udeleženci zahajajo v gledališče, nekateri mesečno, nekateri le enkrat letno. V gledališče večina zahaja oblečena drugače, kot se vsakodnevno oblačijo, nekateri so odgovorili, da se oblečejo bolj formalno, enako, kot se oblačijo za službo ali kakšne druge družabne dogodke. Le dva izmed njih sta navedla, da sta vedno oblečena popolnoma vsakodnevno. Že Stankovič (2014) je opozoril na slovensko raznoliko oblačilno izbiro, ki temelji v koherentni oblačilni kulturi (praktičnosti oz. okus nuje), to pa je povezal s slovensko neurbano zgodovinsko izkušnjo.

Vsi izmed udeležencev so navedli, da obleka izraža spoštovanje, bonton, manire in odnos do okolice. Z drugačno zunanjo podobo sporočimo okolici, da se udeležujemo dogodka, ki je bolj svečan. Udeleženci so navedli svojo zadnjo vsečno predstavo, pri čemer je prevladoval žanr drama, nato komedija, muzikal in kriminalka. Stopnjo izobrazbe so mi zaupali skoraj vsi udeleženci, razen dveh, pri mesečnem dohodku pa sem imela malce več težav, saj mi skoraj

polovica ni želela zaupati teh podatkov. S stopnjo izobrazbe sem prišla do podatkov, da ima večina udeležencev višjo oz. visoko izobrazbo (najmanj V. stopnjo) ali več. Le eden izmed udeležencev ima dokončano srednjo šolo. Zanimivost je nastala tudi v stopnji izobrazbe staršev oz. vlogi kulturnega kapitala s strani okolice. Tu se je pokazalo, da imata okolica in družina velik vpliv na posameznika, saj ima tudi večina staršev končano višjo šolo.

Družbeni razredi imajo različne vzorce okusa in kulturne potrošnje, ki je del posameznikovega načina, stila življenja. Vse to se izraža skozi habitus – sistem dispozicij, ki je ključen za percepcijo in prakso ter se izraža skozi »razredna razmerja« (Jontes 2012, 64). Rezultati kažejo, da je večina gledaliških obiskovalcev z višjim kulturnim kapitalom, ki redno obiskujejo gledališke predstave in se v večini udeležijo »resnejših« žanrov. Pri kvalitativnem obdelovanju podatkov je težko sklepati iz vzorca (naj bo to velik ali majhen obseg), zato je treba biti izjemno previden pri zaključevanju, zaradi hipotetičnih zaključkov. Omenila sem, da sem si izbrala zelo majhen vzorec kratkih intervjujev, saj me je predvsem zanimalo, kako posamezniki dojemajo kulturo oblačenja, kaj jim predstavlja obleka ob posebnih priložnostih in kakšen žanr gledaliških predstav jim je bil v zadnjem času všeč. Na podlagi teh kratkih intervjujev seveda ne morem posplošiti zaključkov na celotno občinstvo, saj kot sem že omenila, ima vsak posameznik svojevrsten okus glede žanrskih preferenc, glede oblačilne kulture in glede samega izbora gledališča.

7.5 RAZPRAVA

Na podlagi antropološke metode opazovanja z udeležbo lahko potrdim, da se obiskovalci za obisk gledališke predstave uredijo drugače kot običajno. Svoja oblačila izbirajo na podlagi počutja določenega dne in na podlagi lokacije, kjer se udeležijo gledališkega dogodka. Obleke z okolico komunicirajo, izražajo spoštovanje do samega sebe, do drugih obiskovalcev in do predstave. Gledališče zato še vedno ostaja dogodek socialnega združevanja, lahko pa tudi razdruževanja. S primerno obleko vstopamo v komunikacijo z drugimi obiskovalci, z neprimerno obleko pa smo izključeni iz socialne interakcije. Kljub temu, da pravila oblačenja v gledališču niso več prisotna, ostaja v miselnosti ljudi, da je nase treba nadeti »primerno«

obleko. Ob primerni obleki pa je pomembno tudi udobje, zato se večina obiskovalcev oblači neformalno, a urejeno.

V gledališče, ki ne ponuja komercializiranih vsebin, še vedno zahajajo obiskovalci z višjim kulturnim kapitalom, ta pa ne temelji nujno na razredu, temveč na izobrazbi in kulturnem kapitalu. Gledališče in kultura oblačenja ostajata v polju razrednih in kulturnih distinkcij, le da se te z leti spreminjajo. Danes ni več tako, kot je veljalo pred stoletjem, ko so bila za obisk gledališča predpisana točno določena oblačila (npr. frak, rokavice, metuljček ...). To moramo obravnavati predvsem v kontekstu časa: včasih je bil obisk gledališča privilegij bogatih slojev, ki sogledališki večer izkoristili tudi za druženje in razkazovanje svojih oblačil. Danes je drugače, gledališče postaja dostopno vsem družbenim slojem, ostaja pa nenapisan dogovor, da se oblečemo ustrezno, da z obleko ne podcenjujemo dogodka in ljudi, ob tem pa tudi da ne zmotimo okolice z vonjavami in obnašanjem. Na podlagi opazovanja z udeležbo težko odgovorim, ali se kultura oblačenja glede na gledališki žanr spreminja. Opazila sem spremembe v malce bolj svečanih oblekah ob dramah in psihotrilerju, kot pa na komičnih predstavah. Na podlagi intervjujev, opravljenih z zaposlenimi v gledališču, lahko pritrdim, da raven umetnosti vpliva na kulturo oblačenja - ob predstavi t. i. »visoke« umetnosti bodo obiskovalci bolj urejeni kot ob predstavah »popularne« umetnosti, ob tem dodajam, da na kulturo oblačenja vpliva sam posameznik, v katerem raven umetnosti vzbudi zanimanje in izraz spoštovanja. Življenjski stil posameznika je del družbenega razreda, s tem pa različnih vzorcev okusa in kulturne potrošnje.

8 ZAKLJUČEK

Magistrsko delo temelji na štirih disciplinarnih oz. akademskih vednostih, na zgodovinskem, sociološkem, antropološkem in komunikološkem. Zgodovinski vidik vključuje podatke in ugotovitve iz evropske ter lokalne gledališke zgodovine, zgodovine oblačenja in zgodovine manir, mentalitet. Sociološki korpus združuje teoretska in empirična spoznanja iz sociološke vednosti, kot so bourdiejevsko razumevanje kulturnega kapitala, sociologija aristokracije in njihove elitne kulture, študije gledališkega občinstva, gledališča kot medija in kulturne industrije ter študije mode in kulture oblačenja. Antropološki korpus vsebuje informacije,

pridobljene s pomočjo antropološke terenske metode opazovanja z udeležbo, komunikološki pa konceptualizira obleko oz. modo v gledališču kot komunikacijsko sredstvo.

Gledališče je postavilo in uveljavilo določen zgled s svojimi kulturnimi pravili oblačenja in obnašanja. Je vrsta medija, ki narekuje, kaj je družbeno sprejemljivo in kaj ni, narekuje odnos, bonton, vedenje in zunanjo podobo. V tradicionalni družbi je gledališče ustvarilo specifično podobo moških in žensk, ki umetnost zaznavajo na vsakem področju, tudi v obleki. Nekateri se teh pravil in navad držijo še danes, medtem ko drugi niti ne pomislijo na drugačno opravo. V Sloveniji je povezanost kulturnega kapitala in družbenega položaja drugačna kot drugje, saj je bilo do prve svetovne vojne kmetijstvo glavna panoga, s katero se je ukvarjala večina prebivalstva, meščanstva in elite pa je bilo izjemno malo (Luthar 2014a, 16). Zakaj ti standardi pri nas niso tako visoki kot drugje po Evropi, pa se verjetno skriva v naši majhnosti, revnosti in provincialnosti. Navkljub temu lahko na podlagi metode opazovanja z udeležbo in polstrukturiranih intervjujev glede kulture oblačenja povzamem, da se večina občinstva za gledališki dogodek uredi drugače od vsakodnevnih, bolj ugledno in svečano, saj gledališče še vedno leži v funkciji »spektakla«. Obravnavanje mode kot diskurzivne artikulacije razrednih razlik, kot prakse, kjer se reproducirajo ekonomski odnosi, nas privede do estetske reinterpretacije družbenih razlik. Kulturni artefakti niso več enoumne reprezentacije potrošniških praks, zaradi obstoja ogromnih potrošniških objektov na trgu, ki niso več vir razlikovanja. Zato je postalo pomembno ne le, kaj se konzumira, temveč kako, pri tem pa moramo razredne razlike iskati tako v označevalnih objektih, kot v označevalnih praksah in semantiki izključevanja (Luthar 2014b, 239).

