

Lidija Vujačić
Filozofski fakultet
Nikšić

KULTURA ODIJEVANJA KAO OBLIK KOMUNIKACIJE – SISTEMI ODJEVNIH „KODOVA“

DRESSING CULTURE AS A FORM OF COMMUNICATION – DRESS „CODE“ SYSTEMS

ABSTRACT: The clothes we wear are our first „business card“ to the external world, which exposes, and simultaneously hides person's interior. Clothes are used to draw attention to ourselves, communicate with others, show (un)acceptance of society's norms, express personal or collective attitude regarding the notion of what is attractive, moral, practical, modern etc. In addition, a person's style of dressing expresses a whole spectrum of other socio-cultural conditions and senses, it emphasizes age, gender, religion, nationality, status, material status of a person, but also emphasizes their attitudes and affinities towards certain cultural, artistic, professional style, and lifestyle in general.

Key words: dressing culture, communication, „types“ of clothes.

APSTRAKT: Odijelo na nama prva je „vizit karta“ za spoljašnji svijet, ono ujedno otkriva, ali i prikriva čovjekovu unutrašnjost. Odjećom se skreće pažnja na sebe, komunicira sa drugima, pokazuje (ne)prihvatanje društvenih normi, izražava lični ili kolektivni stav u vezi sa pitanjem shvatanja dopadljivog, moralnog, praktičnog, modernog i sl. Takođe, načinom odijevanja pojedinac izražava čitavu lepezu i drugih sociokulturnih stanja i osjećanja, podvlači starosnu, polnu, konfesionalnu, nacionalnu, statusnu, materijalnu pripadnost, ali i potencira stavove i afinitete prema određenom kulturnom, umjetničkom, profesionalnom i uopšte životnom stilu.

Ključne riječi: kultura odijevanja, komunikacija, „vrste“ odjeće.

Uzročno-hronološki posmatrano, odjeća je nastala kao posljedica neumitne potrebe da se čovjek zaštiti od spoljašnjih klimatskih uslova. No, vrlo brzo se, pored toga, javio i složeniji ljudski podsticaj za davanje estetskog smisla odjevnim predmetima, iz čega je nastala raznovrsna i bogata simbolika odjeće i ukrasa za lice i tijelo. Kultura odijevanja, stoga, spada u jednu od najvažnijih antropoloških paradigmi, i to ne samo sa teorijskog aspekta već i sa empirijskog, s obzirom na to da je odjeća materijalna univerzalija u ljudskom društvu i nezaobilazna konstanta u svakodnevnom životu. Može se reći i da antropologija odijevanja, iako nije konstituisana kao posebna naučna disciplina, ima dugu istoriju, ili bolje reći, „praistoriju“. Jer od kada je čovjek postao društveno biće, to jest od kada je postao svjestan relacije – *ja i drugi*, odnosno važnosti efekta sopstvene individualnosti u očima drugih, počeo je više ili manje da poklanja pažnju načinu odijevanja. Tako bi nas začetak interesovanja antropologije odijevanja odveo u najdublju starinu, u vrijeme kada su kože, kamenčići i drugi tek

ovlažno obrađeni materijali iz prirode bili jedini zaštitni i ukrasni elementi u prikrivanju i ukrašavanju tijela.

Tokom historije ljudskog roda odjeća i njeni dopunski rekviziti dobijali su različite funkcije: od primarne zaštitne preko estetske, erotske, moralno-religijske, funkcije isticanja statusa ili, pak, prestižne pozicije u društvu, naglašavanja pripadnosti supkulturnoj grupi, kao i kontrakulturi, isticanja životnog stila i opredjeljenja ili ekspresije duhovnog i emotivnog stanja, pa sve do ekonomske dimenzije, koja kulminira u savremenom, izrazito, potrošačkom društvu. Neka od ovih značenja vremenom su se, posebno pod uticajem masovne kulture, mijenjala, gubila ili, pak, dobijala novi smisao kroz stara značenja.

Može se reći da posredstvom odjeće članovi grupe neverbalno komuniciraju, to jest nošenjem odjevnih elemenata (odabranih oblika, boja, materijala, kombinacija) simbolično saopštavaju lične, ali i socijalno prihvaćene i ustaljene stavove o vrijednostima, estetskim kriterijumima i idealima, kao što, između ostalog, izražavaju i potenciraju postojeću društvenu slojevitost i raznolikost. Iako posredno, kroz način odijevanja reprezentuju se i mnoga druga zbivanja u društvu, izdvajaju se vladajući ili dominantni način odijevanja (tzv. masovna ili, aktuelnim rječnikom kazano, ulična tj. javna moda), i time pruža uvid u stil života konkretnog vremena. Načinom ili modom odijevanja otkrivaju se, osim univerzalnih konstanti koje je nadmašuju i ne podliježu njenom najjačem zakonu – prolaznosti, i mnoge varijable, kulturne i socijalne pozajmice, vrijednosne promjene i estetske novine.

S obzirom na sadržajnost, u naslovu rada upotrijebljena su dva opšta pojma: *kultura* (odijevanja) i *komunikacija*. Pojam *komunikacija* tretira se kao bazični, noseći pojam, koji podrazumijeva značajan aspekt neverbalne interakcije i razmjene informacija posredstvom odjevnih predmeta u društvu. Odjevni predmeti tumače se kao transmiseri između nosilaca i primalaca simboličnih poruka u domenu opšte ili specifične kulture odijevanja. U toj otvorenoj komunikaciji pojedinac gradi svoju individualnost time što se pokazuje drugome. Poruke (o sebi) šalju se vizuelno i, na isti način, primaju (od drugih). Složenom komunikacijom između pojedinaca i grupa ukršta se bezbroj dimenzija i značenja u njihovom neverbalnom, vizuelnom opštenju. Kontinuirana interakcija na simboličkom planu među individuama, putem odjevnih elemenata, u službi je prenošenja subjektivnog sadržaja datog u formi značenja u prostoru društvenog događanja¹ (što uostalom izražava termin komunikacija, to jest saopštavanje, sa smislom uvođenja u poznato, spoljašnje, javno, zajedničko djelovanje ili socijalni prostor). Na ovaj se način unutar zajednice i određene kulture pokazuje unutra-

¹ Pojam *komunikacija* (lat. *communicatio* – saopštavanje, tj. pružanje i primanje informacija) uzet je doslovnim smislu riječi kao „proces prenošenja sadržaja od jednog subjekta drugom. Elementi procesa komunikacije su pošiljalac, primalac, poruka odnosno informacija koja se prenosi te medij prenošenja koji se opet dijeli na kanal i na sredstvo prenošenja (tj. na tehnički, simbolički i semantički sistem.“ – Odrednica *komunikacija*, u: *Rječnik sociologije i socijalne psihologije*, prir. M. Bosanac, O. Mandić, S. Petrović, Zagreb, 1977, 293.

šnje, psihološko ili socijalno stanje pojedinca, otkriva struktura grupe, kao i raspored njenih sastavnih djelova.

Kultura je najopštiji svjetonazor koji određuje društveno postojanje i ljudski život, ali koji je utoliko opšti i univerzalan u kolikoj se mjeri poklapaju individualne i zajedničke vrijednosti i mjerila. Kao spoj tradicije i razvoja novina, kultura svake zajednice ima uticaja na formu i kvalitet većine aspekata života svojih članova. U zavisnosti od toga kakve se vrijednosti smatraju poželjnim, takav se odraz stvara u nauci, ekonomiji, upravljanju, umjetnosti, arhitekturi, u ponašanju i mnogo čemu drugom sve do načina odijevanja. Zato je u radu, to jest u njegovom naslovu, upotrijebljena antropološka paradigma *kultura odijevanja*. Njen izbor rukovođen je predmetom i ciljem istraživanja, a po ugledu na druge složenice vezane za kulturu, koje naglašavaju samo jedno, ili naročito neko, od njenih brojnih značenja.

