

Feminizam i suvremena moda: Vizualna konstrukcija identiteta

Tomić, Anamarija

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Textile Technology / Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:201:650997>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Textile Technology University of Zagreb - Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET
TEKSTILNI I MODNI DIZAJN

DIPLOMSKI RAD
FEMINIZAM I SUVREMENA MODA:
Vizualna konstrukcija identiteta
Anamarija Tomić

Zagreb, rujan, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET
TEKSTILNI I MODNI DIZAJN
TEORIJA I KULTURA MODE

DIPLOMSKI RAD
FEMINIZAM I SUVREMENA MODA:
Vizualna konstrukcija identiteta

Mentor: dr.sc. Žarko Paić

Studentica: Anamarija Tomić

Zagreb, rujan, 2018.

SAŽETAK

Pojam identiteta je relativno nova, ali i nejasna pojava. U ovom radu proći ćemo kroz razvitak istoga od esencijalističkih shvaćanja identiteta kao nepromjenjivog do novih shvaćanja sebe kao performerera. U doba figuracije života i fluidnih identiteta u tvorbi identiteta kao refleksivnom projektu pronalaženja osobnog identiteta otvara se prostor daljnjem razvitku svijesti o slobodi, koji se možda krije upravo u modi i njezinoj tendenciji da uvijek iznova izmiče pravilima. Ipak, postoji bojazan da cijeli identitet svedemo na maske kojima se prikazujemo. Identitet i izgled su povezani, ali ne i sinonimi. Sada smo u novim problemima, moguće i težim od klasne represije-u represiji kulture. Sloboda se izjednačava s odgovornošću i tijelo se regulira na mnoge suptilne načine. Za feminističke ideje i ideale to je posebno opasno jer se sloboda praktički svodi na razlog za kupovinu. Ako suvremena moda nema prostor, ni vrijeme, nego mrežu i vječno sada, tijelo je jedino što nam preostaje te će nam ono biti nit kojom ćemo se voditi u pokušaju pronalaska smisla.

Ključne riječi: feminizam, identitet, de-naturalizacija, vizualnost, mediji, moda, spektakl

SUMMARY

The concept of identity is a relatively new but unclear phenomenon. In this paper, we will go through the development of the same from the essentialist conceptions of identity as unchangeable to the new understanding of ourselves as performers. At the time of figuration of life and fluid identities in the creation of identity as a reflexive project of finding a personal one, space is further created for the development of the consciousness of freedom, which may be hidden in the fashion and its tendency to always re-emerge from the rules. However, there is a fear that we will allow our identity to be reduced on the masks we are depicting. Identity and appearance are related, but not synonyms. We are now facing new problems, possibly more difficult than class repression. These are the time of cultural repression. Freedom is equated with responsibility and the body is regulated in many subtle ways. For feminist ideas and ideals this is especially dangerous because freedom is virtually reduced to the reason for shopping. If modern fashion does not have space, time, but network and Eternal Now, the body is the only thing left to us and it will be the thread we are going to follow in our search for meaning.

Key words: feminism, identity, de-naturalization, visualism, media, fashion, spectacle

SADRŽAJ:

SAŽETAK.....	5
Ključne riječi.....	6
1. UVOD	8
2. (PO)MALO O IDENTITETU	11
2.1. IZ POVIJESTI IDENTITETA/ RAZOTKRIVANJE BESMISLA.....	14
3. IDENTIFIKACIJA U TIJEKU	17
4. PUTEVIMA INDIVIDUALIZACIJE.....	20
5. VRIJEDNOSTI I ŽIVOTI ROBE	24
6. POKAŽI MI ŠTO MISLIŠ.....	27
7. KAMO S FEMINIZMOM?	32
8. MUŽEVAN I LIJEP/ "MEKŠA" MUŽEVNOST	39
9. BEZ PREDAHA- NOVI NAČINI KONTROLE TIJELA	40
10. TRAGOVIMA TIJELA	44
11. DOBA TOTALNE MODE	46
12. ZAKLJUČAK	48
LITERATURA:.....	49

1. UVOD

U svijetu koji sve više pažnje pridaje pukoj vizualizaciji, a možda se i temelji na istoj, ne možemo ne primijetiti sveobuhvatnije prožimanje čiste estetizacije u sve aspekte ljudskog poimanja svijeta. Kako vizualno dobiva na važnosti, tako se mijenjaju načini i alati kojima se služimo u konstruiranju identiteta, odnosno stiliziranju tijela, a samim time i cijelog životnog prostora. S dolaskom nove kompjutorske tehnologije umjesto vertikalne moći ljudske sile nad ljudima, sada se svi nalazimo u posthumanome stanju totalne kontrole života od nastanka do kraja. Sam proces proizvodnje i užitak potrošnje odvija se u procesu optimalne kontrole koju regulira marketing i management kao tehnologija ostvarenja želja. Ono što se nameće kao logičan slijed stvari je potraga za autentičnim identitetom roda/spola, a to najbolje utjelovljuje upravo feminizam i to kao (...) "društveni pokret i teorija radikalne emancipacije potlačenog subjekta u povijesti" (Paić, 2007:177).

Cilj ovoga rada je prikazati važnost i neophodnost de-naturalizacije prirode, općenito razlikovanja prirode i kulture. Ako prirodno samo po sebi ne postoji, a tijelo je unaprijed uvjetovano kulturom i poviješću, otvaraju nam se novi putovi u razumijevanju mode i njenog dosadašnjeg razvitka kao što to primjerice zagovaraju suvremene teoretičarke mode poput Silverman, Wilson i Negrin kada odbacuju pojam "prirodnog" i u suvremenoj modi vide utjelovljenje raskida s esencijalističkom filozofijom te oslobađajući potencijal. Negrin ipak upozorava da je moda više od puke estetske forme, štoviše izraz identiteta, a ako je on danas definiran slikom, postoji bojazan da cijeli identitet reduciramo na maske kojima se prikazujemo. Zastupa tezu da su identitet i izgled povezani, ali ne i sinonimi. Iako svjesni slike o sebi kao bitnom faktoru u konstruktivnom identitetu kao društvenih bića, kontradiktorno je to da što više komuniciramo i izražavamo se, a manje se razumijemo. Značenja postaju nejasna, promjenjiva i ambivalentna. Za razliku od "velikih priča" filozofije kao metafizike povijesti bitka (logos, idea, energieia, subjekt-supstancija, duh, rad) suočeni smo s "malim pričama". Razlika i Drugi nadomještavaju bitak i identitet.

Dugo vremena je moda bila nepravедno zanemarivana kao stvar vrijedna ozbiljnog akademskog istraživanja i smatrana je prilično trivijalnom. No kako Llewellyn Negrin primjećuje u zadnjih tridesetak godina stvari se mijenjaju nabolje. Moda više nije smatrana samo sredstvom opresije i polako se prihvaća kao sredstvo samoizražavanja i kreativnosti. To potvrđuju i mnoga relevantna