Stankovičeva raziskava slovenskih pravil preobuvanja v copate (2014) mi je pomagala pri odkritju praktičnosti obleke v gledališču. Slovenska mesta so bila do 20. stoletja v večini tuja, večji del meščanstva in plemstva predvsem nemški, slovensko prebivalstvo pa večinoma iz nižjih slojev. V povezavi s podeželjem in nižjim slojem sta se razvijali slovenska kultura in identiteta. Glede na kulturne okvire se izoblikujejo tudi posameznikovi sistemi vrednot, na podlagi česar temelji delovanje v vsakdanjem življenju (Stankovič 2014, 375). Habitus posameznika je vpet v kulturne okvirje, kjer se pozna slovensko ne izstopanje z oblačili, saj se večina obiskovalcev uredi drugače, a drugače še vedno ne pomeni izstopajoče, svečano, vendar so v oblačilih, ki neizrazito izražajo spoštovanje do dogodka, v katerih se počutijo

udobno in v katerih bodo »zdržali« v sedečem položaju do konca predstave. Obdobje 18. stoletja je bilo obdobje bahanja aristokracije s svojimi dragimi oblačili in s tem ločevanje od ostalega ljudstva. Takratna garderoba ni temeljila na udobnosti, temveč na blišču. Elita je imela neudobna oblačila predvsem zato, da jih nižji sloji niso posnemali. Bourdiejevski okus nuje pa se pozna na praksah, ki izražajo praktičnost in kjer se zabriše estetska vrednota. To ne pomeni, da je celotna kultura zaznamovana z vrednoto praktičnosti, temveč da je dispozicija posledica slovenske zgodovinske izkušnje, ki se je ustvarila s procesi distanciranja od urbanega (Stankovič 2014, 376). V skladu s tem je treba raziskavo kulture oblačenja in prevladovanja neformalnih, udobnih oblačil tudi obravnavati.

Večina teoretikov se ukvarja z dihotomijo med »visoko« in »popularno« kulturo, kategorizacijo kulturnih dobrin pa pripisuje 19. stoletju, kjer je bilo ustaljeno prepričanje, da je gledališče elitna, visoka kultura, ki temelji v izobraženosti, družbenem razredu in estetskem okusu. Gledališče se je z vidika umetnosti gledaliških iger postavilo v območje visoke kulture že za voljo drugačnega gledališkega jezika s strani piscev iger. Po drugi strani pa je spremembo v gledališki kulturi narekovala sprememba razredne strukture, zlasti z vzponom srednjega razreda in meščanstva, ki je razvejal ločnice med visoko in nizko kulturo (Kotnik 2005, 287). Če gledališki žanr označimo za področje visoke/elitne (drama, tragedija) in področje nizke/popularne (komedija) kulture, moramo razumeti ključni razmerji, ki določata naravo in strukturo občinstva. To sta razmerje med družbenim slojem in okusom ter razmerje med izobrazbo in kulturno potrošnjo. Razmerje ni več delitev na »visoko« in »nizko« oz. na »elitno« in »popularno« kulturo, ampak nasprotje med »dostopno« in »omejeno« kulturno prakso (Kotnik 2012, 19). Odnos med visoko in popularno kulturo se spreminja, s prepletanjem visoke kulture in populariziranih vsebin se prepletajo tudi družbene ravni. Popularne kulture ne moremo primerjati z visoko kulturo in umetnostjo, temveč jo moramo ocenjevati znotraj nje same. To ne pomeni, da ni več družbenih razlik ali da kultura ne uveljavlja razlik, ampak pomeni, da se te razlike spreminjajo. Ob upoštevanju Holta lahko Bourdiejevo teorijo okusa za postindustrijsko družbo ovržemo, saj se višji razred ne povezuje izključno z visoko oz. elitno kulturo (Luthar in Kurdija 2011, 987). V jedru Bourdiejeve teorije ni visoka kultura, temveč posebna instanca delovanja teorije okusa in razreda v specifičnih zgodovinskih okoliščinah (Holt v Luthar 2014a, 74). Gledališče ima vlogo reproduciranja in proizvajanja družbenih razlik, ni le proizvod dodajanja razrednih in statusnih diferenciacij. Zato je treba upoštevati širši

kulturni in zgodovinski kontekst, kjer se te razlike vzpostavljajo ali subvertirajo skozi specifični gledališki okus oz. žanr (Starc in Pušnik 2014, 180).

Na podlagi majhnega vzorca strukturiranih intervjujev lahko zaključim, da se obiska gledališča udeležujejo tisti z višjo stopnjo izobrazbenega, ekonomskega, kulturnega in simbolnega kapitala, ti se udeležujejo kulturnih dogodkov v širšem spektru kulturne ponudbe, medtem ko tisti z nižjo stopnjo tovrstnega družbenega kapitala najverjetneje ne participirajo v kulturnih dogodkih nasploh, ne udeležujejo se dogodkov »dominantne«, »opozicijske« ali »alternativne« kulture. Če vključim še okus, ugotovim, da se udeležitev gledaliških predstav ne dotika razrednega položaja, ampak izobrazbe in kulturnega kapitala. Gledališki žanri so v polju omnivornih in univornih kulturnih vzorcev. Omnivorni potrošniki z visokim kulturnim kapitalom posedujejo širok razpon kulturnih preferenc, univorni potrošniki z manjšim kulturnim kapitalom pa se poslužujejo bolj enovrstnih kulturnih praks. Majhen vzorec za intervjuje sem si izbrala zaradi raznolikosti gledališkega občinstva, saj je pri tem težko delati zaključke zaradi raznovrstnosti posameznikov. V tradicionalni družbi je način potrošnje določala družbena identiteta, v postmodernej družbi pa je družbeno identiteto začel narekovati način potrošnje. Sodobna družbena identiteta presega razredne in statusne omejitve in se opira predvsem na življenjske stile posameznika, ob tem pa moramo upoštevati, da se stili posameznika izražajo s potrošnjo. Kljub temu, da so vrata današnjega gledališča odprta vsem družbenim slojem, gledališče, ob tem pa tudi oblačilna praksa za gledališke dogodke, s katero se izraža pripadnost določeni družbeni vlogi, še vedno ostaja v prostoru razrednih in kulturnih distinkcij, le da so te razlike spremenjene. V postmodernej družbi se je skozi obleko začel izražati tudi individualen posameznikov stil, kar je povzročilo, da se je nekoč izrazita razredna pripadnost začela brisati.

9 LITERATURA

Adorno, Theodor in Max Horkheimer. 2002. *Dialektika razsvetljenstva: filozofski fragmenti*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Ahačič, Draga. 1998. *Gledališče besede*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Ahačič, Draga in Robert Pignarre. 1985. *Dramsko gledališče*. Ljubljana : Mestno gledališče ljubljansko.

Alamy. 2016. *Druženje v teatru Montansier v 18. stoletju*. Dostopno prek: <http://www.alamy.com/stock-photo/french-theatre-18th-century.html> (12. maj 2016).

Ang, Ien. 1991. Pridobivanje občinstva: Institucionalna zagata. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 413–442. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Antongiavanni, Nicholas. 2006. *The Suit: A Machiavellian Approach to Men's Style*. ZDA: HarperCollins.

Arendt, Hannah. 2003. *Izvori totalitarizma*. Ljubljana: Študentska založba.

Barnard, Malcolm. 2005. *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana : Sophia.

Baš, Angelos. 1987. *Oblačilna kultura na Slovenskem v Prešernovem času : 1. polovica 19. stoletja*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Benjamin, Walter. 1998. *Izbrani spisi*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Bennett, Suzan. 1997. *Theatre audience. A theory of production and reception*. London, New York: Routledge. Dostopno prek: Google Books.

Blatnik, Stanka. 2003. Kultura oblačenja v slovenskem prostoru. *Tekstilec/Glasilo slovenskih tekstilcev*. Dostopno prek: <http://www.stankablatnik.com/SLO-teorija-clanki-tekstilec6.html> (25. maj 2016).

Bourdieu, Pierre. 2001. The Forms of Capital. V *Sociology of Economic life*, ur. Mark Granovetter in Richard Swedberg, 96–113. ZDA: Westview Press.

--- 2012. Družbena kritika razsojanja o okusu. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 205–264. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Boyer, Bruce. 1987. *Elegance: A Guide to a Quality in Menswear*. Dostopno prek: http://www.blacktieguide.com/History/01-Regency_Origins.htm (27. julij 2016).

Brockett, Oscar G. in Robert J. Ball. 2014. *The Essential Theatre*. Enhanced Tenth Edition. Wadsworth: Cengage Learning. Dostopno prek: Google Books.

Bulc, Gregor. 2004a. Kulturni posredniki v proizvodnji kulture. *Javnost* (11): 89–106.

--- 2004b. *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.

Corrigan, Peter. 2008. *The Dressed Society. Clothing, the Body and Some Meanings of the World*. London: Sage Publications.

Dhomme, Sylavain. 1969. *Moderno gledališče v zadnjih sto letih*. Ljubljana: DZS.

Dović, Marijan. 2003. Bourdieujeva radikalna vizija umetnostnega in literarnega polja. *Sodobnost* 67 (10): 1293–1306.

Downing, John D.H. 2003. Audience and readers of alternative media: the absent lure of the virtually unknow. *Media, culture and society* 25 (5): 625–645.

Fashion Era. 2016a. *Obleke žensk v antični Grčiji*. Dostopno prek: http://www.fashion-era.com/ancient_costume/ancient-greek-fashion-hair.htm, (2. februar 2016).

--- 2016b. *Rimske tunike in toge v javnosti*. Dostopno prek: http://www.fashion-era.com/ancient_costume/roman-costume-history-women-hair.htm (14. februar 2016).

Featherstone, Mike. 2007. *Consumer culture and Postmodernism*. London: Sage.