Iako je ovdje riječ o kulturi materijalnih proizvoda, akcenat je na njihovom socijalnom i psihološkom tumačenju, u okviru konteksta koji se formira u socijalnom prostoru omeđenom supkulturnom, regionalnom, profesionalnom, nacionalnom, konfesionalnom, istorijskom ili nekom drugom „granicom“. Usvojena veza pojmova kultura i odijevanje, stoga, daje značenje u više ravni i u interakciji više subjekata, kao i u više interpersonalnih i interkulturalnih odnosa. Pod okriljem ove višeznačne paradigme moguće je dekodirati ponašanje, to jest različite informacije između pojedinaca ili grupa kao potkulturnih sistema, koje jedni drugima šalju i primaju posredstvom spoljašnjih oznaka – odjevnih simbola. Predmeti se, naime, spontano prepoznaju ili, pak, namjerno ističu kao komunikativni simboli, u sklopu širih kulturnih fenomena, i uopšte kultura, kao sistema znakova.² Objektivno postojeći odjevni predmeti dobijaju i subjektivno značenje kao semantički kod, mimo onog koje im je samo postojanje i izvorna funkcija namijenila. „Vidljivo“, na taj način, dobija dvostruku dimenziju, a predmet se tumači i kroz materijalnu, ali i simboličku vizuru.

Odjeća kao znak – vrste odjeće

„Ja govorim kroz svoju odjeću.“ – Umberto Eko

Posmatrana kao društveni kod, odnosno sistem vizuelnih oznaka, odjeća se može podijeliti na nekoliko kategorija. Ne samo po namjeni i funkciji već i po bogatoj simbolici razlikuje se, na primjer, svakodnevna odjeća od ceremonijalne, prigodna odjeća od nacionalne nošnje, uniforma od odjevnih predmeta odabranih u skladu sa aktuelnom modom itd. Maske i obredno-ritualni rekviziti, takođe, odražavaju mnoštvo dimenzija u vizuelnoj, neverbalnoj komunikaciji, a posredstvom odjeće moguće je, donekle, i „promjena“ rodnih identiteta.

² Po uzoru na opštu semiologiju (grč. *sema* ili *semion* = znak), mogla bi se tretirati posebna grana ove nauke – semiologija odjeće (odjevni predmet = znak), imajući u vidu definiciju semiologije, koju je dao jedan od najuglednijih simbologa i semiotičara današnjice – Umberto Eko, da su svi kulturni fenomeni „sistemi znakova, odnosno komunikacioni fenomeni“. – Vidi: U. Eko, *Kultura, informacija, komunikacija*, Nolit, Beograd, 1973, 21.

Svaka vrsta odjeće, kao uostalom i svi predmeti, ima neko značenje i predstavlja simboličku vrijednost samu za sebe, dok, paralelno, određuje individu koja je nosi kroz širi socijalni i kulturni milje. Samo ovlašnim podsjećanjem na različite socijalne grupacije prepoznaju se razlike u odijevanju, recimo, između muškaraca i žena ili djece i odraslih. Ili, drugačiji je način oblačenja poslovnog čovjeka od poljoprivrednika, rok muzičara ili tzv. boema od sportiste itd. Klimatski uslovi svake pojedinačne oblasti, takođe, prilično oblikuju kulturu odijevanja ljudi koji u njima žive. Prirodni ili privredni potencijali, ili ograničenja, na sličan način, uslovljavaju izbor krojeva i dominantnu vrstu materijala u nekoj regiji. Pripadnici različitih slojeva društva ne mogu priuštiti jednako kvalitetnu odjeću i nose je saglasno sa prihodima i materijalnim mogućnostima. Takođe, pravila profesije diktiraju određeni način odijevanja. Iz pitanja Ž. Gurviča „zar uniforme, ili šire, odjeća koju mi nosimo ne simboliše društvene funkcije na koje smo postavljeni, društvene uloge koje igramo ili, jednostavno, estetske vrijednosti koje su vezane za poseban način života ili za neki 'stalež'“ (Ž. Gurvič, 1965: 102), sublimira se i odgovor, odnosno stav da odjeća kojoj god vrsti pripadala pomaže u stvaranju i otkrivanju identiteta, nastalog, kako samostalnim izborom (kada je u pitanju svakodnevna odjeća) tako, uglavnom dobrovoljnim, prihvatanjem društvenih standarda i kulturnih propisa u načinu odijevanja (poput nošenja ceremonijalne odjeće ili narodne nošnje), ili je, pak, nametnuta izborom zanimanja, statusa u nekoj formalnoj socijalnoj grupaciji (radna uniforma, zatvoreničko odijelo itd.). Istini za volju, o kakvoj god odjeći da je riječ, čak i ako je u pitanju svakodnevna, ona se kreira i kombinuje na osnovu nekih standarda. U nekim slučajevima su to formalni, zvanični, to jest pravni propisi, a u drugim se prihvataju tzv. uobičajeni ili poželjni načini oblačenja. I slično, u nekim se situacijama simbolika odjevnih predmeta namjerno ističe (narodna nošnja), a negdje spontano dolazi do izražaja dobijajući značenje samo u korelaciji sa drugim predmetima, događajima i uopšte aspektima društvenog života (crnina kao uobičajena boja žalosti ili, pak, odjeća bijele boje, koja, suprotno prvom, asocira na veselje i uopšte ima ceremonijalni, često ritualni smisao).

U razvrstavanju vrsta odjeće treba razlučiti i kategorije rada nasuprot dokolici, dana ili noći, tzv. običnog dana ili praznika koje, svaka za sebe, podrazumijevaju upadljive razlike. Prije svega, u većem stepenu slobode prilikom izbora odjevnih predmeta i kombinacija koje se nose u slobodnom vremenu (neformalna ili tzv. *casual* odjeća), nasuprot mnogim propisima poželjnog odijevanja u prigodnim, ceremonijalnim, radnim ili nekim drugim formalnim situacijama.

Dominantan način odijevanja (ono što je danas masovna moda, a u prošlosti bila pretežno narodna nošnja) odražava trenutne kulturne, prije svega, vrijednosne i estetske standarde, čime pruža najslikovitiji uvid u stil života konkretnog društvenog ambijenta. Takođe, vladajući način ili moda odijevanja otkriva i univerzalne konstante koje, makar okvirno, pokazuju horizontalne kulturno-prostorne sličnosti u datom periodu, kao i mnoge akulturacijske procese, kulturne pozajmice ili, pak, specifičnosti. Odjeća se, zapravo, tretira kao kolektivno ili individualno vizuelno sredstvo, koje u svakom trenutku uspješno „de-

kodira“ grupu i, u savremenoj kulturi posebno, pojedinca u socijalnom miljeu, i to na više nivoa, počev od njegovog materijalnog statusa preko duhovnog stanja do socijalnog položaja i radnog angažmana.