izdanja o modi kao što su djela Elizabeth Wilson, Caroline Evans, Gillesa Lipovetskykog, Annie Hollander, Linde M. Scott i drugih. Kao što Lipovetsky piše, moda je manje vezana uz klasu, a više uz bijeg od tradicije. Upravo u modi možemo iščitati našu povijesnu sudbinu: negiranje zastarjelih modela tradicionalne moći, strast za novinom te slavljenje društvene sadašnjosti. Otkada imamo veću društvenu slobodu imamo i veće mogućnosti izražavanja kroz odjeću. Zapravo, moda ne može niti postojati u društvima gdje pojedinac nema mogućnosti slobodnog izražavanja. Kaja Silverman (1986) te C. Evans i M. Thornton (1989) u sličnom tonu proširuju ova zapažanja kao izravan izazov nepromjenjivom identitetu. One modu i njenu prirodu neprestane promjene shvaćaju kao oslobađajuću jer 'denaturalizira' tijelo i time prokazuje kulturnu konstrukciju istog rušeći tako fiksno, kruto, biološki uvjetovano tijelo i sve što se nameće s tim. Shvaćajući sebstvo kao maskeradu ostavljaju iza sebe esencijalni koncept istoga kao nečega statičnog i "Bogom danog" što postoji neovisno o bilo čemu kamoli o odjeći koju nosimo. Daju nam novi uvid u važnost maskerade i različitih "maski" koje nosimo kao neodvojive od tijela. Nema sebstva bez izgleda. Maske koje prihvaćamo stvaraju sebstvo-subjekt. L. Negrin se u knjizi *Apperance and Identity* (2008) hvata u koštac s izazovima koji se javljaju s bujajućim metodama konzumerističkog kapitalizma, na primjer stalna potreba za "makeoverom" koju nameće modna i reklamna industrija. Ne dovodeći u pitanje subverzivnu narav shvaćanja identiteta kao neodvojivog od tijela, primjećuje sve veću opasnost od gubljenja smisla. Smatra redukcionističkim koncept sebstva kao slike. Zalaže se za prepoznavanje važnosti drugih izvora oblikovanja identiteta u konstrukciji istoga. Ne zaniječe oslobađajuće potencijale mode i odijevanja, ali smatra da je izgled u suvremenoj kulturi postao precijenjen i nedovoljan temelj za izgradnju identiteta, te samim time i moda postaje de-emancipacijska. Estetika zamjenjuje etiku. Teza neodvojivosti identiteta i tijela se odmetnula i postala je samodostatna. Jednostavnije rečeno gube se reference i značenja postaju potpuno proizvoljna, a ako možemo izgraditi potencijalno bilo kakvo značenje, to onda više ništa ne znači. To potvrđuje postmodernom pojavom pastiša i sveobuhvatnog eklekticizma. Sva pažnja je na stvaranju "looka", a ne značenja. U tom kontekstu, kreiranje određenog izgleda i konstantno mijenjanje "maski" ostavlja pojedinca u nihilističkom eksperimentiranju sa stilom zbog stila ne označavajući ništa van sebe samoga. U doba figuracije života i fluidnih identiteta u tvorbi identiteta kao refleksivnom projektu pronalaženja osobnog identiteta otvara se prostor daljnjem razvitku svijesti o slobodi, koji se možda krije upravo u modi i njezinoj tendenciji da uvijek iznova izmiče

pravilima. Kao što Baudrillard tvrdi; nadilazeći uzaludnu potragu za 'istinom' ulazimo u područje simboličkog univerzuma u kojem zavođenje ima presudnu ulogu. Feministička kritika tu je istaknula jednako ograničavajuće svođenje vlastitog identiteta osobe na pojavnost, koje posebno pogađa žene.

U ovom radu nastojat ću prikazati strukturu teorijskih ishodišta i dosadašnjih spoznaja interdisciplinarnim teorijskim pristupom modi kroz tri razdoblja razvitka mode od kraja 19. do kraja 20. stoljeća. Preko funkcionalističkih teorija mode koje osuđuju svaku ornamentalnost i ukras kao suvišne i zagovaraju povratak "prirodnom" te srodne feminističke težnje za oslobođenjem podređenog statusa žene kao objekta u obliku odbacivanja krutih, deformirajući formi neprikladne odjeće do postmodernih teorija koje shvaćaju da je i "funkcija" kulturalno definirana. U ovom radu voditi ću se podjelom na tri paradigme mode, uvedene u knjizi *Vrtoglavica u modi* autora Žarka Paića, a to su: "(1) *moderna moda*, (2) *postmoderna moda*, (3) *suvremena moda*" (Paić,2007:166). Za obradu teme iznijeti ću i teze Deleuzea i njegovo "tijelo bez organa", Foucaultove odnose moći, Davisovog koda i ambivalencija u modi, Castellsa i tipologiju identiteta, Butler i određenje roda/spola. Pokušat ću odgovoriti može li se govoriti o identitetu ili je posrijedi ipak nešto drugo. Ako suvremena moda nema prostor, ni vrijeme, nego mrežu i vječno sada, tijelo je jedino što nam preostaje te će nam ono biti nit kojom ćemo se voditi u pokušaju pronalaska smisla.

2. (PO)MALO O IDENTITETU

Pojam identiteta usko se veže uz individualnost koja se veže uz kreativnost, a to su sve pojave koje nisu bile moguće do renesanse i njenih humanističkih ideja. Iako relativno mlad kao pojava, identitet je "krajnje škakljiv i varav pojam", "pojmovna crna kutija" koja se i danas, nakon desetljeća uporna tematiziranja i propitivanja, "nadaje krajnje novom i neistraženom tematikom" (Zeman prema Kaufmann, 2007.). Uporaba pojma identitet seže u filozofijsku tradiciju spekulativne njemačke filozofije od Kanta do Hegela i Schellinga. Riječ je o raspravama o subjektivnosti i konstrukciji osobe kao jastva, što se ranije nije dovodilo u pitanje zbog krutosti sustava gdje se "znalo" tko si i što si. Danas imamo mogućnost dizajniranja životnog stila- *lifestylea*, a time kreiramo i svoj identitet kojim se predstavljamo sebi, drugima i svijetu. Prema Giddensu glavna značajka moderne epohe je refleksivnost, koja sada prožima sve do jastva (sebstva) koje i samo postaje refleksivni projekt (ibid prema Giddens, 2007.). Pojedinac mora neprekidno konstruirati vlastiti identitet iz mnoštva opcija koje mu se nude, što nerijetko rezultira zbunjenošću i tjeskobom. Što učiniti s vlastitom slobodom? Velika odgovornost pada na identitet, štoviše najveća, ona o smislu života. Jer ako je narav refleksivnosti propitivanje, zadaća identiteta je da polijepi komadiće u što smisleniju cjelinu. Ta silna sloboda ima zastrašujući prizvuk promašaja.

Nakon procesa *postmoderne hibridizacije* praktički više nije moguće govoriti o stilu kao takvom. Paić navodi kako Simmel razdvaja život i stil. S tim je u razvitak osobnosti želio uvesti više mogućnosti za posebnost *osobnog stila* (Paić, 2007). „*Demokratski duh izjednačenja vrijednosti učinio je stilove života postmodernim nadomjeskom za veliki sajam bizarnosti, ekstravagancije, taština i shizofrene potrebe za vlastitim osobnim identitetom*“ (ibid.:160).

Kultura igra veliku ulogu u postmodernističkom društvu u oblikovanju novih identiteta. Javlja se pojam kulturnog identiteta. Znakovi u modi i znakovi mode koji se tumače ovisno o kulturološkoj pozadini pomažu nam da dizajniramo svoj identitet i iskazujemo ga javno što opet nije posve osobno, već kolektivno. Pojava antimodne odjeće rušenjem ideala djelovala je umanjnjem važnosti značaja stila, kao neka vrsta prkosa. No pojam antimode je ambivalentan tako da je u njemu moguće kombiniranje više različitih stilova. Naposljetku kao