Freshwater, Helen. 2009. *Theatre & Audience*. Houndmills: Palgreave Macmilan.

Fiske, John. 1994. *Introduction to communication studies*. London, New York: Routledge.

Gans, Herbert J. 1999. *Popular culture & high culture. An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.

Getty images. 2016. *Gledališko občinstvo med leti 1930–1940*. Dostopno prek: <http://www.gettyimages.co.uk/detail/video/1930s-40s-high-angle-audience-watching-reacting-stock-video-footage/586-84> (25. junij 2016).

Goffman, Erving. 2014. *Predstavljanje sebe v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Gombač, Maja. 2011. *"Modni pêle mêle" slovenske družbe med svetovnima vojnama*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino.

Grcić, Sanja. 2014. Slovenska moda na stranskem tiru. V *Moda in kultura oblačenja*, ur. Maruša Pušnik in Elena Fajt, 91–108. Maribor: Aristej.

Hartnoll, Phyllis. 1989. *Kratka zgodovina gledališča*. Ljubljana : Mestno gledališče ljubljansko.

Hesmondhalg, David. 2002. *The cultural industries*. London, Thousand Oaks New Delhi: Sage Publications Ltd.

Hollander, Anne. 1993. *Seeing through clothes*. London: University of California Press.

Jontes, Dejan. 2012. Hierarhije televizijskih okusov in razredne distinkcije. *Družboslovne razprave* 28 (71): 61–81.

Kattenbelt, Chiel. 2008. Intermediality in Theatre Performance: Definitions, Perceptions and Medial Relationship. *Culture, Language and Representation* (6): 19–29.

Kawamura, Yuniya. 2013. *Doing reasearch in Fashion and Dress*. London: Bloomsbury.

Kline, Miro in Mirjana Ule. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Knežević, Ana Nuša. 2005. *Se znamo obnašati? Sodobno vedenje od A do Ž*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Krašovec Pogorelčnik, Mateja. 1997. *Estetika oblačenja*. Velenje : Pozoj.

Kotnik, Vlado. 2005. *Antropologija Opere: Pomen idej o operi za razumevanje opernega fenomena in imaginarija*. Koper: Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče: Zgodovinsko društvo za južno Primorsko.

--- 2012. *Operno občinstvo v Ljubljani. Vzpon in padec neke urbane socializacije v letih 1660–2010*. Koper: Zgodovinsko društvo za južno Primorsko.

--- 2014. Moda kot družbena distinkcija slovenske tranzicijske elite: etnografska raziskava eksploatacije neke medijske promenade. V *Moda in kultura oblačenja*, ur. Maruša Pušnik in Elena Fajt, 243–258. Maribor: Aristej.

Lah, Špela. 2010. Slovensko-nemška dihotomija v Deželnem gledališču v Ljubljani med letoma 1892 in 1914. *Muzikološki zbornik* 792: 95–108.

Luthar, Breda. 2014a. Kulturne meje in razredni položaji: Ljubljana, Maribor. V *Kultura in razred*, ur. Breda Luthar, 11–28. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2014b. Moda in razred: vzpostavljanje meja in uprizarjanje razlik. V *Moda in kultura oblačenja*, ur. Maruša Pušnik in Elena Fajt, 226–241. Maribor: Aristej.

Luthar, Breda in Slavko Kurdija. 2011. Razred in kulturne distinkcije. *Teorija in praksa* 48(4): 982–1003.

McManus, John h. 1994. *Market-Driven Journalism. Let the citizen Beawre?* Thousand oaks: Sage Publications.

McQuail, Denis. 1994. ***Mass communication theory: an introduction***. London: Sage. Dostopno prek: Google Books.

Melchinger, Siegfried. 2000. *Zgodovina političnega gledališča*. Ljubljana: Mestno gledališče ljubljansko.

Negus, Keith. 1999. *Music genres and corporate cultures*. London, New York: Routledge.

O'Hara, Georgina. 1986. *The encyclopaedia of Fashion From 1840 to the 1980s*. London: Thames and Hudson.

Pajnik, Mojca. 2010. Konceptualizacija alternativnih medijev: o pomenih alternativnega. *Teorija in Praksa* 47 (1): 41–58.

Pajnik, Mojca in John D.H. Downing. 2008. *Alternative media and the politics of resistance: perspectives and challenges*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Pisani, Lea. 2010. *Obleka – kaj, kdaj kako?* Ljubljana: samozal.

--- 2016. *Ravni oblačenja = (Dress code) : z nasveti za goste na televiziji, pogovor za službo, pogrebno slovesnost, poroko, maturantski ples, šolo*. Ljubljana: Grafika Soča.

Petersen Jensen, Amy. 2007. ***Theatre in a Media Culture: Production, Performance and Perception since 1970***. McFerland: United states. Dostopno prek: Google Books.

Pušić, Barbara in Alenka Bogovič. 1997. *O nevzvišenem v gledališču*. Ljubljana : KUD France Prešeren : Center za teatrologijo in filmologijo AGRFT.

Rappaport, Erika D. 2000. ***Shopping for Pleasure: Women in the Making of London's West End***. Princeton University: New Yersy. Dostopno prek: Google Books.

Ragin, Charles. 2007. *Družboslovno raziskovanje: enotnost in raznolikost metode*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Renaissance Poetry. 2016. *Renesančna ženska obleka*. Dostopno prek: <http://renaissancepoetry0.weebly.com/renaissance-fashion.html> (1. april 2016).

Sandoval, Marisol in Christian Fauch. 2010. Towards a critical theory of alternativne media. V *Telematics and Informatics* (27): 141–150.

Sam, Anej. 2006. *Oblačenje in moda*. Ljubljana : Ekološko-kulturološko društvo Jasa.

Simmel, Georg. 1998. Moda. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo*. 26 (189): 241–259.

--- 2000. *Izbrani spisi o kulturi*. Ljubljana : Studia humanitatis.

Slatnar, Don. 1997. *Consumer culture and Modernity*. Polity Press: Cambridge.

Slovenska filharmonija. 2016. *Kodeks oblačenja*. Ljubljana: interno gradivo.

Slovensko narodno gledališče Maribor. 2016. Za obiskovalce. Dostopno prek: <http://www.sng-mb.si/za-obiskovalce/> (16. avgust 2016).

Stankovič, Peter. 2002. Kulturne študije: pregled zgodovine, teorij, in metod. V *Cooltura: uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc, Mitja Velikonja, 11–70. Ljubljana: Študentska založba.

--- 2014. Pravila preobuvanja v copate in vprašanje slovenske oblačilne kulture. V *Moda in kultura oblačenja*, ur. Maruša Pušnik in Elena Fajt, 363–378. Maribor: Aristej.

Starc, Gregor. 2014. Zgodba o trenirki – športna oblačila med modo in stereotipi. V *Moda in kultura oblačenja*, ur. Maruša Pušnik in Elena Fajt, 327–346. Maribor: Aristej.

Starc, Gregor in Maruša Pušnik. 2014. Razredna stratifikacija in športne prakse. V *Kultura in razred*, ur. Breda Luthar, 179–200. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Storey, John. 1993. *An introduction Guide to Culture Theory and Popular Culture*. Athens, Georgia: University of Georgia Press.

--- 2012. Popularna kultura kot drugi visoke kulture. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 323–340. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede.

Šepec. Saša. 2005. *Odlike gledališke olike*. Novo mesto : Kulturni center Janeza Trdine.

Škerlep, Andrej. 1998. Razred in okus - Bourdieujev pojem habitusa. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 26 (189): 31–46.

Teatrola fenice. 2016. Karikatura pravil oblačenja v gledališču. Dostopno prek: <http://www.teatrolafenice.it/site/index.php?pag=22114&lingua=eng> (15. julij 2016).

Texsite. 2016. *Bidermajerska moda v slovenskem prostoru*. Dostopno prek: http://si.texsite.info/Obla%C4%8Dila_v_bidermajerskem_slogu (7. april 2016).

The Black Tie Guide. 2011. *Regency Origins: The Tale of the Tailcoat*. Dostopno prek: http://www.blacktieguide.com/History/01-Regency_Origins.htm (25. julij 2016).

--- 2016. *Primerna večerna obleka za gledališče leta 1807*. Dostopno prek: http://www.blacktieguide.com/Vintage/Waist_Coverings/1807_02_LeBeauMonde_correct_colouring.JPG (12. maj 2016).

Thomson, Peter. 2008. *The Cambridge history of British Theatre*. University of Exeter: Cambridge University Press.

Trdina, Andrej. 2016. *Zamišljanje razreda: diskurzivne premise in proizvodnja razrednih kultur*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Trošt, Nada. 2011. *Gradivo za delavnico zgodovina: Oblačila*. Ljudska univerza Jesenice. Dostopno prek: http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/odrasli/Gradiva_ESS/CVZU/LU_Jesenice/CVZU_22LUJ_Gradivo.pdf (3. junij 2016).

Ule, Mirjana. 2005. *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Uršič, Matjaž. 2003. *Urbani prostori potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2014. Mesto kot producent oblačilna kulture – pomanjkanje modnih prostorov v slovenskih mestih. V *Moda in kultura oblačenja*, ur. Maruša Pušnik in Elena Fajt, 205–223. Maribor: Aristej.