Svakodnevna odjeća. – Svakodnevnu vrstu odjeće ujedno je i najjednostavnije i najkomplikovanije odrediti jer ona ima mnoštvo funkcija i značenja. Jasno je da ona, kao uopšte i svaka druga vrsta odjeće, postoji iz potrebe zaštite tijela, potom njegovog ukrašavanja, kao i isticanja položaja njenog vlasnika u društvu, njegovog trenutnog raspoloženja, estetskog smisla i senzibiliteta. No, svakodnevna odjeća, u poređenju sa drugim vrstama, predstavlja najsamostalniji odjevni izbor (iz mnoštva varijacija) pojedinca koji je nosi. Mada i ona, bez obzira na to što je neformalnog (*casual*) karaktera, podliježe ovlašnim pravilima, to jest običajima i konvencijama prilikom izbora. Konvencijom se, kao i u drugim aspektima socijalnih odnosa tako i u oblačenju, „naglašava odsustvo unutarnje nužnosti u obrascu ponašanja i često se podrazumeva jedna mera izričnog ili prećutnog slaganja da izvestan način ponašanja valja prihvatiti kao ispravan“ (E. Sapir, 1974: 136). Tako se razlikuje odjeća za dan od one za večer, ili odjeća za rekreaciju od one koja se nosi u pozorištu itd. Bez obzira na to da li su ta pravila, ili bolje reći, poželjni modeli oblačenja zavisni od doba dana, lokacije i socijalnog konteksta, ili su posljedica širih porodičnih, lokalnih, vjerskih ili, naročito danas, modnih uticaja, evidentno je da utiču na izbor odjevnih elemenata i konačan izgled svake individue. Riječ je o svojevrsnom bontonu u odijevanju. Svakodnevna odjeća može, dakle, biti odabrana po, više ili manje, (ne)konvencionalnim kriterijumima. Nju, bez obzira na pluralitet stilova i fokusiranje na individualnost, prilično određuje i društveni značaj situacije. Socijalne norme isključuju, na primjer, džins i t-majicu na pogrebu ili na svečanom prijemu. A obrnuto, odlazak u neobaveznu šetnju ili na sportske tribine isključuje elegantnu haljinu ili muško odijelo sa kravatom. Socijalno ponašanje, kada je odijevanje i moda u pitanju, znači, zapravo, „način na koji subjekat čini svoju situaciju u odnosu na neku sredinu gde se smatra da ona dejstvuje“ (A. Todorović, 1980: 115). Što je uticaj sa strane veći, utoliko je i izbor odjeće nesamostalniji. S druge strane, svakodnevna odjeća je utoliko autonomnijeg profila, ukoliko joj na raspolaganju stoji više izbora i mogućnosti koje joj, prije svega, omogućuju demokratski ambijent u okruženju i ekonomske mogućnosti vlasnika.

Iako bi se, na prvi pogled, reklo da svakodnevna odjeća govori pretežno o stilu i materijalnim mogućnostima osobe koja je nosi, ona je pokazatelj i mnogih drugih situacija i statusa svoga vlasnika. Tako putem odjeće pretpostavljamo, makar okvirno, starosnu kategoriju onoga ko je nosi. Na osnovu odjeće zaključujemo kakvo je trenutno raspoloženje njenog vlasnika (izbor boja i njihova kombinacija ukazuje na radost ili tugu, otvorenost ili zatvorenost za potencijalnu verbalnu komunikaciju), način života ili zanimanja (praktična, udobna odjeća nasuprot konvencionalnoj ili izrazito elegantnoj), ukus (da li je u pitanju oso-

ba koja ima izgrađen sopstveni stil, ili je, recimo, riječ o tzv. trendseteru/ki³ i modnim poklonicima koji ih prate, kojih se parametara osoba drži u procjenjivosti i prihvatanju lijepog, dopadljivog i da li joj uopšte oni nešto znače i sl.). Na ovaj način, svaka odjevna konstrukcija ima svoje mjesto u socijalnom sistemu znakova sličnosti i razlika, a koji se opet uklapaju u zaokruženi skup uloga i izbora koji je društvo neformalno limitiralo. Ti lični izbori samo potvrđuju poruke koje se prenose kroz „precizno određene razlike jednog broja prepletenih skupova – klase i statusa, slike o sebi i privlačnosti“ (D. Hebdidž, 1981: 101).

Činjenica je i da se sloboda u odijevanju danas prilično „rasteže“, više nego ikada. Ako savremeni način odijevanja uporedimo sa prošlim vremenima, onda se mora primijetiti da je do početka, pa i sredine XX vijeka, na ulici bilo vrlo lako prepoznati socijalni, profesionalni status pojedinca. Današnje „ulice“ ne poštuju stroga pravila, one su akumulirale sve prethodne načine oblačenja i uz aktuelnu modu postale galerije velikog broja stilova ili imidža u odijevanju: od klasičnog, sportskog, dendi, romantičnog, pank, hip-hop, preko etnostila i mnogih drugih sve do njihovih različitih varijacija, miješanja ili preklapanja. No, ipak uprkos individualnoj slobodi i širokim mogućnostima kombinovanja odjevnih elemenata i imidža za svakodnevnu upotrebu, i savremeni odjevni izrazi nalaze se uvijek u nekom omeđenom i prepoznatljivom (pot)kulturnom skupu, što otvara mogućnost i za njegovo, relativno jednostavno, tumačenje na simboličkom i komunikativnom planu.

Odjeća kao znak životnog stila ili supkulturne pripadnosti. – U okviru svakodnevne odjeće moguće je razlikovati ne samo lične već i grupne estetske, ideološke, modne ili neke druge preokupacije. Odjeća je, u tom slučaju, spoljašnja manifestacija „odabranog“ individualiteta, odnosno životnog (supkulturnog) stila. Različiti životni stilovi su modeli koji opisuju sopstveni ili tuđi način djelovanja, i obuhvataju različite aktivnosti i stavove prema sebi, društvenoj strukturi, porodici, okruženju, načinima potrošnje robe i usluga, načinu provođenja slobodnog vremena itd. U suštini, oni imaju svrhu da relaksiraju ili potisnu utvrđene razlike između javne i privatne sfere, kako bi dali priliku pojedincima ili grupama da iskažu lična poimanja pojedinih kulturnih obrazaca, u slučaju da se razlikuju od ustaljenih ili im, naprosto, nude izbor između više opcija aktivnosti. Društveno grupisanje moguće je, prema sistematizaciji određenja prihvaćenog životnog stila, ukoliko se ima u vidu da je životni stil osoben, ali prihvatljiv, model života (jer je u direktnoj vezi sa karakterističnim društveno-strukturnim odlikama). „Životni stilovi funkcionišu kao skup očekivanja koja se javljaju u vidu obrasca organizovane kontrole nad tek nastalim društvenim neizvesnostima masovnog društva“ (D. Čejni, 2003: 22).

Inače, životni stilovi kao društvena pojava sastavni su dio razvoja modernog doba. To znači da su oni danas dostupni svima, za razliku od minulih vre-

³ *Trend* – opšta sklonost, tendencija prema čemu; *biti u trendu* – biti moderan, pratiti zbivanja, modu, tehnička dostignuća; *trendseter* – (engl. trendsetter) osoba ili predmet koji često svojim primjerom pomažu prihvatanje nekog trenda, mode ili novosti na bilo kojem području. – Vidi: *Rječnik stranih riječi*, prir. V. Anić, Ivo Goldstein, Novi Lebe, Zagreb, 2001, 1338.

mena, kada su bili ekskluzivna privilegija moćnijih pojedinaca ili klasa.⁴ Prihvatanjem određenog životnog stila polaže se pravo i na određenu ikonografiju. Vizuelizacija, zapravo, dominira simbolikom svakodnevnog života, posebno u popularnoj kulturi, gdje je i mnogo veća potreba da se istakne razlikovanje u masi sličnih individua. Sopstvena vizuelna predstava postala je glavno izražajno sredstvo modernog doba. Nastala je kategorija imidža kojom se ističe „posebnost“, ali katkad i manipuliše, samim tim što je vještačka tvorevina koja može lako da se mijenja. „Životni stilovi predstavljaju ustaljene načine kombinovanja određenih aspekata svakodnevnog života i društvenih i simboličkih vrednosti; ali ovo takođe znači da oni predstavljaju načine poigravanja identitetom“ (D. Čejni, 2003: 60). Životni, odnosno supkulturni stilovi mogu, dakle, da se prihvataju i odbacuju kao moda, pokazujući se vizuelno, od svih javnih prostora, najviše na ulici.

Ipak, uprkos slobodi prilikom vizuelizacije životnih stilova, oni nijesu uvijek jednako (blagonaklono) prihvaćeni od okruženja. Posebno je svakodnevna odjeća na tapetu kada izražava „devijantnost“ nasuprot „normalnosti“. Upravo u ovoj, naizgled prozaičnoj činjenici, otkrivaju se, u suštini, stroga društvena pravila unutar kojih postoji veliki, ali ipak ograničen izbor odjevnih elemenata i uloga pojedinca koji bi trebao da ih poštuje, ukoliko ne želi da bude shvaćen kao „nenormalan“. Ali na granici između stereotipa o normalnom i nenormalnom stoji ono što je „drugačije“ i što nema, posebno nakon izvjesnog vremena, negativnu konotaciju. U početku društveno neprihvatljivo oblačenje vrlo brzo postaje poznati, pa i uobičajeni, dio svakodnevice. Riječ je o pripadnicima supkulturnih⁵ grupa, koji svoje pripadništvo nekom životnom stilu ili potkulturi, između ostalog, izražavaju i spoljnim znacima.