rezultat globalnog konzumerizma te hiperpotrošnje, odnosno obilja proizvoda koji kolaju sustavom, imamo pojavu "supermarketa stila" kako to naziva Ted Polhemius (Negrin, 2006.) U takvom sustavu ne da se ne stvara ništa *Novo* nego umjesto toga možemo kupovati i birati između mnoštva životnih stilova na tržištu kao s police samposlužnih trgovina i kombinirati ih. Ne radi se više o inovaciji, već renovaciji. Antimoda je pronašla novi put u borbi za identitetom. Time je ujedno započela svoj kraj, ali i kraj samog koncepta identiteta uopće (Paić, 2007). Negrin se zalaže za to da je sebstvo više od maskerade odnosno da izgled mora biti jedan od izraza identiteta, a ne konstituiran isključivo kao identitet. Smatra redukcionističkim svođenje identiteta na izgled i izlaz vidi u težnji komuniciranja vrijednosti i vjerovanja individualnog nosioca. Samo u utjelovljenju značenja vidi izraz identiteta, umjesto zamijene za isti. Osim što želi vratiti, oporaviti komunikacijski značaj mode, pritom ne želeći upasti u zamku semiotike, odnosno odjeće tretirane isključivo kao znakova koji dobivaju značenje u suodnosu s drugim znakovima, naglašava i važnost tijela kao itekako neodvojivog i povezanog s prirodom nečijeg eksperimentiranja s odjećom. Igra izgledom ne može biti odvojena od materijalnosti tijela. Zbog toga problematizira san o nadilaženju granica tijela koji promovira umjetnica Orlan sa svojih bezbroj plastičnih operacija i tretiranje roda/spola kao arbitrarnih znakova u postmodernoj modi. Negrin obrađuje i zagovara tezu da koliko god je dobro potvrđivati izražajne mogućnosti mode, da je trenutno važnije ispitivanje struktura nejednakosti, koje sprječavaju puno ostvarenje potencijala mode. Suprotstavlja se stajalištu koje zagovaraju Baudrillard, Polhemus i Schwichtenberg, te smatra da nemaju svi iste uvjete u igri s rodnim granicama i da je to moguće samo u kontekstu vođenom muškom dominacijom u kojem je muška odjeća uzeta kao paradigmatska. Zato sa skepsom gleda na to da je ženama dana veća sloboda u igri s identitetima u modi, unatoč popularnom slavljenju modne svite spram eksperimentiranja i otvorenosti prema promjeni. Često je modeliranje izgleda korišteno kao nadomjestak za one kojima manjka prilika da se ostvare u drugim područjima života. Tu navodi primjer plastičnih operacija. Smatra da one ne daju odgovor na uzroke nezadovoljstva vlastitim tijelom, štoviše skreću pažnju s temeljnih uzroka nudeći individualno sredstvo, lijek za ono što je naposljetku društveni problem. Iako danas imamo više izbora nego ikada, trebali bi se još jednom zapitati koliko smo sami odgovorni i uključeni u kreiranje svoga izgleda. Iako nismo potpuno pasivni i izmanipulirani modnom industrijom, čak i želimo biti zavedeni, no pritisak i ograničenja unutar kojih biramo ne bi

trebali biti zanemarivani. Veliki utjecaj ima *celebrity* kultura, reklamna industrija i razni influenceri, što je najnoviji naziv za osobe koje takoreći stvaraju trendove putem društvenih mreža. Negrin u svojoj knjizi preko različitih aspekata mode preispituje teorije koje legitimiraju užitek u modi kao samo-izražavanje i kreativnost. Svjesnost o stvaranju određene slike, odnosno izgleda u suvremenoj kulturi, ne samo žena, nego i muškaraca, ne smije se svesti na maske kroz koje se predstavljamo.

2.1. IZ POVIJESTI IDENTITETA/ RAZOTKRIVANJE BESMISLA

Za početak je bitno razlikovati identitet od onoga što sociolozi tradicionalno nazivaju ulogama (istodobno radnica, majka, susjeda, pušač...) iako se nekada isti mogu poklapati-ovisno o tome koliko gradimo smisao na nekoj od uloga. Osnovna razlika temelji se na izvoru iz kojeg potječe identifikacija. Uloge su vezane uz norme određene institucijama i organizacijama, a identiteti uz proces individualizacije i upravo zato su identiteti snažniji izvor smisla. "Jednostavno rečeno, identiteti organiziraju smisao dok uloge organiziraju funkcije" (Castells, 2002:17). Castells smisao definira kao simboličku identifikaciju svrhe nečijeg djelovanja i drži da je u umreženom društvu većinu društvenih aktera smisao organiziran oko primarnog identiteta onoga koji uokviruje ostale, koji je samoodrživ kroz vrijeme i prostor. Individualizam (različito od individualan identitet) može također biti oblik "kolektivnog identiteta", kao što je analizirano u Laschovoj "kulturi narcisoidnosti" (Lasch, 1980). Ako krenemo od teze da su svi identiteti izgrađeni, nameće se pitanje kako, iz čega, tko ih je izgradio i zašto. "Izgradnja identiteta rabi građevne materijale iz povijesti, zemljopisa, biologije, produktivnih i neproduktivnih institucija, kolektivnog pamćenja i osobnih fantazija, aparata moći i vjerskih otkrivenja" (Castells, 2002:17) Kako će se percipirati svi ovi materijali ovisi o različitim društvenim i kulturnim utjecajima, različitim u svom vremenu i prostoru. Sve to stvara kolektivni identitet u kojem veliku ulogu igra i simbolički sadržaj tog identiteta s kojim se onda pojedinci poistovjećuju ili se pronalaze izvan istoga. Castells (2002) razlikuje tri oblika identiteta: *legitimirajući identitet*, *identitet otpora* i *projektni identitet*. *Legitimirajući identitet* povezuje s dominantnim društvenim institucijama koje ga uvode da bi održavale svoj sustav moći i autoriteta. *Identitet otpora* stvaraju oni subjekti kojima se ne sviđa uspostavljeni poredak dominacije i dovodi do stvaranja komuna ili zajednica. On je više obrambeni mehanizam i ima veliku ulogu u društvu. Treći, *projektni identitet* traži kompletnu redefiniciju položaja u društvu na temelju dostupnih kulturnih materijala i sveukupnu preobrazbu društvene strukture. Tu možemo svrstati feminizam u fazi kada prestaje borba za osnovna ljudska prava, kada se izaziva patrijarhat i cijela struktura produkcije, reprodukcije, spolnosti i osobnosti na kojoj se povijesno temelje društva, u fazi kada svijet postaje spreman za stvaranje autonomnog ženskog identiteta i konačnu preobrazbu društva. No navedeno nisu statične kategorije i prijelazi iz jedne kategorije u drugu se događaju, svaki u svom specifičnom povijesnom kontekstu. Castells u svojoj analizi zagovara tezu da su društveni identiteti posljednje

utočište pred socijalnom nesigurnošću uzrokovanom globalizacijom. Ove sociološke raščlambe i pojmovi, iako ne izravno vezani uz vizualni identitet, trebale bi nam poslužiti kao uvid u koncept identiteta da bi do kraja rada dobili obrise moguće fenomenologije istoga. Nesumnjivo je da globalizacija mijenja identitete i to ih čini dinamičnom kategorijom, ali da li društvu još odgovara Castellsov pojam umreženog ili se sve odvija u nekim novim uvjetima, razraditi ćemo u daljnjim poglavljima.

Da bi lakše razumjeli odmak od esencijalističkih stajališta koji na identitet gledaju kao na danost koja pojedinca definira jednom za svagda, uočiti ćemo razliku između pojmova kulture i kulturnog identiteta. Kultura se može zbivati i bez identitetske svijesti, a identitetske strategije mogu neku kulturu toliko preoblikovati da ona više nema mnogo zajedničkog s onim što je prethodno bila. Kultura se dobrim dijelom gradi na nesvjesnim procesima, a identitet na simboličkim oprekama i nužno svjesnim normama pripadnosti (Kalanj, 2003). Kada razmišljamo u terminima "Mi-Oni" razlika počiva u kulturi. Ako smatramo da je ta kultura naslijeđena i neizbježna onda pojedinac nema puno izbora jer mu identitet prethodi. Subjektivističko shvaćanje identiteta kritizira ovakva stajališta i smatra da identitet jest kulturno uporište, ali ovisno o vremenu i prostoru, što znači promjenjivo. Međutim ovakav antiesencijalistički pristup nadalje nailazi na kritiku da je identitet tu odviše proizvoljan i prolazan, što je ujedno i pomak u razumijevanju promjenjive naravi identiteta i temelj za daljnja razmišljanja i predviđanja. Sociološki gledano moramo još napomenuti da se identitet stalno konstruira i rekonstruira u procesima društvene razmjene što u središte pozornosti stavlja proučavanje odnosa. Bez drugoga nema identiteta, bez razlikovanja nema identificiranja. *"Iz stava da je identitet rezultat procesa identifikacije u nekoj relacionoj situaciji te da je relativan jer s promjenom situacije može evoluirati, izvodi se čak i zaključak da je pojam identifikacije analitički operacionalniji od pojma identiteta"* (Kalanj, 2003:57 prema Gallissot, 1987:12-27). Ono što se dalje otvara je pitanje "dogovora" između osobno definiranog samoidentiteta i heteroidentiteta ili egzoidentiteta definiranog od drugih (ibid prema Simon, 1993:57-63). Koja će vrsta identiteta imati veću legitimnost ovisi o karakteru relacione situacije, što u igru uvodi odnose moći (i simboličke dakako). Ovi odnosi su posebno zanimljivi iz feminističke perspektive iz očitih razloga preraspodjele moći i vrednovanja ženske subjektivnosti i želja od strane dominantne grupe. Isticanje razlika često čak i potvrđuje identitet dominantne grupe, umjesto da pridonosi integraciji kulturnih razlika, što rezultira političkom segregacijom manjinskih grupa. Koliko je tema