Veblen, Thorsten. 1998. Razkazovalna potrošnja. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 26 (189): 227–240.

Vevar, Štefan. 1998. *Slovenska gledališka pot*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Vam Museum. 2016. *Občinstvo v elizabetinskem gledališču globe*. Dostopno prek: <http://www.vam.ac.uk/content/articles/a/a-history-of-a-night-at-the-theatre/> (4. april 2016).

Vidmar, Ksenija. 2001. *Ženski žanri. Spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.

Vogrinc, Janez. 2008. *Kvalitativno raziskovanje v pedagoškem procesu*. Ljubljana: NUK.

Voir ou revoir. 2016. *Izgon Adama in Eve zaradi sramu pred goloto*. Dostopno prek: <http://www.voir-ou-revoir.com/tag/expositions%20a%20paris/9> (3. junij 2016)

Ytreberg, Espen. 2002. *E. Goffman as a theorist of mass media*. Critical Studies in Media Communication.

Zgodovinarka. 2016. *Grško gledališče*. Dostopno prek: <http://www.zgodovinarka.si/grsko-gledalisce/> (2. februar 2016).

Žagar, Janja. 1994. *Oblačilna kultura delavcev v Ljubljani med prvo in drugo svetovno vojno*. Ljubljana: Založba Mladika.

Williams, Raymond. 1997. *Navadna kultura: izbrani spisi*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Nacionalni posvet Pismenost za gledališče. 2016. Delavnica: *Dediščina gledališča – po sledih Hamleta* 14. april, Ljubljana: Cankarjev dom.

PRILOGE

Vprašanja za zaposlene v različnih kulturnih institucijah, glede na okoliščine sem zastavila tudi kakšno podvprašanje, a se nisem oddaljila od bistva.

1. Se vam zdi potrebna razlika v oblačilih za vsakdan in oblačilih za gledališke uprizoritve?
2. Kaj menite, da izražamo oz. sporočamo z oblačili, ki jih nosimo, ko obiščemo gledališče?
3. Za obisk gledališča smo postali bolj sproščeni glede obleke, kljub temu pa naj bi vsak kulturni dogodek vseboval določen protokol. Kaj pravite na nepredpisane kode oblačenja za obisk gledališke predstave?
4. Bi lahko pritrdili, da obstaja razlika v obleki med obiskovalci popularizirane predstave in uprizoritvijo t.i. visoke umetnosti (med žanrom komedije in žanrom drama/tragedije)?
5. Mislite, da nivo umetnosti vpliva tudi na kulturo oblačenja obiskovalcev?
6. Lahko glede na statistiko vaših obiskovalcev gledališkega abonmaja ocenite delež obiskovalcev z višjo oz. nižjo izobrazbo?

PRILOGA A: Intervju s koordinatorico in organizatorko kulturnih programov v KD Novo Mesto ter pisateljico priročnika Odlike gledališke olike - Sašo Šepec

1. Obisk gledališča je vedno v zgodovini pomenil poseben dogodek in tako naj bi bilo tudi danes. To, kar nam ponudi in omogoči gledališče, nam, na primer, ne ponudi nakupovalni center ali športna dvorana. Človek naj bi se na obisk gledališča pripravil. Dobro si je vzeti čas za predpripravo, notranjo umiritev ..., pa tudi za izbor ustreznih oblačil. Ni nujno, da se obleka za vsak dan razlikuje od obleke, ki je primerna za obisk gledališča. Odvisno, kakšna oblačila človek izbira za vsak dan. Mnogokrat je oblačilo, ki ga nosimo v pisarni, primerno tudi za ogled prireditve. Se pa zalomi, če med naša vsakodnevna štejemo športna oblačila, ki sicer sodijo v prosti čas. Ta po mojem mnenju v gledališko dvorano ne sodijo. Nikoli, v nobenem primeru.
2. Vedno z izbiro oblačil največ povemo o sebi, najbolj izrazimo odnos do sebe, seveda pa tudi odnos do drugih ljudi, do umetnosti, do sveta. Obleka je komunikacija s svetom, je odraz nas, ki jo izberemo in nosimo. Osnovni pojem, ki ga lahko izpostavimo, je vprašanje spoštovanja – samospoštovanja in spoštovanja drugih. Dejstvo pa je, da tega ne izražamo le z obleko, ta je le ena od komponent. Spoštovanje izražamo s celotnim videzom, vonjavami, ki jih oddajamo, predvsem pa z držo, kretnjami, obnašanjem. Lahko bi rekli, da se z vsemi temi znaki izraža človeško dostojanstvo in prav zares bi bilo pretirano ozko, če bi ga omejili le na izbiro obleke. Človek je skupek vsega – kar misli, kako se obleče, obuje, pogovarja, obnaša ...
3. Razlikovati moramo med dogodki, ki zahtevajo poseben protokol oz. kode oblačenja – to velja predvsem na državnih in ostalih pomembnih družabnih dogodkih, včasih tudi na premierah. V takšnih primerih je protokol potrebno spoštovati, pogosto se brez upoštevanja sploh ne moremo udeležiti prireditve. V večini primerov pa kodeks oblačenja ni formalno definiran in človek izbira glede na svoje prepričanje in odnos do tega vprašanja, pogosto tudi glede na počutje tistega dne. V bolj sproščenih oblačilih ne vidim prav nobene težave, prej nadgradnjo in dodano vrednost. Obleka je odraz nas samih. Danes ni več tako, kot je veljalo pred stoletjem, ko so bila za obisk gledališča predpisana točno določena oblačila (npr. frak, rokavice, metuljček ...). Na zadevo moramo gledati tudi v kontekstu časa: včasih je bil obisk gledališča privilegij bogatih slojev ljudi, ki so tisti večer izkoristili tudi za druženje in razkazovanje svojih oblačil. Danes je drugače, ostaja pa nenapisan dogovor, da se oblečemo ustrezno, da z obleko ne podcenjujemo dogodka in ljudi, da ne zmotimo z vonjavami in tudi ne z obnašanjem. Na premiernih dogodkih se večkrat srečamo z večernimi toaletami, ker pa te za takšen dogodek niso predpisane, ni prav nič narobe, če izberemo manj svečano, a še

vedno takšno oblačilo, s katerim sporočamo svoj spoštljiv odnos do umetnosti in ustvarjalcev. Včasih, ko se dotikamo vprašanj ustreznosti izbire obleke za obisk gledališča, se mi zdi primerno vprašati se, kako bi se nam zdelo, če bi na nogometno tekmo prišla dama v večerni toaleti ali na pogreb nekdo, ki bi bil ogrnjen v kopalni plašč. Vem, da sem opisala dve zelo ekstremni situaciji, ki sta na meji verjetnega, sta pa zelo ilustrativni.

4. Najprej bi želela izpostaviti razliko med tem, kaj ljudje v teatru iščemo. Vsekakor vsi in vedno ugodje. Gre pa za vprašanje, kaj nam zagotavlja ugodje. Nekateri ga doživijo že in samo ob tem, da se sprostijo, smejiijo in zabavajo, drugi občutek ugodja doživijo, ko jim ogled predstave ponuja intelektualni napor, samoizpraševanja, vrednotenja, iskanje odgovorov ... Iz navedenega lahko zaključimo, da gre v prvem primeru zgolj za zabavo, v drugem pa za umetnost. Zabava sploh ni nujno, da se dogaja v gledaliških prostorih, pogosto se zgodi v nakupovalnih centrih, telovadnicah, priložnostnih prostorih, na prostem Tam so pravila oblačenja mnogo bolj ohlapna. Če pa govorimo o umetnosti, gledališkem okolju, pravila oblačenja obstajajo – so pa manj stroga, kot so bila včasih, manj definirana, dopuščene je več svobode in polje primerne se je iz oblačila raztegnilo na celotni videz, obnašanje, vonjave, slog ...

5. Da, temu lahko pritrdim. Predstave, ki zahtevajo večji miselni napor, takšne, pri katerih občutja ugodja ne dosežemo že s tem, ko dobimo smejalne gubice, ampak šele takrat, ko razgibamo tudi miselne celice, skoraj praviloma obiskujejo ljudje, ki v umetnosti iščejo najvišje. Takšni ljudje skoraj praviloma v dvorani ne bodo odprli vrečke bonbonov ali čipsa in se bodo vljudno umaknili s prostora, če bodo začeli neustavljivo kašljati. Tudi to je namreč gledališki bonton, ta se ne konča pri izbiri ustrezne obleke.

6. Naši obiskovalci anketnih vprašalnikov, ki bi vključevali tudi vprašanje o stopnji izobrazbe, v Kulturnem centru Janeza Trdine že nekaj let niso izpolnjevali, tako da vam na to vprašanje ne morem dati eksaktnega odgovora. Glede na rezultate izpred mnogih let in glede na občutek, pa si upam trditi, da ima večina naših obiskovalcev vsaj srednješolsko izobrazbo, mnogi tudi višješolsko oz. univerzitetno.