Dakle, osim kolektivnih predstava o sebi, na osnovu zajedničkih interesovanja i aktivnosti, pripadnici supkulturne grupe svoj identitet i vizuelizuju preko izbora odjevnih predmeta i specifičnih detalja. Potkulturne grupe krše postojeća pravila, dajući novi smisao i kontekst uobičajenim odjevnim predmetima, omalovažavajući ili izopštavajući strogo konvencionalnu garderobu. Sa jasnim ciljem suočavanja i provociranja, potkultura bira te elemente po osnovnom kriterijumu – da asociraju na attribute koji se pripisuju konkretnoj socijalnoj grupaciji. Na primjer, pankeri su insistirali na negiranju postojećih vrijednosti, strogih društvenih obrazaca i konvencija, pa im je i odjeća bila takva. Haotična, iscijej-

⁴ U savremenom društvu promijenila se suština društvene osnove identiteta, pa je sada rasprostranjeno mišljenje da aktivnosti koje se sprovode u slobodnom vremenu i potrošačke navike određuju suštinu identiteta, a ne društvena klasa, kako je tradicionalistički tumačen identitet sve do druge polovine XX vijeka.

⁵ Termini *supkultura* i *potkultura* ovdje se shvataju kao način ponašanja određenih skupina. To ponašanje može biti tumačeno kao sistem komunikacije, oblik izražavanja i predstavljanja, kao svojevrсна umjetnost u određenom kontekstu, ali nikako vrhunskog nivoa. Mogu biti shvaćeni i kao otpor postojećem sistemu vrijednosti, posebno tradicionalnim, kao nešto što je suprotstavljeno vladajućoj kulturi, čak i kao nešto negativno, ukoliko je ekstremno u opoziciji sa uobičajenim tzv. normalnim. Potkultura se zna izražavati kroz simbolične oblike otpora, neprihvatanje konvencija u ponašanju, razmišljanju, pa i u načinu oblačenja.

pana, napravljena od jeftinih materijala upadljivih boja, uz dodatak jake šminke i drečavo ofarbane, nakostriješene kose. Ili, ikonografija radikalnih skinheda, koji nose čizme, kožne jakne i kratke frizure, asocijacija je na karakteristike koje preferiraju: ratobornost, disciplinovanost, šovinizam. Uz odjeću, kojom se najupadljivije predstavlja potkultura, vezani su obično i poseban jezik – argo,⁶ rituali, stilovi međusobnog ponašanja i društvenog angažmana, igra, muzika itd.

Potkulturnih stilova ima u svim društvenim oblastima, počev od muzike preko sporta do ideološko-političkih orijentacija. Naročito inspirisani muzikom, mladi ljudi pokazuju odjevnim stilom, ili odabranim detaljima, kojoj supkulturnoj orijentaciji pripadaju, ko su im uzori, kako provode slobodno vrijeme, gdje se kreću, iz čega se izvlače i indirektni zaključci o njihovim vrijednosnim stavovima i preferencijama. Zato su uobičajen i svakodnevan prizor postali reperi, hip-hoperi, turbo-denseri, rokeri, neohipici i razni drugi zagovornici specifičnih muzičkih ideološko-estetskih pravaca. Naročito je sport postao prostor za izgradnju identiteta (dijelom nacionalnog i, naročito, navijačkog kao supkulturnog). Na stadionima, ali i na ulici javljaju se navijački odjevni trendovi oličeni u detaljima i simbolima sportskog kluba, ali i stilovi koje su navijači samostalno lansirali, izrasli iz *casual* kulture. Najupadljiviji su, svakako, detalji koji asociiraju na klupske boje ili dresove nacionalne, posebno fudbalske, reprezentacije, gdje navijački dizajn eskalira. Način oblačenja i ponašanja fudbalskih navijača jedna je od „najaktivnijih“ supkultura novijeg vremena.

I moda hipika imala je šezdesetih godina prošlog vijeka svoje ideološke poruke: osporavala je krute društvene norme, civilizaciju potrošnje, „branila prirodu kroz korišćenje prirodnih proizvoda koji su nastali iz *soft-technology*“ (A. Todorović, 1980: 63), i okretala se idealima ljubavi i slobode. Prepoznatljivi su bili i komunisti koji su nosili kravatu, maramu ili neki drugi predmet crvene boje, čime su manifestovali svoja ideološka uvjerenja. Ovakva neverbalna komunikacija namjerna je, unaprijed osmišljena i usmjerena prema okruženju, to jest onima koji ne pripadaju supkulturnoj grupi. Preko stila potkultura otkriva svoj drugačiji identitet i saopštava svoje stavove.

Iako svaka supkulturna grupacija ima svoja pravila i u oblačenju, dešava se da se ona u savremenom društvu vrlo brzo obesmisle. Čim njihovi specifični simboli postanu frekventni i uobičajeni, počinju da se udaljavaju od izvornog značenja. Zapravo, kada supkulturni predmeti ili čitavi stilovi postanu svima dostupni, a to znači razumljivi i masovni u okviru industrijske proizvodnje, automatski postaju komercijalizovani, „sjedinjani u robnom obliku“ (D. Hebdidž, 1981: 96), postaju goli proizvod udaljen od bilo kakve ideološke orijentacije i, konačno, obesmišljeni, jer takvu odjeću preuzimaju pojedinci čiji se personalitet uopšte ne poklapa sa izvornim značenjem odjeće koju nosi. Ali to je, donekle, u skladu sa životom svake supkulture, posebno onog dijela koji se tiče njene vizuelne interpretacije. Ona ima svoj početak, svoje poklonike, svoje oponente i

⁶ **Argo**, franc. (argot) – šatrovački jezik; govor ljudi jedne sredine, koji je za druge nerazumljiv, jezik pojedinih staleža i zvanja (na primjer vojnički, studentski argo). – Vidi: *Rječnik stranih riječi*, 51.

svoj kraj. Svaka potkultura, dakle, ima ograničen vijek trajanja. Ona započinje „život“ lomljenjem starih društvenih značenja, traje kroz stvaranje novih konvencija i šifri sve dok se ne transformiše u „post-supkulturu“ (D. Muggleton, 2000: 47), to jest do kada je ne usvoje i članovi koji nijesu nužno usmjereni na održavanje primarnih ideoloških i stilskih razlika u odnosu na druge grupe. Takođe, činjenica je i da svaka aktuelna (sup)kultura odijevanja gubi ne samo na značenju već i na prepoznatljivosti. Postaje manje očigledna, samim tim što je masovna, popularna kultura toliko „fragmentisana i pluralistička da granice između supkultura i masovne kulture postaju krajnje nejasne“ (Svensen, 2005: 72), pa se, po istoj logici, i supkulturno značenje utapa u mnoštvu sličnih. Takođe, nove supkulture i kontrakture grade stilove koje vrlo lako preuzima industrija, pa se razlike još više potiru. Jednom riječju, masovna kultura postaje sveobuhvatna kategorija za sve supkulture i kontrakture.

Profesionalna odjeća. – Najočiglednije spoljašnje, odjevno obilježje koje služi da utvrdimo odnose između pojedinaca i društvene stvarnosti, odnosno pripadnost određenim socijalnim i profesionalnim grupama jesu *uniforme*.⁷ One se, načelno, mogu podijeliti na: institucionalne (na primjer, vojničke uniforme ili crkvene odežde), profesionalne (kuvarske, konobarske, bolničke ili neke druge radne uniforme), sportske i kulturne djelatnosti (dresovi, orkestarska i horska odijela). U širem smislu, u prošlosti su postojale i klasne uniforme, ili stilovi oblačenja, po kojima se prepoznavalo plemstvo, građanstvo, niži sloj. Slično tome, funkciju isticanja etničke pripadnosti imala je nekada nacionalna „uniforma“, to jest narodna nošnja. Ova podjela isključivo je zasnovana na osnovnom načelu uniformnosti – jednoobrazno isticanje pripadnosti određenoj grupi.