privlačna, ali i riskantna potvrđuje mišljenje Jacquesa Derridaea, vodećeg mislilaca dekonstrukcije koji identitet smatra prvotnim grijehom (peccatum originarium) zapadne misaone tradicije. Da bi izašli iz opsjena zapadnih političkih ideologija identitet se treba prestati poistovjećivati s klasom, nacijom, spolom itd. te se takvi pojmovi trebaju dekonstruirati (ibid prema Lilla, 2001:220-250). No da ne bi upali u zamku vrednovanja opravdanosti ili neopravdanosti nekog identiteta ili procesa identifikacije imat ćemo na umu višedimenzionalnost identiteta i pomoću toga otkriti što više o putovima kojima se isti kreće, naravno sve u smjeru vizualnosti, njenog formiranja i utjecaja na žene i sve koji se tako osjećaju.

3. IDENTIFIKACIJA U TIJEKU

Zanimljivo objašnjen kao neka vrsta virtualnog fokusa na koji se moramo pozvati da bi objasnili određen broj stvari, a da sam uistinu ne postoji (Kalanj prema Levi-Strauss, 2003), identitet ima svoje uspone i padove te opipljive posljedice uslijed promjena u shvaćanju istoga. Ako smo zaključili da identitet shvaćen kao nepromjenjiv djeluje represivno i da bi se trebao shvaćati kao proces, u ovom ćemo odlomku vidjeti koji su to procesi. Oni jesu usmjereni na subjekt, ali ne i subjektivni. Danas kad svijet sve cjelovitije prožima utjecaj znanstveno-tehničkog Aparata nije iznenađujuće propitivanje vrijednosti koje prihvaćamo i preko kojih se poistovjećujemo s drugima i sa samim sobom. Još je i Platon primijetio ljudsku potrebu za priznanjem sebe preko prihvaćanja drugih. O sličnoj stvari govori i Hegel u svojoj *Fenomenologiji duha* kada govori o samosvijesti. Zato za čovjeka kažemo da je društvena životinja. Svjesnost svojeg vlastitog Ja preko priznanja drugih, prema Hegelu, jedna je od osnovnih osobina koje nas razlikuju od životinja (Šuran, 2010). Ako nas je racionalnost odvela do zavisnosti o Drugome to je sada anonimni Drugi. Sve više ovisimo i poistovjećujemo se s ulogama i funkcijama koje obnašamo u određenom sustavu vrijednosti odnosno unutar znanstveno-tehničkog Aparata. Pojmovi kao što su individua, subjekt, sloboda, tjelesnost ili traženje smisla postaju neadekvatni u novom sustavu vrijednosti pa tako ne čudi da pojedinac gubi doticaj s smislom. Ako se identificiramo kroz funkciju koju obnašamo ne možemo se nadati velikom odmaku od cilja Aparata koji je sam sebi glavni proizvod i cilj. Možda je to pokušaj pridobivanja vlastitog identiteta nazad, ali to ne umanjuje činjenicu da smo upali u novu zamku, moguće i još težu od klasne. Sada vlada represija kulture. Isključenost koju osjećamo odraz je realnog stanja socijalnih odnosa. Kada je obrisana razlika između tehničkih i društvenih oblika, između stvarnosti i virtualnosti, privatnog i javnog, nejasan je ne samo identitet nego i prostor slobode. Mnoštvo mogućnosti, proizvoda i izbora može nam biti indikator i za vlastitu zamjenjivost i osvijestiti nam da smo dio stroja. Ako se u konačnici razotkriva isti ishod bez obzira na izbore koje smo donijeli onda se ne radi o slobodi nego o prividu izbora. Sloboda se izjednačava s odgovornošću tako da nije potrebno niti koristiti prisilu da bi se postiglo omasovljenje i standardizacija (ibid). Zarobljenici smo vlastitih beskonačnih očekivanja i odgovornosti. Pri tom konstruiranju, odnosno traženju smisla, što je i za Castellsa ključno određenje potrage za identitetom, kultura nije samo omiljena hrana 'preiznalaženja' sebe (kako je,

primjerice, karakterizira Kaufmann) nego upravo ključni obrambeni resurs, možda i jedino učinkovito sredstvo u artikuliranju identitetskih figura koje će se uzmoći suprotstaviti sveprožimljućoj logici globalno umreženoga kasnog kapitalizma. U tome da ga treba stalno iznova stvarati očituje se njegova narav projekta kao svjesnoga nacrtnog "protezanja" u budućnost, u ono što se tek ima proizvesti kao zbilja, kao djelatna manifestacija moći iznalaženja sebe drukčijim. Stoga je ne samo smisljeno nego i nužno govoriti o identitetskim strategijama i o politikama identiteta. Koncept strategije označuje slojevito, dugoročno, refleksivno promišljanje vlastitih razloga, stajališta i taktičkih poteza, a koncept politike signalizira da se ta kontinuirana odmjeravanja snaga i rekonsideracije stanja svagda odvijaju u sklopu odnosa s drugim u borbi, dakle, za priznanjem, koje ne samo da je "u srcu same stvari" nego ujedno jest aspekt identiteta koji su društvene promjene svojstvene modernosti učinile "najproblematičnijim" (Calhoun, 2003.b, : 20).

Van Dijk razlikuje društveni ili skupni i osobni identitet, pri čemu se osobni identitet konstruira kroz dvostruki kontekst: kao mentalna predodžba u smislu osobnog jastva jedinstvenoga ljudskog bića s vlastitim, osobnim iskustvima i životopisom (iz nataloženih mentalnih modela izveden apstraktni model jastva, često u interakciji s drugima) te kao mentalna predodžba društvenog jastva u smislu skupa zajedničkih pripadnosti i procesa poistovjećivanja koji su povezani s takvim predodžbama pripadnosti (Marot Kiš prema van Dijk, 2006.). " *Kako u kontekstu osobnog identiteta tijelo igra značajnu ulogu (pojedinačno tijelo povezano s pojedinačnim umom motor je suodnošenja s okolinom, premda procjena njegovih performansi često ovisi o društveno proskribiranim normama i uzusima) i društveni se identitet često povezuje s afektivnim ili emocionalnim dimenzijama (karakteristike osobnog preslikavaju se na područje kolektivnog)*" (Marot Kiš, 2006:165–166). Govoreći o emocijama i fizičkim stanjima skupina (feministice su ljute na muški šovinizam, profesori su nezadovoljni plaćama itd.), Van Dijkovu kritiku moguće je "popraviti" kognitivističkom perspektivom metonimijskog prijenosa značenja pri čemu niz pojedinačnih emocija postaje reprezentom skupine, preuzimajući ulogu obilježja društvenog identiteta. Od kraja 60-ih godina 20. stoljeća imamo razvoj preokreta vrijednosti, događa se veliki kulturalni obrat-*cultural turn* (Paić, 2007). Potrebno nam je drugačije razumijevanje smisla u sferi političkog koja poprima kulturalne oznake. Tu se javlja pojam politike tijela (*Body politics*) kojeg označavaju politika seksualnosti, rodne/spolne (ne)jednakosti i politika kulturnog identiteta. U cijelom tom sklopu moda nadilazi stvaranje fiksnog identiteta,