PRILOGA B: Intervju z dramaturginjo PG Kranj - Marinko Poštrak

1. Če me sprašujete kot umetniškega vodjo, bi rekla ja, če me sprašujete kot obiskovalko gledališča bi rekla, ne. V gledališče se ne hodim kazat ali razkazovat, ampak me zanima

izključno predstava in to pričakujem tudi od publike. Pri nas tudi ni meščanske tradicije in ljudje prihajajo v gledališče bolj ali manj oblečeni kot običajno ali kot da grejo k maši. Skratka, če povzamem: nisem za snobizem in šopirjenje, prav tako pa tudi nisem za omalovaževanje obiska gledališča. Na premierah pa se tako ali tako vsi oblečejo bolj slavnostno. Konec koncev je hvalevredno že to, da ljudje kljub veliki finančni stiski dajo denar za abonmaje in vstopnice. Zakaj bi ga zapravljali še za obleke?

2. Z oblačili predvsem izražamo svoj okus. Seveda je lepo, če imajo ljudje okus in so lepo oblečeni. Ampak važno je in bistveno, da ljudje pridejo pogledat predstave ne glede na to ali so v fraku ali v kavbojkah.

3. T. i. »protokol« mora biti predvsem v vsesplošni izobraženosti in v odprtih glavah ... potem postaneta olika in omika del teatra tudi brez »protokola«. Velikokrat pa prihajajo v naše gledališke »hrame« zvezdniki rumenega tiska, ki se načičkajo in našemijo samo zato, da bodo objavljeni v družabnih rubrikah.

4. Verjetno obstaja razlika. Med obiskovalci komercialnih/populariziranih predstav najdemo zmeraj več kvazi »zvezdnikov«, turbo in pop pevcev, raznih voditeljev TV kuharskih oddaj, Big Brother-ja in ostalih poneumljajočih šovov ter njihovih akterjev...torej glavnih akterjev rumenega tiska, ki se prihajajo na dogodke kazat! Ker jih mediji povzdigujejo, se ti tudi temu primerno oblačijo, veliko bolj šopirijo kot intelektualna, zmeraj bolj v ozadje potisnjena in zmarginalizirana publika, ki ji mediji ne posvečajo pozornosti. Seveda pa včasih zaide na kakšen bolj resen dogodek tudi kakšen turbo zvezdnik, ki si s tem samo nabira medijske točke pozornosti.

5. Nivo umetnosti bi seveda moral vplivati tudi na nivo oblačenja. Bolj kot je publika intelektualna in razgledana, bolj sproščen in manj izumetničen je njen stil oblačenja. Bolj kot je primitivna, bolj poskuša z ekscentričnostjo pritegniti pozornost. Večinoma pa so obiskovalci gledališča preprosti ljudje, ki si odtrgajo od ust za vstopnice, srednji sloj intelektualcev in umetnikov, ki ima prav tako komaj za preživetje ali pa že omenjeni takšni ali drugačni zvezdniki, ki z umetnostjo nimajo kaj dosti.

PRILOGA C: Intervju z urednico publikacij in kreativnega pisanja v CD - Damjano Kenda

1. Prav bi že bilo, da se za gledališče oblečemo drugače kot za delo na vrtu ali za službo. Pravzaprav gremo v gledališče zato, da sem in tja "pobegnemo" vsakdanu.

2. Večina ljudi verjetno izraža neka prepričanja in navade – privzgojena ali samovoljna. Nekateri pač, da jim je vseeno, kje so in kako oblečeni, drugi pa pač s slovesnejšo opravo iz obiska gledališča naredijo praznični dogodek. Vseeno pa se mi zdi, da s skromno, a čisto in urejeno obleko ni nič narobe. Nekateri na obleko ne dajo veliko in jim je pomembnejša duhovna hrana. Pomembno je tudi to, da naša oblačila niso moteča. Denimo, da snamemo klobuk in ne zastiramo z njim pogleda na oder tistim za seboj. Ne boste verjeli, sem že sedela za ljudmi s klobuki na glavi. Na nekem koncertnem listu tuje kulturne hiše sem nekoč zasledila, da je »prepovedano nositi šumeča oblačila, žvenketajoč nakit in ure, ki oddajajo zvoke.
3. Najprej bi morali poskrbeti, da bi v modo spet prišel bonton. S tem mislim vljudnost, uglajenost, obzirnost, prijaznost itd. in ne samo poznavanje pravil lepega vedenja v smislu, katere vilice uporabiti za predjed. V javnosti vidimo toliko grdega vedenja in slišimo toliko neprimerne komunikacije, da je to zdaj trend medsebojnih odnosov na vseh ravneh. Vse je dopustno. Kodeks oblačenja na prireditvah je najmanjši problem. V tako »sproščenih« časih bi bil odziv na predpise glede oblačil na prireditvah po vsej verjetnosti zelo buren. V Cankarjevem domu so poslovna ali večerna oblačila včasih predpisana le za dogodke ob raznih kongresnih prireditvah (kongresih, simpozijih, poslovnih večerjeh ipd.)
4. Mislim, da glede na žanr gledališke predstave razlik ni, razlike pa med premierami, ponovitvami in uprizoritvami za šolske skupine. Morda je razlika tudi glede na prizorišče. Na poletnih gledaliških prireditvah v Križankah, denimo, vidite ljudi tudi v kratkih hlačah in japonkah.
5. Verjetno je neka korelacija, vendar, kot že rečeno, nekateri ljudje na predstave hodijo zaradi umetnosti in jim obleka ne pomeni veliko, za drage večerne obleke pa mnogi tudi nimajo denarja.

PRILOGA Č: Intervju z dramaturginjo SNG Nova Gorica - Terezo Gregorič

“Jaz osebno moram priznati, da ne dajem velike pažnje na to kako se oblečem. Nekaj pa že.”
(Tereza Gregorič)

1. Če mislite na kostum, potem je razlika, seveda pa je to odvisno od koncepta/ zvrsti/ estetike gledališke predstave.
2. Izražanje z oblačili je odvisno od posameznika in njegovega stila.

3. Gledališče gotovo ohranja nek "nivo" oblačenja. Posebej premiere, kjer so obiskovalci večinoma oblečeni bolj "praznično". To ne pomeni večerne obleke v klasičnem smislu (tole se je bolj ohranilo v operi in koncertih klasične glasbe).
4. Mislim, da razlika v oblačilih glede na žanr gotovo obstaja.
5. Hm. jaz mislim, da na to vpliva institucija.

PRILOGA D: Intervju z vodjo programov gledaliških in plesnih koprodukcij v CD - Stašo

Mihelčič

1. Rekla bi, da ne. Morda so kdaj izjeme: na primer, ko so premiere ali drugi 'izstopajoči' dogodki oziroma priložnosti. Pa še takrat posebej svečana oblačila niso ne nujna ne pomembna. Bolj je to priložnost za tiste, ki bi si tudi s tem poudarkom naredili dogodek še bolj slovesen. Menim, da lahko pride v gledališče vsakdo, le da je urejen: to pomeni npr. ne ravno v čevljih za v hribe, ne ravno z blatom na njih, ne ravno v ribiških hlačah. Na vsak način se mi zdi odlično, če študent prisopiha na predstavo kar 'direkt' iz predavanja, uradnik 'direkt' iz sestanka. V toaleti se lahko počee, dama morda našminka ... A to je moje stališče, ki jemljem gledališče kot ljubezen, a tudi kot službo. In ni mi všeč, da pogostoma režiserji prihajajo na oder po nagrade v ribiških hlačah, z mastnimi lasmi. A to je, kot kaže, njihova 'pravica'.
2. Z oblačili se v gledališču izražamo toliko, kot kjerkoli drugje. Simpatično mi je oboje – da se nekdo posebej pripravi in nališpa, a tudi, da nekdo brez posebne priprave priteče iz nekega drugega sveta, npr. po matematičnem testu na srednji šoli, v popolnoma drug svet – svet neke druge resnice, domišljije.
3. Bolj so pomembne 'kode' obnašanja. Pozornost na prireditvi. Da ostanemo do konca, pa četudi nam ni najbolj všeč. Da ne žvečimo čigumija. Razpasla se je 'kultura' pitja vode iz flašk kar sredi gledališke predstave – to se mi zdi grooozno. Da o telefonih sploh ne govorim.
4. Razlike gotovo so. Saj je tudi občinstvo različno. A ne med komedijo in tragedijo; pač pa med komercialnimi predstavami in tistimi, ki to niso.
5. To vpliva toliko, kolikor gre že v osnovi za dve različni občinstvi. Nekdo, ki so mu popularne vsebine blizu, bolj pomotoma (ali slučajno) zaide na drugačno prireditev – in obratno.
6. Te statistike nimamo, sklepam pa, da jih je vsaj polovica z visoko izobrazbo.