Za razliku od svakodnevne odjeće, koja se bira i kombinuje u skladu sa životnim navikama i mogućnostima, uniforma, kao najprepoznatljivija vrsta profesionalne odjeće, osmišljena je po principu jednakosti, jednoličnosti – uniformnosti. Vojnička, bolnička, policijska, vatrogasna jednoobrazna radna odjeća samo su neke od brojnih primjera normiranih načina oblačenja, koji važe za sve članove profesionalnih udruženja. Jednoobrazost uniformi narušavaju samo detalji koji simbolizuju status, odnosno hijerhiju, i to kada postoji potreba za njenim vizuelnim isticanjem. Primarna funkcija svih uniformi jeste, osim što vizuelno naglašava grupnu vezanost i kolektivne interese, da pošalje jasnu poruku okruženju o radnom djelokrugu svojih članova.

Uniforme mogu da imaju i ideološku osnovu u nastanku, kad se jednoličnošću potencira pretpostavljena jednakost njenih članova, negira individualnost i postojanje razlika, što u materijalnom, duhovnom smislu, pa i u zamišljenoj distribuciji autoriteta. Uniforma tada postaje manifestna metafora jednakosti, iako su latentni, manje vidljivi, ali stvarni, odnosi u praksi drugačiji. Jer ljudi u istim uniformama imaju drugačije obaveze podijeljene hijerarhijski unutar profesionalne grupe, sa jasnim rasporedom nižih i viših položaja. Njihove uloge su, takođe, različitog stepena odgovornosti, sa nejednakim mogućnostima upravne i

⁷ *Uniforma* – lat. službena vojnička i činovnička odjeća; u: *Rječnik stranih riječi*, 691.

izvršne vlasti. Totalitarni režimi zato su vrlo često imali tendenciju da uniformišu građane svoje države, kako bi izbrisali realno postojeće razlike. „Najekskluzivniji primjer spoljašnjeg ujednačavanja svih ljudskih različitosti trajao je sve do skoro u kineskoj socijalističkoj praksi gdje je uniformna spoljašnjost (oblačenje) kao institucionalni manifestacioni oblik pravila predstavljala vizuelnu jednakost svih, od političkih lidera do nepismenih seljaka“ (R. R. Božović, 1991: 67). Pored čuvenih Maovih odijela u funkciji ideološkog konformizma i drugih resantimana političke jednoobraznosti ispoljene vizuelno, djelimična uniformisanost, po ideološkom ključu, nije nepoznata praksa i danas. Ali sa bitnom značenjskom razlikom. Spoljašnja ujednačenost, prezentovana u detaljima, samo je privremena i, nadasve, dobrovoljna od strane svih nosilaca. Takvi primjeri su uobičajeni, a jedan od njih je, recimo, nedavno političko previranje u Ukrajini, gdje se narandžastom bojom i, posebno, nošenjem narandžastih šalova javno isticalo pripadništvo, u tom trenutku, opozicionoj političkoj opciji.

U svakodnevnom životu, ipak, mnogo su frekventnije radne uniforme, i akcenat je na njihovoj praktičnosti (na primjer: konobarske, kuvarske uniforme). I mnogi umjetnički, zabavni angažmani izražavaju se vizuelno kroz odjeću koja je uvijek isto koncipirana, pa time poprima funkciju uniforme. Scenski kostimi ili, recimo, najprepoznatljivija „radna odjeća“ (uniforma) Djeda Mraza samo su neki od vidova profesionalne odjeće, koja, za razliku od uniforme, nije propisana zakonom, ali jeste običajnim normama, esnafskom tradicijom, zamišljenom, bajkolikom ili nekom drugom simbolikom.

Ukoliko radnu odjeću ne čini uniforma ili neka prepoznatljiva forma nametnuta konvencijom (u poslovnom svijetu poznata kao *corporate dress code*⁸), osnovni kodeks odijevanja, ipak, nalaže izvjesna pravila, pa je tako odjeća u kojoj se provodi vrijeme na radnom mjestu obično formalnija od svakodnevne. Njen izbor je, bez obzira na to što nije propisana strogim pravnim normama, sužen i sveden na okvir onoga što je opšteprihvaćeno kao poslovna odjeća (odijelo, kravata, košulja ili suknja i bluza, kostim).

Nacionalna (narodna) nošnja. – Kao spoljašnji znak etničkog identiteta, primarno mjesto zauzima nacionalna, odnosno narodna nošnja. Ona je izraz tradicionalne kulture, ne samo u etničkom smislu, ali i šire (regionalne) kulture, u koju su se, na određenom prostoru, vremenom sintetizovale društvene, ekonomske i političke prilike, vladajući umjetnički (likovni, tekstilni, zanatski) izrazi i vještine. Narodna nošnja oslikava duh epohe, ukazuje na konstante jedne zajednice, ali i na brojne varijable, kulturne pozajmice, te slojevite akulturacijske procese i njihove posljedice po prostor i ljude u njemu.

⁸ U mnogim preduzećima prihvaćen je tzv. *corporate dress code* kako bi zaposleni lakše napravili izbor prigodne odjeće, u kojoj će provoditi vrijeme na poslu. Ona, jasno, zavisi od prirode ustanove. A mnoge svjetske firme su tokom 90-ih godina prošlog vijeka uvele i obrnuto pravilo *casual friday* (neformalnog petka), dozvoljavajući ili, bolje reći, insistirajući da zaposleni posljednjeg dana sedmice dolaze u neobaveznoj odjeći, onoj koju nose u slobodnom vremenu, što se opet svodilo na normu i imalo prizvuk „uniformisanosti“.

Proučavanjem nastanka, trajanja i mijenjanja pojedinih odjevnih elemenata i njihovih kompozicija prepoznaju se uticaji globalnih sistema vrijednosti, ali i konkretnih uslova u kojima se određena etnička zajednica formirala i razvijala. Otuda je svaka nošnja sa nacionalnim predznakom (osim onih rijetkih koje su dugo vremena opstajale u izolovanim prostorima i zadržale nepromijenjen izgled) pouzdan reper političke istorije etničke zajednice i validna ilustracija svih socioekonomskih odnosa i kulturnih pojava koje su se kontinuirano odvijale u nekoj sredini.

Iako je u odnosu na druge etničke simbole, pokretljivost i promjenljivost elemenata narodne nošnje evidentna u vremenskom i razvojnom, etnogenetskom smislu, treba imati u vidu i varijabilnost iste nošnje na horizontalnom nivou. U okviru istog etnosa javljaju se vrlo često regionalne razlike, pa se pojedini elementi razlikuju po obliku, vrsti materijala, prisustvu ili odsustvu ukrasa i sl. Bogatstvo i raznolikost oblika narodnih nošnji nastajali su usljed brojnih objektivnih faktora i (ne)mogućnosti u izboru materijala, njegovoj izradi, u drugačijim okolnostima kada su u pitanju dobrovoljna ili nametnuta socijalna i kulturna prožimanja, ali i presudnim klimatskim uslovima.⁹ Razlike u nošnji odnosile su se i na seoski i na gradski ambijent, gdje je, posebno u korist drugog, autohtona narodna nošnja znatno intenzivnije i češće prihvatila tzv. uticaje sa strane. Čini se da je i po bogatstvu i skupoći detalja uvijek prednjačila u odnosu na ruralnu. Gradska nošnja figurirala je kao segment iz vladajuće kulture, pa se time više povodila za spoljnim, posebno inostranim uticajima i time diktirala tzv. pratećim, u ovom kontekstu, seoskim kulturama, način odijevanja.