ona je realizirana vizualna semiotika tijela. Zbog toga se i gubi pojam postmodernog identiteta, jer ne možemo razlučiti granicu između mode-tijela-slike-figure (ibid). Ako modu promatramo kroz tri paradigme mode; *modernu*, *postmodernu* i *suvremenu* modu možemo uočiti razlike u povijesnom nastajanju i nestajanju identiteta. U *modernoj* modi društvena diferencijacija je utemeljena na socijalno-klasnoj diferencijaciji u kapitalističkom društvu-društvena hijerarhija mode. *Postmoderna* moda je demokratskija i naglasak stavlja na kulturnu diferencijaciju. Sloboda i ljudska prava su univerzalni i to stavlja u fokus manjine i ugrožene skupine. U konačnici *suvremenu* moda određuje prevlast životnih stilova, sloboda izbora i autonomija dizajniranog tijela. Moda funkcionalno služi za konstruiranje izvanjskog identiteta i time stvaranje društvenog prestiža (ibid.). "*Veza između mode, kulture i identiteta u postmoderno doba pokazuje da moda sudjeluje u tvorbi novog identiteta više od mnogih drugih važnijih stvari u životu* (Paić, 2007:171)". Porastom potražnje i potrošnje stvara se sve više izbora. Sve postaje modom i lako se urušava i nestaje u nedostatku smisla. Ako odjeću promatramo kao drugu kožu onda je današnja brzina promjene "kože" upravo rezultat svijesti o razlikama. Identitet se raspao u krhotine jer je toliko promjenjiv. Gotovo svakodnevno prihvaćamo tijelo nekog drugoga kao svoje privremeno tijelo. Na kraju možemo reći samo da je bitno sudjelovati jer u suvremenoj modi ionako nema stvarnog i stalnog identiteta, a realnost se određuje kroz odjevne kodove koje svi imamo manje ili više pravo slobodno birati.

4. PUTEVIMA INDIVIDUALIZACIJE

U suvremenom društvu svima je već jasno da se nešto veliko i potencijalno opasno događa s našim fizičkim izgledom. Opterećenost vanjstinom i općenito polaganje svih nada u izgled debelo se promovira i teško im je ući u trag pod tim imenom. Kapitalizam koji ne mari za ničim osim za novcem nemilosrdno gazi i potkopava sve što mu ne donosi profit, a savršeno lukavo pronalazi nove načine zarade. Očigledno je da smo sa svih strana obasuti savjetima i ponudama koje se tiču našega izgleda. Svi su zaokupljeni zdravljem, formom, *styleingom*, općenito modeliranjem tijela, bilo tjelovježbom, raznim pripravcima za mršavljenje, plastičnim operacijama ili mnoštvom manje trajnih zahvata. Od nas se očekuje da održavamo svoje tijelo u najboljoj mogućoj formi iako su ta očekivanja konstruirana i promjenjiva, a u suprotnom nam se pripisuje moralna i karakterna slabost. Do 60-ih godina 20. stoljeća teoretski je bila najzastupljenija funkcionalistička sociologija koju možemo opisati motom "cilj opravdava sredstvo", a moda gledana s toga stajališta svedena je na funkciju. No moda ne može biti samo društveni fenomen, bit mode je ono unutarnje, ona je duh vremena iskazan kroz odjeću. Ni Marx ni Nietzsche nisu predvidjeli spektakl i informacijsko-komunikacijsko društvo kada na cijenu dolazi intelektualni rad. Ovim novim tipom društva upravlja kulturna industrija. Estetske preferencije nisu više kolektivne (klasne), već ih određuje marginalna diferencijacija što ujedno označava početak supkultura. Najveći obrat je u tome da moda više nije odijevanje, nego dizajniranje tijela. Suvremena moda nema kontinuitet, vjeru u vječni napredak, nego je u plinovitom stanju. Ako je moda kulturni fenomen, a kultura je sustav znakova podložan mijeni, onda je i moda promjenjiva. Moda je stvaranje novoga, za razliku od odijevanja. Otuda histerija potrošačkog društva. Posljednja velika sociološka teorija je ona racionalnog izbora, no problem se otkriva već u nazivu. Moda se može opisati raznim epitetima, ali racionalno nije jedan od tih. Moda nikada nije marila za razum, štedljivost i slično. Ona je okrenuta prema van (moda kao razmetljiva potrošnja). Samo moda ima mogućnost povratka u prošlost, jedina odmah zastarijeva, ali se i vraća. Odavno već kreativnost nije samo odlika umjetnosti i znanosti, a inventivnost odlika znanosti, nego i umjetnosti. Mike Featherstone ukazuje na novo shvaćanje sebe, ono kao performer, što stavlja veliki naglasak na izgled odnosno ono kakvim se prikazujemo i kakav dojam ostavljamo spram drugih. Ovakvo shvaćanje zamjenjuje ono iz 19. stoljeća kada smo bili zaokupljeni s likom u kojem su primat imale vrijednosti kao građanstvo, demokracija, dužnost,

posao, čast, ugled i moral, a identitet se nije gradio na primarno estetskim referencama (Negrin, 2008). Negrin ovu pojavu kulta izgleda vidi kao kontradiktoran projekt. S jedne strane to je individualistički projekt koji oblikovanje izgleda vidi kao izraz osobnog identiteta. Suprotno ranijem shvaćanju izgleda kao izraza društvene uloge ili klase, identitet se sada shvaća kao izraz unutarnjeg sebstva. Ruši se tradicionalni, zadani sistem značenja i sada smo sami odgovorni za dizajn svojih tijela. No pomama za individualnošću dovodi i do de-individualizacije. Ako nismo jedinstveni entitet s fiksnom suštinom onda smo fragmentirani, decentraliziran i sposobni za stalnu promjenu. Ted Polhemus nam to dočarava nazivom supermarket stila. Možemo birati između mnoštva maski kao s polica supermarketeta. Ako nema sebstva odvojenog od maske onda je ono 'depersonalizirano' jer je razgrađeno na različite maske koje preuzimamo. Tu se javlja paradoks. Što se više trudimo izraziti svoju osobnost i karakter kroz vanjštinu, izgled koji preuzimamo otkriva sve manje. Značenja postaju podložna mnogostrukim tumačenjima. Negrin to potkrjepljuje Baudrillardovom primjedbom (1993a:92) da su u postmodernoj kulturi predmeti postali "slobodno plutajući" označitelji koji ne označavaju ništa izvan sebe samih. Tjelesno ukrašavanje više ne ukazuje na klasu, zanimanje ili nacionalnost nositelja istih nego je često ogoljeno od značenja zbog raznih neočekivanih kombinacija. Također smatra da je pojava ovih kontradiktornih trendova simptomatska sve težem pronalaženju i stvaranju smislenog identiteta koji pojedinci pokušavaju izgraditi modelirajući svoj fizički izgled. Llewellyn Negrin ispituje što je dovelo do estetskog kulta sebstva, kontradiktornu prirodu tog projekta i dileme koje nosi sa sobom.

„Moda je za čovjeka sredstvo identifikacije i socijalizacije, prijepor s okolnim svijetom, simbolička komunikacija, obveza prestiža, predmet užitka i primijenjena umjetnost. – Moda ima mnogo očeva i majki. Naš trud, naša fiksacija da stvari objasnimo koliko je moguće monokauzalno, kod mode nas ne vodi cilju. Pri umjetnoj preinaci čovjekova tijela valja uzeti u obzir toliko različitih faktora, kao što je ishrana, klima, okolni svijet, strukture mišljenja i ponašanja, mit i vjerovanje, socijalna interakcija, običaji i tradicija, gospodarstvo i tehnika“ (Galović, 2001:11 prema Loschek, 1991:9). U ovoj tvrdnji možemo naslutiti kompleksnost i definiciju mode kao jednog od najintrigantnijih fenomena modernog života. Moda kakvu mi danas poznajemo u kojoj je ključni pojam promjena nije oduvijek tu dapače trebalo joj je dosta vremena da se razvije. Konkretno moda se pojavljuje u kasnom 14. stoljeću, odnosno u vrijeme renesanse (Arnold, 2009). Tek tada je imala dovoljno prostora da se manifestira. Vizualno postaje