PRILOGA E: Intervju s kustosinjo SLOGI - Tejo Rogelj

1. Menim, da svoje oblačenje pač prilagodimo okoliščinam, v katerih se nahajamo: v naravo gremo oblečeni bolj udobno in športno, za pomembne sestanke si izberemo bolj "uradna" oblačila in za svečane priložnosti izberemo bolj izbrana oblačila ali večerno toaleto. V gledališču velja za svečani dogodek zlasti premiera, ta dogodek ima običajno tudi največjo medijsko pozornost, razen tega premieri sledi tudi družabni dogodek, zakuska, skupno druženje. Ustvarjalci predstave se takrat običajno uredijo svečano, saj vedo, da bodo morda dali novinarjem kakšno izjavo ali pa se znašli na fotografijah. Tudi gledalci se za premiere običajno bolj uredimo kakor sicer. Nekatera gledališča imajo v svojih statutih celo zapisano, da je premiera najpomembnejši dogodek v gledališču in naj torej pridejo zaposleni nanjo primerno oblečeni. Včasih so se gledalci tudi za ponovitve predstav oblekli bolj svečano in nekateri to še zmeraj počno, sama pa v gledališče zahajam tako pogosto (in se tja namenim direktno iz službe), da nanje običajno pridem kar v »navadnem«, vsakodnevnem oblačilu.
2. Izražamo svoj slog življenja in razumevanje, za kako pomembno ali svečano priložnost gre. Kot rečeno, premiera je za vsako gledališče najpomembnejši dogodek, za katerega se zaposleni v gledališču povečini svečano oblečejo. Verjetno to vpliva tudi na gledalce ... predvidevam, da se ob ženskah v svečanih toaletah večina ljudi ne bi dobro počutila v trenirki.
3. Mislim, da prispevamo k svečanosti posameznega dogodka tudi z izbranimi oblačili ... s tem mislim predvsem na premiere in gledališke festivale. Seveda pa je najpomembneje, da se gledalec dobro počuti. Živimo v dobi individualizma ... po mojem mnenju lahko vsak počne, kar mu najbolj odgovarja, le da ne posega v pravice drugega. In glede protokola – mislim, da ga dirigirajo predvsem zaposleni v gledališču – če oni samo dogodku dajo pomembnost, tudi v oblačenju, mu ga bo dala tudi publika.
4. Tega si ne upam z gotovostjo trditi. Še enkrat ponavljam, gre bolj za razliko med premiero in ponovitvami oz. med običajnimi predstavami in festivali; razliko je seveda zaznati tudi med uprizoritvami ob posebnih priložnostih: predstave na 8. marec, silvestrske predstave ipd. Sem pa zlasti v mariborskem gledališču opazila bistveno razliko v oblačenju med operno in dramsko publiko – na premierah oper lahko vidiš bistveno več toalet, zanimivo je, da se ljubitelji oper tudi na ponovitvah pogosto odločijo za svečana oblačila. Poseben primer so festivali, zlasti ob odprtju in zaključku. Kot primer lahko navedem Festival Borštnikov srečanje, ki vsak oktober poteka v Mariboru: zlasti na odprtju (za katerega razdelijo tudi veliko vstopnic sponzorskim podjetjem in politikom; seveda uvodnim govorom in predstavi sledi razkošna

zakuska) so ljudje še posebej svečano oblečeni, pravzaprav gre včasih za pravo modno revijo ... Ob tem je treba povedati, da so prav gledalci na odprtju festivala najmanj tipična gledališka publika ... številni med njimi zaidejo v gledališče samo ob tej priložnosti in tja pridejo, predvidevam, bolj zaradi pomembnosti družabnega dogodka kakor zaradi predstave same. Sicer pa na oblačilne navade gledalcev vpliva tudi sam koncept oz. pristop gledališča: Tomaž Pandur, ki je nekaj let vodil mariborsko Dramo, je uvedel dokaj zvezdniški princip gledališča: razkošne zakuske, vidne osebnosti iz političnega, kulturnega in estradnega življenja, glamour, igralko v drznih toaletah, limuzine, ki so na Borštnikovo srečanje pripeljale nagrajene igralce ... temu je sledila tudi publika – v tem obdobju je v mariborskem gledališču mrgolelo dam v večernih oblačilih uveljavljenih oblikovalcev. Ko pa je Pandurjevo obdobje minilo, je minilo tudi obdobje razkošnih toalet.

5. Menim, da na kulturo oblačenja obiskovalcev vpliva predvsem dober P.R. gledališča oz. medijska pozornost, ki jo posamezen dogodek dobi. In seveda sam koncept gledališča: lutkovno gledališče je namenjeno otrokom in zato ne predvideva posebnega glamourja, Slovensko mladinsko gledališče, na primer, ima mlajšo in bolj sproščeno publiko, ki na predstave, tudi na premiere, pride oblečena dokaj običajno. Enako velja za neinstitucionalna gledališča, npr. Gledališče Glej, Bunker (Stara elektrarna) itd. Drugače je z gledališči v manjših krajih, zlasti tam, kjer se odvija manj kulturnega življenja oz. imajo prebivalci manj priložnosti za družabna srečanja – običajno se za premiere izbrano uredijo.

6. Po izkušnjah bi rekla, da so obiskovalci gledališča povečini višje izobraženi, pri tem pa igrajo vlogo žanri oz. »komunikativnost«, komercialna usmerjenost uprizoritev. Eksperimentalne uprizoritve, klasika in resnejši žanr pogosteje pritegne bolj izobražene gledalce, medtem ko si komedije pogosto ogledajo tudi »preprosti« ljudje, ki sicer niso redni obiskovalci gledališča.

PRILOGA F: Intervju z vodjo marketinga in odnosi z javnostmi v SMG - Heleno Grahek

1. Moje osebno mnenje je zelo naklonjeno spremembi oblačila, ko gremo v gledališče. Ker zame gledališče predstavlja posvečen prostor, se rada tako tudi počutim. In pravo/izbrano oblačilo mi daje ta posebni in posvečeni občutek.

2. Z izbiro oblačila za obisk gledališča izražamo svoj odnos do njega in kulturo bivanja, ki jo osebno živimo. Ravni pa so seveda različne.
3. Ker pa je naše gledališče zelo odprto, družbeno angažirano, politično ..., se ne meni za stile, zato so pri nas sprejeti čisto vsi. Od dolgih večernih oblek, ki jih v našem gledališču skoraj ne vidimo (razen na kakšni premieri), do »pankovsko-darkerskega« videza. Vsi premišljeni slogi so pri nas, v Mladinskem, dobrodošli.
4. Mogoče. Da. K nam bolj ali manj zahaja občinstvo, ki ima izbran okus, ki hoče in si želi več, ki je družbenokritično in tako ali drugače angažirano, ki ima rado neklasične predstave in od gledališča zahteva nekaj več ... Naši gledalci vsekakor izražajo svoj odnos tudi z izbiro oblačila. So individualisti, minimalist, imajo svoj slog ...
5. Mogoče ne nivo umetnosti, bolj kot nivo komuniciranja, nivo družbe. Živimo v obdobju spreminjanja vzorcev, ko stari ne delujejo več, novi pa se šele vzpostavljajo. Razburljivo, a izjemno naporno obdobje. Družbeni, finančno-gospodarski, kulturni ustroj se ruši in rušimo se ljudje. Pod bremenom zahtev, ki nam jih postavlja družba v širšem kontekstu in družina v ožjem, ne vidimo več smisla svojega obstoja. Tako včasih tudi ne vidimo smisla v preoblačenju za kulturni dogodek. A konec koncev je to odnos, kako si bil vzgajan, kakšen odnos imaš do teh stvari.
6. Naši abonenti so v povprečju stari med 35 in 60 let. Stopnja izobrazbe je visoka ali višja.

PRILOGA G: Intervju z nekdanjim direktorjem KD Franca Bernika Domžale - Milanom Mariničem

1. To je stvar posameznika. Človek se sam odloči kaj mu pomeni gledališče, in skladno s tem je tudi njegov odnos, ki ga izraža z obleko. To pomeni, če je človek oseba, ki mu gledališče ne predstavlja nekega posebnega izziva, če se dogodka udeleži zato ker se "mora" potem mu tudi sistem oblačenja ne predstavlja izziva, bo to vzel za običajnost. Jaz menim, da je to potrebno, ker je navsezadnje kulturni dogodek nekaj kar človek želi, ugodje, pozitivno razpoloženje ... vse to se odraža tudi v odnosu posameznika do oblačenja.
2. Obleka naredi človeka, kar pomeni človek s svojo zunanostjo, obleko, gestikuliranjem, pozdravljanjem izraža svoj odnos do samega dogodka, do gledališča. Izražamo svoj odnos do stvari. Če sem jaz opazovalec nekoga in želim ugotoviti kaj on sporoča s svojim oblačenjem, ne

morem natančno ugotoviti tisti trenutek ali izžareva pozitiven ali negativen odnos, ker tega individuma ne poznam.

3. Mislim, da današnji čas ni sklon pripisovanju nečesa, v vsakem predpisu bi lahko znali ali želeli kaj izigrati. Nekateri bi lahko pretiravali s kodi tam kjer ni potrebno, v drugih primerih pa bi lahko nekatere ta način tudi omejil. Jaz tudi na koncertu klasične glasbe sprejem obiskovalca v kavbojkah in supergah, saj sem ga dolžan sprejeti, drugo pa je kaj si sam mislim o tej zadevi. Nisem za predpisovanje kod, res pa je, da bi bilo dobro če bi znali in zmogli ustvariti v ljudeh zavest, ki bi pravzaprav na nek način človeka samega pripeljal do tega, da je z obiskom gledališča povabljen v družčino ljudi s katerimi bo preživel večer. Ni zgolj individum sam za sebe, ampak je gost gledališča in navsezadnje gost tudi tistega, ki sedi levo/desno od njega. Tu kaže svoje spoštovanje s tem ali je pred predstavo jedel česen, se "ogabno" neparfumiral ali pa preprosto zgledno, ubral sredinsko varianto pri kateri se gosta na sedežu predstavita, se seznanila, izmenjata kakšno besedo in v tem trenutku sta obiskovalca drug drugemu...iz tega vidika je to oblika spoštovanja. Ob tem naj povem, da je obisk gledališča individualni ogled, je individualen dogodek in ne skupinski ogled. Sem proti pravilom, da so zapisana. Če so pravila hitrosti napisana, ne pomeni, da vozim 130 zato ker moram, ampak zato ker je to sprejemljivo.