Nošnja se, u pojedinim detaljima, razlikovala i zavisno od uzrasta ili godina i društvenog statusa onoga ko je nosi. Zavisno od uzrasta, narodna nošnja mogla bi se podijeliti u dvije faze, od kojih je prva trajala od rođenja do puberteta, a druga od započinjanja fizičke zrelosti do smrti. S tim što je i ovdje uvijek isticana razlika vezana za porodični i bračni status pojedinca, pa je postojala: momačka, djevojačka nošnja, nošnja nevjeste, mlađe udate žene, starije udate žene itd. Dakle, kroz specifičan način odijevanja iskazivala se ne samo etnička i konfesionalna pripadnost već i uzrast, period u linearnom životu individue, ali i povodjenje za izabranim stilom, ukusom, estetskim kriterijumima, kao i trenutak prelaza na novi odjevni kompleks i njegovo drugačije značenje.

⁹ Nasuprot razlikama u nacionalnom smislu, odjeća bi se mogla podijeliti na mnogo širem planu, u skladu sa globalnim klimatskim, pa time i kulturnim razlikama na: *tropsku, subtropsku i borealnu*. Ova gruba ali univerzalna podjela načina odijevanja među ljudima usklađena je sa prirodnim uslovima i temperaturnim kretanjima, pa time i preovlađujućim krojevima i materijalima koji se koriste u nekoj od velikih geografskih regija. Naravno, danas ova podjela izgleda pojednostavljena, posebno u sredinama gdje su izuzetno razvijene tekstilna i modna industrija i trgovina. Ali, i tada, makar u segmentima, možemo govoriti o dominantnim ili karakterističnim odjevnim načelima, prilagođenim temperaturnim oscilacijama. Oni sadrže naslijeđene, tradicionalne odjevne elemente koji su „preživjeli“ sve velike promjene, i koji i danas čine neizostavne odjevne elemente kako u regionalnoj tako u masovnom, popularnom načinu odijevanja. Tako, mnogi elementi svojim krojem i, nadasve, nazivom podsjećaju na izvorno porijeklo, gdje su se najviše nosili: pončo, žaket, mokasine, turban, toga, tunika itd.

Prigodna i ceremonijalna odjeća. – Funkcije ceremonijalne i prigodne odjeće umnogome su slične. Postoje manje, ali ne i suštinske razlike između njih. Pod *prigodnom* odjećom podrazumijeva se, na primjer, odjeća koja se nosi u žalosti (odjeća crne boje, tzv. crnina ili neki drugi izbor propisan lokalnim običajima), na svadbi (nosi se pretežno bijela, odnosno odjeća svijetlih boja), ali i odjeća koja se oblači, recimo, prilikom svečane dodjele najprestižnije filmske nagrade Oskara (gdje situacija nalaže široku paletu prigodnih, tačnije, najluk-suznijih toaleta) ili bilo koje situacije koja odstupa od uobičajenog, svakodnevnog načina odijevanja, a ima poseban značaj za njene učesnike i utvrđena je tradicijom ili aktuelnim konvencijama.

Ceremonijalna odjeća mogla bi značenjem da se preklopi sa prigodnom odjećom u pojedinim situacijama, ali ne i uvijek. Studentska/diplomska odežda, koja se nosi na tzv. ceremoniji proglašenja i dodjele diploma, na univerzitetima gdje postoji takva praksa, strogo je propisana i, iako se oblači isključivo u konkretnoj prigodi, potpuno je standardizovana. Dio je obreda prelaza, zvaničnog ceremonijala, kolektivne scenografije i obavezna je. Maske i obredno-ritualni rekviziti su, takođe, dio ceremonijalnog odjevnog arsenala u svim kulturama.

Iz navedenih primjera dâ se, uprkos zajedničkom naglasku na „vanrednost“ situacije u kojoj se nosi, prepoznati razlika između prigodne i ceremonijalne odjeće. Osnovna su tri segmenta razlikovanja. Prvi je da je prigodna odjeća poželjna, ali ne i obavezna kao ceremonijalna. Drugi je da prigodna odjeća nije strogo standardizovana po obliku i detaljima, već je njihov izbor moguć u okviru više varijacija izgleda, nasuprot ceremonijalnoj, koja ima utvrđeni i obično samo jedan mogući oblik.¹⁰ To znači da prigodnu odjeću određuju prilično lični stavovi, stepen prihvatanja ili neprihvatanja društvenih normi, ali i materijalne mogućnosti u izboru odjevnog predmeta. I treće, prigodna odjeća može da se nosi samo trenutno, ali i u dužem vremenskom intervalu, upravo kao odjeća žalosti, dok se ceremonijalna odjeća nosi samo onoliko koliko vremenski traje tok događaja – ceremonije. Ono što je zajedničko za obje vrste odjeće jeste da akcenat stavljaju na posebnost situacije, kao posljedicu značaja za linearni, ciklični, profesionalni ili neki drugi vid prelaza u drugi status pojedinca ili kolektiva. Posredstvom odgovarajuće odjeće, dakle, subjektivno shvatanje važnosti ili emotivno preživljavanje nekog događaja vizuelno se potvrđuje, i uz druge aspekte procesa socijalno legalizuje.

Odjeća kao spoljašnji izraz žalosti. – Svuda u svijetu praktikuju se neka odjevna načela kojim se namjerno vizuelno ističe žalost za pokojnikom. Odjeća

¹⁰ Odjeća žalosti, kao prigodna odjeća, ima bezbroj varijacija; poštuje se samo načelo određene, obično crne boje. Prilikom čina vjenčanja tradicionalna je vjenčanica kao simbol promjene društvenog statusa, odnosno ulaska u bračni život, s tim što do izražaja dolazi i lični odnosi prema kroju i boji. Uobičajena je, na primjer, bijela, ali i roza, bež, siva, svjetloplava. I kroj varira, s obzirom na to da je ranije obred vjenčanja nalagao zatvoreni tip haljine, jer mlada nije smjela pokazati dekolte, niti otkriti ruke i ramena do novih modela, koji radikalno odstupaju od izvornih pravila pokrivanja tijela. No, uprkos tome, vjenčanica je ostala ekskluzivni odjevni predmet jedinstvene namjene. Dok je, recimo, studentska kapa ili grb na školskoj uniformi, kao ceremonijalna odjeća, jednoobrazna i odlikuje se stabilnošću u izgledu za duži period.

koja potencira teško duševno stanje bira se po osnovnom kriterijumu da se razlikuje od svakodnevnice; i ona nije samo individualni i privatni izbor već je mnogome širi kulturni fenomen. Obično se praktikuje odjeća u drugoj boji, ili se koriste detalji koji simbolizuju stanje žalosti ili se odjeća izvrće, što vjerovatno potiče od „nekadašnjeg prerusavanja da se izbegne moguća osveta pokojnika“ (M. Barjaktarović, 1977: 110), vezanog za stroge propise i tabue u kultu mrtvih. Prema prvobitnim vjerovanjima, smrt je smatrana tajanstvenim činom, a time i tretirana kao izvor mnogih opasnosti. Postupanjem po određenim pravilima živi nastoje da se umilostive carstvu mrtvih, da se zaštite od eventualnih loših postupaka pokojnika.

Svaka etnička, konfesionalna, regionalna ili neka druga socijalna zajednica pridržava se naslijeđenih normi u vezi sa odjećom za iskazivanje žalosti. Recimo, „kod starih Egipćana žalost je označavana otvoreno plavom bojom odeće a kod starih Slovena, kao i kod Kineza, bela boja je bila oznaka žalosti. Kod modernih naroda tu namenu ima crna boja“ (M. Barjaktarović, 1977: 110). Pored odjevnih propisa u izgledu, dok traje spoljašnji i ritualni period žalosti, redukuje se i nošenje nakita, a negdje se kosa pušta ili skraćuje, čime se, takođe, potencira uzdrmano emotivno stanje. Poznato je, na primjer, da su stari Grci i drugi starobalkanski narodi odsijecali kosu u žalosti, kao uostalom i mnogi drugi narodi širom svijeta.