poželjno i dostupno širem broju ljudi u razdoblju preporoda kao produkt razvoja trgovine i financija, rađanjem ideja o individualnosti i ostalih humanističkih ideala te zahvaljujući pomacima u klasnoj strukturi. Nadalje, širenjem informacija o modi, kroz gravure, putujućim trgovcima, pismima te kasnije u 17. stoljeću razvojem modnih časopisa, moda je postajala sve vidljivija i poželjnija. Svoj tempo je počela ubrzavati krajem 18. stoljeća, a do trenutka kad je industrijska revolucija bila na vrhuncu u drugoj polovici 19. stoljeća obuhvaćala je niz različitih vrsta mode. Do kraja 20. stoljeća, moda je doista postala globalizirana (Ibid.). Tek kada se uruši stari hijerarhijski društveni poredak i nestanu pripisane društvene uloge javlja se koncept "identiteta", što znači da je to relativno nova pojava, no problematična od rođenja. Dok je briga modernosti bila kako konstruirati identitet i zadržati ga čvrstim i stabilnim, postmoderni problem identiteta, kao što Bauman ističe, primarno je upravo suprotan: kako izbjeći fiksaciju i zadržati otvorene opcije (Negrin, 2006). Razvoj informacijske tehnologije uvelike je utjecao na tokove globalizacije. Ubrzao se tempo promjene, promijenile su se ekonomske prakse, povećala fleksibilnost, ali i nestabilnost. Castells je ovaj novi svijet okarakterizirao kao umreženo društvo. Rušenje, odnosno preobrazba materijalnih temelja života kao što su vrijeme i prostor izazvala je u ljudi želju da imaju nadzor nad svojim životima i okruženjem. Već od polovice 19. stoljeća razvoj fotografije, filmske industrije i oglašavanja dao je ogroman doprinos kreiranju i konsolidiranju "izgleda" (*the look*) kao važne stavke u imaginariju epohe.

Tijekom devetnaestog stoljeća žene iz srednjih društvenih slojeva i članovi avangarde sve više pažnje posvećuju izgledu. To objašnjava činjenica da su žene bile isključene iz javne sfere te one sve više pribjegavaju jedinjoj od rijetkih sfera gdje se mogu kreativno izraziti, a to je uljepšavanje sebe i kućanstva. Veblen u 19. stoljeću piše da čak ni to nije bio izraz njihova identiteta, koliko demonstracija moći i statusa prvenstveno njihovih muževa (ibid). Što se tiče avangarde, njihov cilj je bio pretvoriti život u umjetnost. Osnovna ideja koja se krije iza ovoga bilo je razlikovanje od mase kroz kultivaciju karakterističnog načina odijevanja te pročišćavanje, rafiniranja estetskog ukusa. Tokom 20. i 21. stoljeća ulaganje u fizički izgled postaje sve naglašenije. Početkom 20. stoljeća moda je diktirana vodećim kućama *haute couturea* koje bi nametale dominantan stil za svaku sezonu, no do 1980-ih se uvelike nametnuo trend *do-it-yourself* stila, što bi u osnovi značilo da je stil oblik samoizražavanja. U časopisima se ohrabivala ideja da se stvara individualni "*look*" kombinirajući različite odjevne predmete iz različitih izvora. Uskoro sve vrišti individualnošću, od odjeće i šminke pa do kože s

popularizacijom tetovaža i piercinga. Na cijeni je briga za sebe i udovoljavanje svojim jedinstvenim potrebama (ne više muškarčevim), a konformizam je na zlu glasu. Nitko voljko ne priznaje da je rob mode i svi su autonomni u izborima koji se tiču njihova tijela. Demonstracija besprijekornog ukusa ispred moralnih vrijednosti postalo je primarnim načinom izražavanja identiteta. U konačnici narcizam tijela primjerenu "ideologiju" i "metodologiju" svoje realizacije pronalazi upravo u konzumerizmu. Za postmoderno sebstvo izgled ne prerašava stvarnost nego jest stvarnost. Argentinski psihoanalitičar Enrique Carpintero govori o fragmentaciji identiteta kao bolesti našeg doba, ali i sastavnim dijelom istog, legitimnim procesom koji se može shvatiti kao zalag budućnosti unatoč predznaku raspada (Filipović, 2006). Sama rasprava o svođenju identiteta na izgled znači da još ima smisla razgovarati o iskrenosti i obmani u sferi istoga što je suprotno postmodernim pretpostavkama da je takva razlika nedostatna te kako nismo ništa osim vanjštine. Nije svaka prezentacija sebe jednako lažna "fake", neke su prikladnije od drugih za izraziti vrijednosti i vjerovanja nosioca (Negrin, 2008).

5. VRIJEDNOSTI I ŽIVOTI ROBE

Svijet u kojemu je sve na prodaju, ili druga krajnost gdje je sve jedinstveno, nije moguć. Istina je uvijek negdje između. Ljudski um ima tendenciju da svrstava, stvara red, tendenciju hijerarhije po kategorijama. Ovdje smo fokusirani na odjeću i vizualne podražaje što po zapadnom modelu spada pod prestižne predmete. Pitanje je koji je to misteriozni proces u kojem stvari od nepoželjnih postaju poželjne, odnosno vrijedne? Tekst Igora Kopytoffia iz sada već kultnog djela Arjuna Appaduraia *The social life of things* iz 1986. godine ukazuje nam na kompleksna preplitanja utjecaja kojima pretvaramo stvari u robu unutar sustava razmijene. Iako je tekst o komodifikaciji, odnosno pretvaranju stvari u robu i problemu određivanja vrijednosti raznih materijalnih i nematerijalnih dobara, (od ropstva, hrane, lijekova do glumaca, sportaša i djece) može se povezati i s modom. Ekonomski imamo razmjenu za novac, no iz kulturalne perspektive proizvodnja robe je prvenstveno kulturološki i kognitivni proces. Iako je ovo vidljivije u manje razvijenim Ne-Zapadnim društvima, mi ćemo se fokusirati na Zapad, upravo zbog utjecaja koji ima na ostatak svijeta i primata nad diktatom vrijednosti. Zapad je najplodnije okruženje robe, ali s druge strane imamo individualizaciju što nas izravno dovodi do naše teme vizualne konstrukcije identiteta. Ono što antropolozi naglašavaju u biografskom pristupu stvarima je to da kod preuzimanja stranih ideja ili stvari nije bitno to da su preuzete nego način na koji su kulturološki redefinirane i korištene.

U spomenutom tekstu analizira se nagon da proširimo fundamentalno zavodljivu ideju o razmijeni na onoliko stvari koliko nam postojeća tehnologija razmijene dopušta i način na koji se događa sam proces komodifikacije. Kako to proširiti na osobni izričaj? Koliko sebe uopće možemo dati u takvim uvjetima? Da li je ključan pristup? Poštujemo li stvari, sistem ili sebe i kako ili što pomiriti da bi zadovoljili potrebu za izražavanjem i komunikacijom? Ako komodifikacija označava homogenizaciju vrijednosti, a društvo, odnosno kultura, teži diskriminaciji, to nas dovodi do toga da pretjerana komodifikacija označava anti-kulturu. U bilo kojem društvu pojedinac mora manevrirati između kulturne strukture komodifikacije i osobnih nastojanja da unese vrijednosni red u svemir stvari. Suvremeni svijet u sferama razmijene odvaja materijalno od osoba i stvaraju se druge jedinstvene vrijednosti u ograničenim grupama, kao što su zajednički kulturalni kodovi ili poseban moral (Kopytoff, 1986). U heterogenim liberalnim društvima vlada pluralizam i relativizam, nema čvrstog uporišta, pravila su manje jasna, što

omogućuje promijene u značenjima, a osobna interpretacija je postala najzavodljivija i najuočljivija promjena. Ljudi jasno žude za jedinstvenošću, zato su popularne 'kolektivilije' (ograničene linije, kupite dok možete). Većina sukoba između komodifikacije i singularizacije je ipak unutar pojedinca. Tu dolazimo do Marxovog pojma fetišizma robe, odnosno vrijednosti koju stvari upijaju. To je vrijednost robe određena društvenim odnosima njihove proizvodnje. Sistem "maskira" pravu vrijednost i omogućuje fetišističku moć koja je nepovezana s pravom vrijednosti. Zapad, iako visoko komercijaliziran svakako ima poseban pogled na svijet. Moralne dileme koje se javljaju oko komodifikacije rada, intelekta, kreativnosti, organa, pa i žena i abortusa su jako sklizak teren i teško je odrediti razliku između stvari i ljudi, što je s feminističkog stajališta posebno zanimljivo.