4. Če pogledamo dva ekstremna gledališka dogodka, npr. Hamlet v Ljubljanski Drami in Charleyeva teta na Studencu, verjetno lahko vidimo razliko, ni pa nujno. Težko je delati zaključek iz tega, ker je ta lahko nevaren. Vsak kulturni dogodek je javni dogodek in je javno odprt za vsakogar. Mene moti že ločevanje med visoko/nizko kulturo, med profesionalno/amatersko, čeprav ko se lotevamo take zadeve, kot se vi lotevate, nenazadnje žal pridemo do tega, da do teh razlik prihaja. Pri obiskovalcih ne boste videli razlike če grejo gledati Charleyevo tetko ali Hamleta, obiskovalci bodo pa isti ker bodo prišli na kulturni dogodek zaradi kulturnega dogodka. V Ljubljani pa bodo prišli kulturni dogodek pogledat druga struktura publike, ker je dovolj kritične mase za ene in za druge. Na podeželju bodo prišli na ogled vsi, ker je to družabni dogodek tistega okolja in bo ista masa ljudi prišla na eno ali na drugo prireditev. V mestu pa se kritična masa loči. Ne glede na to ali je to komedija ali drama, pomembno je, da obleka izraža odnos človeka do kulture, dogodka, umetnosti. Če ločujemo in hočemo ustvariti mnenje, da je komedija stvar nižjega sloja in drama višjega sloja v tem

primeru umetno ustvarjamo oz. želimo ustvariti, da je en žanr namenjen enmu sloju, drug pa drugemu, kar ni res. In to se dogaja.

5. Ne. Kultura ne vpliva na nivo oblačenja, posameznik vpliva na nivo oblačenja, s svojim odnosom do stvari. Tu je razlika. Gre za kulturni nivo posameznika, kadar je gledališče predmet posameznikovega obiska zaradi nuje, »kvazi« obveznosti, npr. funkcije, kazanje v javnosti, kadar pride zaradi drugih stvari je to skvarjen odnos do umetnosti, do svoje kulture. Pomembno je tudi kakšno blagovno znamko si je ustvarila določena inštitucija, tudi to vpliva na strukturo obiskovalcev, katere ljudi želimo privabiti. Nismo še ustvarili nivoja po katerem bi bil vsem dostopen nivo razmišljanja zakaj jaz hodim v teater. Včasih je bilo samo po sebi umevno, da si se drugače oblekel.

6. Delež gledaliških abonementov ima višjo izobrazbo, saj smo v letu 2013/2014 opravili anketni vprašalnik med obiskovalci in prišli do teh zaključkov.

PRILOGA H: Intervju s strokovnjakinjo za kulturo oblačenja - Leo Pisani

1. Nedvomno, vsaka socializirana oseba, vsak kultiviran človeka to zazna, z obleko pokažemo spoštovanje do dogodka, do sebe, do gostitelja. To je zaznaval že primitiven človek, ko se je barval z različnim barvami za različna praznovanja in se ob tem tudi drugače počutil.

2. Z obleko pokažemo drug odnos. Če nase nadenemo obleko, ki ni naša vsakdanja s tem vzpostavimo drugo komunikacijo, drugače se počutimo.

3. Slovenski prostor je drugačen, to opažam predvsem ob predstavitvah knjig v Sloveniji in Trstu. Kultura oblačenja v Sloveniji zaostaja, mislim, da je to posledica prejšnjega sistema. Ne znamo se oblačiti, ni pomembno koliko denarja imamo v žepu, temveč predvsem trud in želja. Za gledališče se oblačimo manj slovesno, ker nimamo želje in volje po drugačnem.

4. Ja. A to ne velja za vse, človek, ki razume umetnost bo tudi več dal na kulturo oblačenja, ker bo s tem želel izkazati spoštovanje do predstave in sam do sebe, to pa ne pomeni, da se tisti, ki ne razume umetnosti, ne more obleči drugače, bolj slovesno, lahko se obleče primerno tudi tisti ki ne razume. Slovenci ne želimo slediti novim trendom, ker je to preveč izstopajoče, zato krivim komunizem, ki je potlačil ambicije, prestiž, ogled, kulturo, tisto po čemer se človek razlikuje od živali, če se lahko tako izrazim. V današnjem času, ko je »kriza« so ljudje z nizko kulturo postali še bolj »korajžni«. Italijani pridejo na predstavitev knjige in izkažejo

spoštovanje do avtorja, ko želijo podpis. Slovenci pridejo zaradi pogostitve (vsaj kdaj tako deluje) in ne kupujejo knjig, kar pričakujejo da bodo dobili v dar ker so bili povabljeni.

PRILOGA I: Intervjuji z naključnimi obiskovalci Kulturnega doma Franca Bernika Domžale

Vprašanja:

1. Kolikokrat na leto/mesec obiščete gledališče? Obiskujete tudi druge kulturne dogodke?
2. Se oblečete za obisk gledališča drugače kot za vsakodnevne dogodke?
3. Kaj menite, da izražamo oz. sporočamo okolici z oblačili, ki jih oblečemo za obisk gledališča?
4. Lahko navedete naslov zadnje predstave, ki vam je bila zelo všeč?
5. Mi lahko prosim, zaupate svojo stopnjo izobrazbe in mesečni neto dohodek?
6. Bi mi lahko zaupali še izobrazbo vaših staršev oz. skrbnikov?

Odgovori:

Moški - 28 let

1. Gledališke predstave ne obiskujem redno, mogoče eno do dve na leto. Velikokrat se udeležim koncertov ali kakšnih uličnih predstav in festivalov.
2. Za obisk gledališče se oblečem enako kot za službo in drugače kot sem oblečen doma ali ko grem na druženje s prijatelji.
3. Okolici s svojo obleko pokažem, da se bom udeležil dogodka kjer je potreben t.i. »dresscode«.
4. Zadnja predstava, ki sem si jo ogledal je bila »Jugoslavija moja dežela« (drama).
5. Zaključil sem srednjo šolo, kar pomeni 5. stopnja izobrazbe in imam do 1200€ mesečnega neto prihodka.
6. Starši imajo prav tako kot jaz - 5. stopnjo.

Moški – 43 let

1. Gledališče obiskujem 1x mesečno, imam namreč abonma v Kulturnem domu Franca Bernika Domžale. Oddih imam le med poletjem, vendar tudi takrat obiščem poletno gledališče Studenec. Redno obiskujem raznorazne dogodke v kulturi.

2. Ko grem v gledališče si nadenem obleko, sicer ne nosim kravate a mislim, da je sama obleka dovolj formalna, da okolici izkažem spoštovanje.
3. Predvsem izkaz spoštovanja celotni organizaciji, ne le igralcem pa tudi udobno počutje.
4. Zadnja predstava je bila »Mali priročnik biznisa« (monokomedija).
5. Dokončano imam višješolsko izobrazbo, prihodka pa ne želim zaupati.
6. Mama ima doktorat, oče ima končano višjo šolo.

Moški – 63 let

1. Gledališke predstave obiskujem, kadar tako ukaže žena, približno 2x letno, enako velja z ostalimi kulturnimi dogodki. Velikokrat se udeleživa potopisnih predavanj v knjižnici.
2. Seveda, za predstavo se oblečem drugače, kot pa če grem na tržnico.
3. Z obleko izkazujem svoje manire.
4. Zadnjo predstavo, ki sva si jo ogledala je bila predstava Svetlane Makarovič, ne spomnim se imena, nekaj ljubice? (drama »Mrtvec pride po ljubico«).
5. Končano imam strojno šolo, pokojnino pa majhno.
6. Oče bil profesor, imel je končano višjo šolo, mama prav tako.

Moški – 35 let

1. Gledališče obiščem 2x letno. Redno pa obiskujem ostale kulturne dogodke, koncerte, festivale, galerije,...
2. Ne, oblečen sem vsakodnevno .
3. Sporočam svoj odnos do gledališča in do kulture nasploh.
4. Zadnjo predstavo sem gledal v MGLju in sicer dramo Veliki Gatsby, ki mi je bila zelo všeč le malce predolga.
5. Končano imam srednjo šolo in do 900 eur prihodka.
6. Starši imajo končano srednjo šolo.

Moški – 53 let

1. Gledališče obiskujem skoraj mesečno, odvisno če si želim ogledati predstavo, ki me zanima. Redno obiskujem tudi ostale kulturne dogodke, od odprtja galerij pa filozofskih predavanj v knjižnici..
1. Seveda, za kulturne dogodke se vedno oblečem bolj svečano, enako kot za koncertne dogodke.