Maske i obredno-ritualni rekviziti. – Ritualno-magijska simbolika odjeće jedno je od njenih najslojevitijih obilježja, nastalo još u prvobitnim zajednicama. Maske, kostimi i prateći rekviziti nastali su iz čovjekovog nerazumijevanja i, još više, straha pred nepoznatim prirodnim silama, te želji da se prikrivanjem, imitativnom magijom zaštititi od njihovog, eventualnog, negativnog dejstva. Okolnosti i više sile na koje nije mogao uticati, praistorijski čovjek nastojao je odgovarajućim ponašanjem, prinošenjem žrtvi i, naročito, odgovarajućim izgledom „odobrovoljiti“ i izazvati njihovu naklonost. Ritualne radnje i obredni rekviziti za našeg drevnog pretka predstavljali su osnovni način i jedino sredstvo djelovanja na sve nepoznato, nepredvidljivo ili opasno iz prirodnog i društvenog okruženja. Maske i različiti predmeti (talismani ili amajlije) za koje se vjerovalo da su moćni apotropeji, tj. da imaju moć da štite od negativnih sila, demona, rdavih namjera, kao i da donose sreću, i danas su, za one koji vjeruju u njihovu potencijalnu snagu, tajanstveno sredstvo lične zaštite.

Maske su kao kulturni fenomen nastajale iz najdubljih religioznih i egzistencijalnih poriva. Nastajale su, zapravo, kao posljedica ljudske bojazni pred nepoznatim prirodnim silama, te kao pokušaj da se prerusavanjem i podražavanjem ostvari kontakt sa njima i utiče na pozitivan ishod budućih događaja. A kao medijum prizivanja božanskih sila i aktivan učesnik u promjeni društvenog poretka stvari, maske, takođe, vuku svoje korijene iz totemizma (naročito one sa životinjskim licem), ali i iz jednostavnog načina života nekadašnjih lovaca (kada su maskiranjem i prinošenjem žrtvi slavljani uspjesi u lovu). Bilo koja ceremonija plemenskog duhovnog života bila je nezamisliva bez maski.

Maska je smatrana i sredstvom identifikacije čovjeka sa najvećim autoritetom, obično sa bogom, pretkom, ali i vladarem. Ili, naprosto, sa nekim ili nečim nepoznatim i drugačijim. I obrnuto, ukoliko je riječ o komičnoj maski, ona je značila negaciju autoriteta. Kao glavni instrument sticanja moći, vlasti onoga ko je nosi i sredstvo ulivanja straha onome koji je gleda, maska je značila i sredstvo opsjene, iskrivljene stvarnosti, pa i manipulacije. Maske su u početku koristili vračevi i najraniji sveštenici u cilju upravljanja kolektivnim ponašanjem, naročito tokom svetkovina koje su, opet, po svojoj prirodi uvijek djelovale integrativno za zajednicu. Maska je, dakle, kao sredstvo manipulacije, poništavanja individualnosti, paralelno, postajala i simbol iskrivljene stvarnosti, ali i vizuelni znak kolektivnih predstava i nauma. Ona je smatrana i posrednikom između živih i mrtvih, i bila savršeni predmet „estetizacije i medijum prizivanja božanskih sila i aktivan učesnik u promjeni poretka stvari“ (J. Đorđević, 1997: 62).

I neke aktuelne maske u sklopu religijskih, ali i drugih svetkovina, počev od političkih preko sportskih do bezbrojnih umjetničkih varijacija, nastoje da scenografijom i sadržajem, u okviru svetkovina, obnove osnovne principe društva. Bilo da je riječ o mitovima, tradicionalnim ili modernim vrijednostima, one prizivaju prošlost i usmjeravaju budućnost. Ipak, savremene maske, naročito one koje su dio popularnih karnevalskih scenografija, gotovo u potpunosti, potisnule su svoju prvobitnu funkciju – funkciju rekvizita u obredno-religijskoj praksi, i s vremenom prešle u opseg zabavne i komercijalne sfere.

Promjena pola, odnosno roda posredstvom odjeće.* – Rod, kao sociološko-kulturni obrazac, određuje, pa i ograničava, na različitim razinama pojedinačna izražavanja i postojanja. Svako društvo, zavisno od socijalnih mehanizama, obnavlja i kontroliše postojeće rodne obrasce i profilacije tako da žene i muškarci i dalje ostaju „jedine dvije poznate kategorije spola i roda koji se razumiju samo kroz dihotomični smisao“ (J. Postić, 2003). No, ako se sagleda spektar rodnih uloga, vidi se da su itekako promjenljive i da zavise od vladajućih, poželjnih kulturnih obrazaca i načina ponašanja polova u njemu. U tom smislu je zanimljiv osvrt na istraživanja pojedinih antropologa, koji su proučavajući, recimo, izolovane zajednice Okeanije utvrdili da među njima ne vladaju isti kulturni obrasci, niti rodni modeli ličnosti kao u našoj kulturi (M. Mid, 1968). Iz vizure zapadne civilizacije, rodne uloge su im izmiješane, što upućuje na razmišljanje o uslovljenosti ljudske ličnosti i kulture društva, u smislu formiranja bazičnog obrasca ličnosti onako kako ga data kultura socijalizuje i interpretira. To znači da su rodne uloge moguće promjenljive, a ne fiksne i dihotomne. Podložne su promjeni, kako u istorijskoj vremenskoj ravni, tako i u horizontalnom, kulturnom presjeku. Javljaju se različiti izrazi muškog i ženskog principa, a shvatanja optimalnog rodnog modela variraju, čak i u okviru iste kulture. U odnosu na muške obrasce, stereotipi o ženskim rodnim karakteristikama, posebno vizuelnim, više su skloni promjeni i primjetno se brže mijenjaju (kao što i po-

* Akcenat je na rodu kao kulturnom artefaktu, nasuprot polnosti koja se tiče morfologije tijela i koja je prihvaćena kao data činjenica. Dakle, rodne uloge nijesu biološki određene, već društvenim obrascima usmjerene, pa su, uslovno rečeno, i promjenljive.

željni, moderni estetski ideali, naročito na Zapadu, više „pogađaju“ žene, a i one ih brže slijede i spremnije prihvataju od muškaraca, čak iako zahtijevaju evidentno ulaganje, pa i žrtvovanje, u pogledu truda, vremena, novca, pa i podnošenja bola). Nasuprot njima, muškarci žive u mnogo užem i predvidljivijem rodnom okviru vezanom za karakteristike ličnosti, distribuciju autoriteta, radni djelokrug, ali i način izgledanja, odnosno oblačenja.

Tako je kršenje konvencionalnih definicija ličnosti muškarca i žene u današnjem društvu moguće i kroz interkulturnu interpretaciju odjeće. Nekada se njom potencirala rodna razlika, dok se danas te razlike namjerno smanjuju, pa i poništavaju (recimo, odjeću od popularnog džinsa nose jednako i muškarci i žene i sl.). No, i dalje postoje neuravnoteženi stavovi kada dođe do prelijanja karakterističnih, tzv. rodni odjevnih predmeta iz muške u žensku supkulturu i suprotno. To je posljedica ili navika, skoro univerzalnog, shvatanja da pojedini odjevni elementi i oblici figuriraju kao sekundarni seksualni atributi – pantalone su simbol muškosti, a suknja ženstvenosti. Kada dođe do njihove zamjene, stepen tolerancije nije isti, pa se prirodnim smatra nošenje pantalona od strane žena, ali ne i obrnuto. Nije socijalno prihvatljivo da muškarac nosi suknju (sem ako nije Škot obučen u tradicionalni kilt, ili pripadnik nekog plemena obučen u suknjicu, havajski *piu-piu* ili pregaču sličnog tipa, i pride se nalazi na lokalnoj ceremoniji). I pojedini dezeni, šare i sl. imaju obilježje sekundarne seksualnosti. Na primjer, cvjetni motivi su, po pravilu, rezervisani za žene. (Osim u vrijeme hipi pokreta kada su i muškarci, kao „djeca cvijeća“, nosili košulje na cvjetice, cvjetni nakit itd. Po koji cvjetni detalj, posebno zadjenut u reveru ili okačen o vratu umjesto kravate, krasio je i dendije.)