Još jedan tekst koji ovdje želim istaknuti je onaj Petera Stallybrassa *Worn Worlds, Clothes, mourning, and life of things* za koji mislim da ima neke srodne ideje s Negrin u smislu zagovaranja teze da se odjeći i stvarima treba pridavati više osobnih osjećaja i značenja. Autor nije imao namjeru pisati o odjeći, ali kada mu je umro prijatelj najživlje uspomene mu je izazivala upravo njegova stara jakna i počeo je razmišljati, čitati i razgovarati o odjeći. Posebno ga je intrigirala odjeća koja nadživi svoje vlasnike i tragovi života koji ostaju na njoj (mirisi, oblici, oštećenja). Smatra da "materijalizmu" fali upravo obraćanje pažnje na materijalno te da je Marx pogriješio kada je fetišizmu robe prepisao pejorativne konotacije, jer je izbrisao istinsku čaroliju koju živimo kada volimo. Ljudima je sramotno voljeti stvari, jer su to ipak neživi objekti, no autor smatra da bezdušnim gomilanjem istih radimo još veću grešku. One ostaju beživotne upravo jer nisu fetišizirane. Najvažnije je simboličko značenje utkano u odjeću što posebno dolazi do izražaja nakon nečije smrti, kao u njegovom slučaju. Ljudi se različito nose s tim "terorom" materijalnog traga. Neki bacaju sve što ostane iza pokojnika (slično je i s prekinutim ljubavima) jer žele izbrisati trag koji je prazan odnosno bolni podsjetnik na ono što je izgubljeno, neki iz straha¹, a neki se teško odvajaju od podsjetnika na ono što je nekada bilo. Kritizira kartezijsku paradigmu gdje su odjeća i stvari općenito degradirane u potjeri za životom uma. Autor napominje da su muškarci i žene razvili različit odnos prema odjeći kroz društvene odnose². Tekst nam daje mnoštvo primjera iz života autora iz prve ruke, na primjer sram djece kada obuku cipele koje su im nametnute, pa pokapanje u "krivoj" odjeći ili žudnja za stvarima u

¹ Kada je ormar prazan hvata nas jeza, a nije slučajno ni da su čest motiv duhovi iz ormara

² Žene se tradicionalno bave šivanjem i sličnim praksama, pa tako imamo i patchwork gdje se različiti komadi tkanina ukomponiraju u novi komad, obično poplun i tako se dobije novi komad s tragovima prošlosti

izlogu. Smatra da politička i kulturalna kritika neopravdano smatraju ovakve stvari trivijalnim i da im se treba priznati kako politička stvarnost tako i psihološko vrednovanje.

Odjeća je uvijek bila važan dio konstruiranja i izražavanja identiteta. U Ne-Zapadnim, tradicionalnijim kulturama ona je odraz društvene hijerarhije, vjerovanja i običaja i izraz je grupnog identiteta, za razliku od Zapada gdje se redovito mijenja, svjetovna je, individualna i zove se moda. Moć odjeće vidi se na primjerima koloniziranih zemalja gdje prihvaćanje novih uvjeta zahtijeva i prihvaćanje novih odijela (Craig, 2006). Odjeća postaje oružje kojim se nameće autoritet. Promjena političkih okolnosti i ekonomskih uvjeta uvelike je potpomognuta i promjenom načina odijevanja kao dio preformuliranja identiteta osvojenih područja. Obrnuti slučaj upotrebe egzotičnih motiva u zapadnoj kulturi nema toliku težinu posebno nakon 1976. godine kada YSL u svoju kolekciju unosi inspiraciju seljačkom haljinom i od tada egzotične teme i službeno postaju lajtmotiv modnih revija (ibid.). Kojim sve putovima se može kretati moda i koliki značaj ima vidimo u prethodnim primjerima, no nadalje ćemo fokus održati na zapadnim modelima ponašanja koji se ionako trude demonstrirati nam civilizirane načine neprestanim re-izmišljanjem drugačijega (cikličnost modnih promjena, etno i slično).

6. POKAŽI MI ŠTO MISLIŠ

Dobar uvid i uvod u kompleksnost vizualnog i mnogih zabluda, mitova i bojazni u svezi istoga iznosi nam W. J. T. Mitchell u kratkom poglavlju *Pokazati gledati* prvotno napisanom za konferenciju "Povijest umjetnosti, estetika i vizualni studiji" koja je održana 2001. godine. Nesuglasice se javljaju već u samom nazivu i onome što obuhvaća "vizualna kultura". Jednoznačnog odgovora nema, a Mitchell je sklon pustiti kontekstu da objasni značenje. Kao tvorac fraze "slikovnog obrata" pojašnjava nam kako to nije pojava jedinstvena našem vremenu, iako danas poprima specifičan oblik. Kao primjere navodi Izraelce i zlatno tele ili Platonovu pećinu, kako bi nas odmaknuo od generaliziranja da je "teror" vizualnog svojstven samo "modernitetu" ili "Zapadu". „*Problem je u postavljanju paradoksa koji se može formulirati na više načina: da je vizija kao takva nevidljiva, da ne možemo vidjeti što je to viđenje; da oko (pace Emerson) nikada nije transparentno*“ (Mitchell,2006:25). Prevladavanje "prirodnog stajališta" ključno je za koncept vizualne kulture. Ovo viđenje i pristup nikada ne škodi istaknuti kao potkrjepu kulturnog konstrukta kulture, na primjer "muškog pogleda", posebice u tvorbi identiteta s feminističkog stajališta. Biti svjestan da se i samo gledanje uči i kultivira. Mitchell nas uči i podsjeća koliko je vizualnost opsežna tema i koliko je duboko upletena u ljudsko društvo, ne samo s stajališta povijesti umjetnosti ili estetike s kojima se najčešće veže, nego da uključuje i znanstvenu i tehničku proizvodnja slika, film, televiziju i digitalne medije, kao i filozofijska istraživanja o epistemologiji vizije, semiotičke studije slika i vizualnih znakova, psihoanalitičko istraživanje "nagona" za gledanjem, fenomenologijsko, psihologijsko i kognitivno izučavanjem gledateljstva i izloženog, vizualnu antropologiju, fizikalnu optiku, animalnu viziju i niz se nastavlja. Mitchell se ne ograničava na slike ili medije, nego se širi na svakodnevne prakse pokazivanja i gledanja, osobito one koje držimo neposrednim. Manje se bavi značenjem slika, a više njihovim životima i ljubavima. Ono što izvlačim iz njegova rada i ističem kao bitno u daljnjem promišljanu teme je uravnoteženost u pristupu gdje imamo na umu manipulativnu moć slike s jedne strane i slike kao autonomnog izvora vlastite svrhe i značenja za druge. Feministički gledano to nam daje teoretski temelj za sve krive prosudbe, stereotipe i slično, a s time određenu utjehu i moć. Njegova teza da ne postoje vizualni mediji u čistom obliku, već da su svi mediji mješoviti mediji, samo sa različitim omjerima osjeta i vrsta znakova u konstruiranju vizualnosti unosi dodatnu dimenziju.

Moda s kraja 20. stoljeća zadobiva oblik netipičan za dotadašnje shvaćanje mode. Često shvaćana kao nešto površno i uzimana s dozom lakoće, sada glavne teme postaju smrt, propadanje, tjeskoba, otuđenje i gubitak. Modne revije se pretvaraju u performanse i nastaje nova vrsta konceptualnog dizajnera (Evans, 2006). S obzirom na događanja u 20. stoljeću, kao što su holokaust, svjetski ratovi ili uspon totalitarizma i ubrzani razvoj tehnologije te globalizacija, spomenute teme nisu bile neočekivane, no nitko nije mogao predvidjeti ulogu mode u artikuliranju suvremenih tema o sebstvu i svijetu. Promjenjivost kao najočitija odlika mode, sada ima puno važnije implikacije za društvo koje ju prihvaća. Evans citira Gillesa Lipovetzkyog koji kaže: "moda privikava ljudska bića na promjene i priprema ih na stalno recikliranje" te nastavlja kako je upravo otvorenost osobina koja društvo u procesu brze transformacije najviše treba. Danas se o modi više ne priča kao varljivoj i pridaje joj se važna uloga u oblikovanju modernog, reflektivnog sebstva. Ona dolazi kao simptom, otpor, eksperiment, sjećajući se povijesti i propitkujući budućnost stvara nove slike u sadašnjosti. Modni dizajneri kopaju po prošlosti i više ili manje uspješno svojim interpretacijama nam daju metaforičan uvid u sadašnjost. Sloboda koju si pri tome uzimaju omogućuje im da konstruiraju suvremena značenja, potpuno legitimno, dok su na primjer povjesničari tu na skliskom terenu falsificiranja povijesti. Vizualna povezanost prošlosti i sadašnjosti otkriva naše brige i tjeskobe u danom trenutku. Moda ne shvaća vrijeme linearno. Značenja koja nose modne slike protežu se istodobno u prošlost i budućnost. Ona nisu krajnji proizvod, nego generiraju uvijek nova značenja i ideje i prenose diskurs u budućnost. Evans uspoređuje modni dizajn s Foucaultovom "genealogijom" i preokrećući ideju povijesti pisane u svijetlu suvremenih razmatranja, pokušava stvoriti nove poveznice služeći se povijesnim fragmentima i kroz njih čitati sadašnjost.