2. Sem bolj tradicionalen tip človeka, zato se še vedno oblačim po določenem protokolu kot je včasih veljal. Verjamem, da z obleko pripomoremo k sami svečanosti dogodka.
3. Zadnja predstava je bila v Cankarjevem domu, »Brez solz za pedre« (drama, kriminalka).
4. Ne želim zaupati teh podatkov.
5. Žal vam teh podatkov ne bom izdal.

Ženska - 30 let

2. Gledališke predstave obiskujem približno 4x na leto, to je skoraj edini kulturni dogodek katerega obiščem, mesečno pa obiskujem lutkovne predstave za otroke.
3. Da, za obisk gledališče se oblečem drugače.
4. Mislim, da z obleko izražam svoje spoštovanje do nastopajočih in tudi do drugih.
5. Zadnjo predstavo sem si ogledala v Špas teateru in sicer Slovenska literatura (komedija).
6. Dokončala sem univerzitetni program in imam do 1200.
7. Starši imajo končano 5. in 6. Stopnjo.

Ženska - 31 let

1. Gledališče obiščem mogoče 1x na leto. Ne udeležujem se veliko na kulturnih dogodkih, velikokrat pa obiščem kino.
2. Da.
3. Z drugačnimi oblačili pokažem, da grem na dogodek, ki se razlikuje od vsakodnevnih dogodkov.
4. Trenutno se ne spomnim nobene predstave, ki mi je bila všeč.
5. Zaključila sem višješolski program in imam do 1200 eur prihodka.
6. Hmm, če se ne motim imata oba narejeno visoko šolo.

Ženska – 38 let

1. Recimo, da gledališče obiščem enkrat na dva meseca. Enako je s kulturnimi dogodki, v poletnem času se tedensko odvijajo različne kulturne ponudbe, kar mi je izredno všeč, saj se takrat lahko skoraj vsega udeležim (če mi je všeč, seveda).
2. Oblečem oblačila, katera nosim ob posebnih priložnostih, gledališče, rojstnodnevne pogostitve, različne zabave.
3. Osebnost, urejenost in spoštovanje.

4. Komedia Divjak.
5. 5. stopnja, do 1200 eur
6. Oče ima le končano osnovno šolo, mama pa višjo šolo.

Ženska – 57 let

1. Gledališče obiščem približno petkrat letno, odvisno od predstave. Prav tako tudi drugih kulturnih dogodkov, najbolj so mi všeč odprtja razstav v galeriji ali muzeju, če je kakšen zanimiv avtor.
2. Za gledališko predstavo oblečem enaka oblačila kot za službo, saj se ta razlikujejo od vsakdanjih, ne nosim istih hlač in srajc, ko npr. delam na vrtu.
3. Obleka naredi človeka pravijo, s tem vzpostavim spoštljiv odnos.
4. Muzikal Veronika Desniška.
5. 5. stopnja, do 1000 eur.
6. Oba imata visoke šole.

Ženska – 43 let

1. Gledališče obiščem enkrat mesečno.
2. Na oblačila ne gledam na tak način, oblečem se tako, kot se tisti dan počutim. Barvito če se počutim živahno ali pa dam nase bolj temne tone, s čimer pokažem, da sem bolj zadržana.
3. Ne vem odgovora na to vprašanje, mislim, da je pomembnejši bonton v gledališču – da pridem na predstavo pravočasno, odložim garderobo, ne klepetam s sosedi, ne gledam na telefon, itd.
4. Rokova Modrina (drama).
5. Ne želim zaupati teh podatkov glede izobrazbe oz. dohodka.
6. Tako kot prej nisem želela zaupati teh podatkov, jih tudi glede staršev ne bom.

PRILOGA J: Zapiski opazovanja z udeležbo

Moški starejši od 40 let so bili večinoma oblečeni v obleki (60%). Obleka vsebuje hlače izdelane iz enake tkanine kot suknjič, da pa je videz bolj neformalen je 90% moških oblečenih v obleko opustilo kravato ali metuljček. Pod suknjičem je bila srajca, navadno s klasičnim ovratnikom.

Skoraj vsi mlajši moški od 40 let so bili oblečeni v temnih kavbojkah ali temnih hlačah, zgornji del je bil sestavljen iz polo majice in puloverja, nekateri so imeli oblečeni bombažni telovnik. Telovnik je bil nekoč obvezen del moške obleke, danes pa daje podobi eleganco. Pri nekaj deset mlajših moških sem opazila trend naramnic. Oblečeni so bili v temne hlače in srajco skozi katero so bile pripete naramnice. Večina teh je delovala zelo elegantno, kljub temu, da na sebi niso imeli obleke. Kose oblačil so kombinirali tako, da so izkazovali spoštljiv odnos. Starejši gospodje so imeli v večini (90%) črne lakirane čevlje z vezalkami, večina mlajših moških pa bolj športna obuvala. Tisti, ki so imeli športna obuvala so izkazovali »športno eleganten videz«, saj so imeli ob tem eleganten kroj hlač.

Polovica žensk okoli 40. leta je bila v oblekah, obleke so bile spoštljive, saj je dolžina segala do kolen, ramena pa so bila v večini pokrita, nogavice so bile vedno prisotne. Starejše ženske so skozi obleke nosile suknjiče ali jopice, da je celoten videz deloval bolj formalno. Približno 20% žensk je nosilo »koktajl« obleko³ ob tem pa čevlje s peto ali škornje. Obleke niso bile nujno temnih barv, bile so pisane. Vzorec, ki se je ponavljal na vseh gledaliških predstavah, je, da je imela večina dam na sebi nekaj svetlikajočega. Nekatero mlajše dame so imele celo obleko svetlikajočo, medtem ko so imele starejše gospe svetlikajočo majico, jopico ali le nakit. Opazila sem, da se skoraj vse ženske (95%) uredijo predvsem z nakitom in pričesko, menim, da celo bolj kot z obleko. Ogrlica in uhani so bili skorajda obvezen del obleke vsake gospe, starejše in mlajše. Neizogibna je seveda torbica. Pri pričeski se je opazilo, da je večina obiskovalk namenila čas oblikovanju le-te.

V poletnem času ni nihče prišel v natikačih, če že, so imele dame na sebi balerinke. Starejše gospe so bile večino (95%) v dolgih krilih in jopicah, ob tem pa so imele na sebi čevlje, ki so izražali bolj »športen« videz, to verjetno predvsem zaradi udobnosti.

Obiskovalci so bili najbolj elegantno oblečeni na predstavi psihotrilerja Zavednonezavedno, opazila sem, da so bili skoraj vsi obiskovalci na obeh predstavah oblečeni v temna/črna

³ Čas za koktajl obleko je ko pade mrak, primerne so zasebne in poslovne večere, otvoritve razstav, gledališče in opero. Koktajl obleka izvira iz ZDA, ime pa je dobila po alkoholni mešanici pijače. Koktelj večeri in koktejl obleke so bile povezane s prepovedjo prodaje alkoholnih pijač, zato so ljudje na skrivaj tihotapili alkohol v zasebne prostore, kjer so organizirali koktejl zabave. V tistem času je bil razcvet družbe in ženske so se začele zaposlovati. Opustile so neudobna oblačila, krilo se je skrajšalo nad kolena, nekatere so nosile kratke frizure in so kadile. Koktajl obleka je neka škensinonim za prilagodljivost, funkcionalnost, sodobnost in napredka (Pisani 2016, 45).

oblačila, ki najboljše izražajo eleganco. Okoli 20 % starejših moških je imelo na teh predstavah tudi kravato. Najbolj sproščeno vzdušje se je čutilo na komediji OBISKI, to se je v oblačilni praksi najboljše opazilo skozi prevlado pisanih oblačil žensk.

Na gledaliških predstavah nisem niti enkrat opazila metuljčka pri moškem spolu, lahko pa povem, da sem to opazila pri parih moških ob obisku koncerta klasične glasbe. Celotna garderoba vseh obiskovalcev je bolj svečana na koncertih klasične glasbe kot pa na gledaliških predstavah. Zanimivost, ki jo lahko omenim je ta, da ljudje prihajajo malce bolj svečno oblečeni na t.i. premiere, prve predstave v Kulturnem domu Domžale, kot pa na ponovitev četrte. To sicer ni premiera, prva uprizoritev predstave, a je prve uprizoritve v Domžalah. Tako kot včasih obisk gledališke predstave še danes ostaja družaben dogodek. Obiskovalci večinoma prihajajo v paru – moški, ženska (60%) ali pa v večji družbi (60%), veliko je tudi takih, ki na predstave pripeljejo svoje starše (5%) in nekaj takih, ki se predstave udeležijo tudi sami zaradi želje po ogledu (5%). Tisti, ki prihajajo v paru ali z večjo družbo se po predstavi ustavijo še v lokalu in skupaj preletijo vsečnost uprizoritve. Najbolj zanimivo se mi je zdelo ravno ta analiza predstave, kar pomeni, da ljudje kljub udeležitvi v gledališču zaradi socialne vloge, premlevajo samo uprizoritev če jim je všeč ali ne, če so jo razumeli ali ne. Ta vidik se mi zdi izredno pomemben, saj pokaže kako pomembno vlogo ima gledališče na ljudi, kako nas izobražuje, nam zastavlja vprašanja in spodbuja človekovo razmišljanje o sebi in svetu.