Zapravo, oblačenje kao kulturni fenomen može da ima više značenja u vezi sa pitanjem rodnosti i transrodnosti. Jer pored uobičajenog socijalnog simbolizovanja roda, cjelokupna odjeća ili pojedini njen elemenat može da ima i obrnuti smisao, to jest da znači transrodnost.¹¹ Transrodna osoba ima rodni identitet ili rodnu prezentaciju, koja nije u skladu sa ustaljenim tradicionalnim rodnim ulogama. Ona odstupa od kulturne matrice i ima „nedefinisan“ identitet, a time biva različita i (ne)prihvaćena. Kada se i vizuelno izloži identitet koji izlazi iz okvira društveno ustaljenih normi, njegovi nosioci su često izloženi diskriminaciji, ili su, u blažem slučaju, manje razumljivi okolini, to jest datoj kulturi. Ipak, u želji da definišu sami sebe i uklope se u interpersonalne odnose, transrodni pojedinci svoj identitet, bilo koje homoseksualne orijentacije, namjerno prezentuju kroz odjeću, kao prvi i najvidljiviji znak njihovog životnog stila ili seksualnog opredjeljenja.

¹¹ Transrodnost se često koristi kao sveobuhvatni termin za različite načine iskazivanja rodni identiteta koji su drukčiji od tradicionalno uvjetovanih uloga. U ovu se definiciju uklapaju i transseksualne osobe, jer se nalaze na „transrodnom spektrumu“, kao i, npr., transvestiti. Transrodni pokret uključuje najrazličitije oblike rodnog i polnog izražavanja i identifikovanja, a koji su redovno u neskladu sa zadanim rodnim ulogama i identitetima. Transseksualci, dakle, imaju neusklađeni osjećaj između biološkog i ličnog osjećanja o polnoj pripadnosti.

Jasno je, dakle, da je odjeća jedno od najočiglednijih „sredstava“ u namjeri da se pokažemo, istaknemo polnu, starosnu i socijalnu pripadnost, ali i da se dopadnemo, zavedemo, naglasimo naš odnos prema drugima, ukažemo na trenutno stanje duha i, iznad svega, damo oduška ličnom estetskom smislu i senzibilitetu. Kultura odijevanja je tokom istorijskog i civilizacijskog razvitka zato postala nepobitno ogledalo društvenosti, zona svakodnevnog, ali i duhovnog života zajednice i njenih kolektivnih predstava. Na individualnom planu, odjeća je svima dostupno vizuelno sredstvo, kojim se izražava intimno shvatanje ljepote i čulnosti, pa i rodnosti, i koje je, obično, u korelaciji sa postojećom ekonomskom pozicijom, ideološkim stavovima i širim životnim opredjeljenjima.

Dâ se, zapravo, zaključiti da interesovanje antropologije odijevanja uključuje široko područje razotkrivanja čovjeka u više dimenzija: počev od njegovih unutrašnjih slojeva (potrebe za pokazivanjem, otkrivanjem, dokazivanjem, estetskim izražavanjem) do prihvatanja ili odbijanja (što je, takođe, socijalni znak) kulturnih normi, na nivou uže ili šire zajednice. Složenim značenjima odjeća (o) daje mnoštvo dimenzija u ljudskom komuniciranju, ali i demaskira stvarnu strukturu pojedinca i zajednice, odnosno njihov način života, prirodne i privredne potencijale, kulturni ambijent, vodeće vrijednosne standarde. Stoga, proučavanje specifičnih pojava, normi i standarda, s jedne strane, i univerzalnih principa i simbolike odijevanja, sa druge, podrazumijeva široko polje istraživanja, u čijem su opsegu analizirane pojave stalno u procesu, to jest mijenjaju i dopunjuju sopstveno značenje, čime se usložnjava i njihova interpretacija.

L i t e r a t u r a

- Armstrong, D. (1983), *Political Anatomy of the Body: Medical Knowledge in Britain in the Twentieth Century*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Barjaktarović, Mirko (1977), „Odeća i ukrašavanje tela“, u: *Osnovi opšte etnologije*, Savremena administracija, Beograd.
- Basinger, J. A. (1993), *Women's View: How Hollywood Spoke to Women 1930–1960*, Chatto and Wundus, London.
- Batler, Džudit (1989), „Diskurzivna ograničenja pola“, REC – Časopis za književnost i kulturu i društvena pitanja, Beograd.
- Berthelot, J. M. (1986), „Sociological Discourse and the body“, *Theory, Culture and Society*, 3.
- Bjeladinović-Jergić, Jasna, *Narodne nošnje*, http://www.rastko.org.yu/isk/jbjeladinovic-traditional_attire.html/.
- Božović, R. Ratko (1991), *Kultura potreba*, Naučna knjiga, Beograd.
- Beward, Christopher (1995), *The Culture of Fashion: A New History of Fashionable Dress*, Manchester University Press, Manchester – New York.
- Čejni, Dik (2003), *Životni stilovi*, Clio, Beograd.
- Ditchev, I. (2002), *The Eros of Identity, Balkan as Methapor*, (eds) D. I. Bijelić and O. Savić, MIT Press, Cambridge.
- Dorfles, Gillo (1997), *Moda*, Golden marketing, Zagreb.
- Đorđević, Jelena (1997), *Političke svetkovine i rituali*, Dosije – Signature, Beograd.

- Eko, Umberto (1995), *Simbol*, Narodna knjiga – Alfa, Beograd.
- Eko, Umberto (2004), *Istorija lepote*, Plato, Beograd.
- Eko, Umberto (2007), *Istorija ružnoće*, Plato, Beograd.
- Eko, Umberto (1973), *Kultura, informacija, komunikacija*, Nolit, Beograd.
- Fisk, Džon (2001), *Popularna kultura*, Clio, Beograd.
- Gandl, Stiven, T. Klino Kasteli (2007), *Glamur*, Clio, Beograd.
- Gremaux, Rene (1991), „Mannish women of the Balkan mountains: Preliminary notes on the ‘sworn virgins’ in male disguise, with special reference to their sexuality and gender-identity“, *From Sapho to De Sade: Moments in the History of Sexuality*, edited by Jan Bremmer, London and New York.
- Gurvič, Žorž (1965), *Savremeni poziv sociologije*, Veselin Masleša, Sarajevo.
- Hebdiž, Dik (1981), *Potkultura – značenje stila*, Rad, Beograd.
- Herdt, Gilbert (1994), „Introduction: Third Sexes and Third Genders“, in: *Third Sex, Third Gender: Beyond sexual Dimorphism in Culture and History*, New York.
- Hollander, Anne (1993), *Seeing through Clothes*, Brkley, University of California Press, Los Angeles.
- Kajoa, Rože (1986), „Teorija praznika“, *Kultura*, br. 73–74–75, Beograd.
- Kroeber, A. L. (1951), *Three Centuries of Women's Dress Fashion*, Style and Civilizations, New York.
- Kroeber, A. L. and Kluckhohn (1952), *Culture a critical Review of Concepts and Definitions*, Random House, New York.
- Martinić, Tena (1994), *Postmoderna svakidašnja komunikacija*, Naklada Benja, Opatija.
- Mid, Margaret (1968), *Spol i temperament u tri primitivna društva*, Naprijed, Zagreb.
- Mugleton, David (2000), *Inside Subculture: The Postmoder Meaning of Style*, Berg, Oxford.
- Papić, Žarana (1997), *Polnost i kultura*, Beograd.
- Postić, Jasna: „Transrodnost“, *Zarez*, 24. 4. 2003, Zagreb.
- Sapir, Edvard (1974), *Ogledi iz kulturne antropologije*, BIGZ, Beograd.
- Svensen, Fr. H. Laš (2005), *Filozofija mode*, Geopoetika, Beograd.
- Todorović, dr Aleksandar (1980), *Sociologija mode*, Gradina, Niš.
- Tomić-Kaluderović, Inga i Anči Leburic (2002), *Sociologija životnog stila*, Naklada Jenseski & Turk. Zagreb.
- Vujačić, Lidija (april 2005), „Osvajanje ljepote“, *Porodični magazin*, Pobjeda, Podgorica.