Roland Barthes je prvi znanstveno pristupio modi i od njega potječe ideja o semiotici mode, iako se smatra da se on bavio odijevanjem, što čini znatnu razliku. No Jurij Lotman smatra da je moda uvijek semiotička, jer je samo uključivanje u modu proces pretvaranja beznačenjskog u značenjsko. Volli tu ističe paradoks koji označuje komunikacijski fenomen mode koji "nerazumljivost" čini označujućom. Moda je istodobno elitni (ukoliko je *ne shvaćena*, a bit mode je u suprotstavljanju gomili) i masovni fenomen (jer u konačnici zahvaća sve veće mase i prelazi u obvezu). Za uspostaviti semiotiku mode trebali bi znati koja je najmanja jedinica značenja, što se pokazalo kao nimalo lak zadatak. Revije su pak efekt 'proširene komunikacije', a gledano na razini pojedinca s rječnikom možemo usporediti garderobu, odnosno pojedine komade odjeće, ali

ispostavlja se da i tim pristupom previše ovisimo o kontekstu, odnosno konotaciji. Komunikacija se odvija na dvostrukoj razini, što semiotička misao često zanemaruje, jer se kreće od referencijalne predrasude, za koju komunicirati znači "nešto reći", a u odijevanju je to "nešto" teško odrediti i na njegovo mjesto dolazi učinak. Volli dalje razmišlja o zavodljivoj komunikaciji, gdje Primatelj traži i želi sudjelovati u komunikaciju i vidi veliku sličnost u odjevnoj komunikaciji koja se ostvaruje putem zamjenskog ispunjenja želje koju stvara (Volli, 2006). Da bi shvatio što je "pokretač" zavodničkog okruženja, razmatra teoriju o tehnikama prisutnosti glumaca koje je proučavao Eugenio Barba. Prema Barbi prvi problem s kojim se susreću osobe koje nešto javno prikazuju jest privlačenje pozornosti na sebe, a da bi to postigle moraju pronaći *energetsku ravnotežu obilja*, koju najlakše postižu *promjenom ravnoteže*. Ove ideje se mogu gotovo doslovno prenijeti u modu: visoke pete za eleganciju, prenatrpanost svečane odjeće, pa i u društvima izvan Zapada u praksama deformacije, urezivanja, ožiljaka. Iako Thorstein Veblen odnos između mode i luksuza vidi kao pokazivanje ekonomskog položaja, Volli smatra da "pokretač" zavodljive komunikacije u suštini mora biti anti ekonomski "*Moda je mehanizam metakomunikacije koja slijedi analogne modalitete. Niti ona nema dominantni referencijalni ili metakomunikativni sadržaj. Zauzvrat, i ona je očita i zavodljiva: ona djeluje na onoga tko je prati (ona traži da bude praćena i oponašana) i komunicira tu svoju "nakanu". (...) Njezin "pokretač" temelji se na ekonomiji luksuza. Jednostavno, riječ je o zavodljivoj komunikaciji drugoga reda, iz koje proizlaze obilježja "bizarnosti" i "hirovitosti"*" (Volli;2006;137).

Koliko smisla danas ima Simmelova opservacija o promjenjivosti mode kao ljudskoj potrebi za imitacijom i diferencijacijom? Ako imamo potrebu iskazati svoj identitet preko tijela, to podrazumijeva vid društvene komunikacije. No što kada promjene postanu prebrze ili naizgled proizvoljne i izgubi se mogućnost tumačenja značenja? Da li onda moda postaje statična, čisti fenomen *revivala*? Zakon promjenjivosti najjasnije se očituje na fizičkom tijelu te ono postaje "tekuće". To je stanje tijela u neprestanoj promijeni koje se ne obazire na biološke zadanosti i ograničenja. J. Baudrillard to naziva "metastaziranim tijelom" i kaže da ono više ne određuje pojedince, već potencijalne mutante (Codeluppi,2006). Da tijelo nije nešto dano jednom za svagda jasno vidimo u blještavoj eri osamdesetih. To razdoblje određuje narcističko poimanje tijela, što znači okrenutost prema sebi i stvaranje vlastitog, ali nesigurnog reda u svojoj mogućnosti da prisvaja različite identitete. No narcistički model se uskoro pokazuje nedostatan i tijelo teži i za društvenom komponentom. Upravo to traganje za povezivanjem osobnog s tijelom,

preko odjeće ujedno i otežava ta ista težnja tijela da se slobodno mijenja što se često tumači kao društvena nametnutost. Codeluppi (2006) smatra da manipulirano, fragmentirano i deformirano tijelo u svojim nastojanjima izražavanja najboljeg mogućeg identiteta može zadobiti svoj vlastiti život. To potkrjepljuje raznim primjerima mutacija tijela iz filma i književnosti poput pokreta kao što su *splatterpunk*³ i *cyberpunk*⁴. Spajanje ljudskog i umjetnog dovodi do novih problema s identitetom, za koje na tragu Virilia smatra da se u konačnici gube u prostoru virtualnosti. Kada se čovjek, mutant, kiborg ili kako se već odlučimo zvati riješi fizičkog tereta, tijelo će dosegnuti onu razinu statičnosti koja je danas sve svojstvenija modi.

Najčešća slika i doživljaj mode su spektakularni odjevni predmeti i besprijeekorna površina, prečesto bez pokušaja razumijevanja što leži u pozadini. Tom mišlju se vodila i Judith Clark (2006) kad je poželjela napraviti nešto drugačije u modnom miljeu s pozicije kustosa. U cilju istraživanja povezanosti umjetnosti i mode te propitkujući pretpostavke o prirodi mode rođena je izložba *Sablasi: kada se moda vraća* koja je kao ideja nastala u razgovorima Judith Clark i Caroline Evans. Pomno promišljena i postavljena izložba nastala je u suradnji s različitim institucijama i umjetnicima iz područja arhitekture, modne ilustracije te dizajnericom nakita. Upravo povezivanjem i postavljanjem u kontekst autorica je željela dočarati ono što moda jest i otvoriti prostor za daljnja razmišljanja. Na taj način ova izložba postaje "rad koji traje" i zapis razvijanja jednog pojma. Željela je izbjeći tipično prikazivanje glamuroznih haljina te je na arhitektonski skelastoj strukturi pomoću ilustracija koje izmiču jednostavnoj reprodukciji, tvoreći poveznice i različite točke intenziteta povezala stare i nove dizajnere te tako istaknula kontinuitet odnosa, vodeći posjetitelja u samostalno istraživanje. Tematske cjeline naslovljene su tako da aludiraju na igru, slagalice i zagonetke, te njihovu sklonost prema iskrivljavanju. Neki od naslova su: "Ponovna pojavljivanja: kako vratiti stvari", "Nostalgija", "Uključivanje i isključivanje", "Remiksiranje: prošlost u modnim djelima" ili završni dio izložbe "Vrt staza koje se račvaju" koji nas vraća prvotnoj zamisli o beskrajnoj genealogiji. Kako sama Clark kaže, *Zloćudne muze su „način opisivanja odnosa između mode i njezine povijesti. To je izložba o citatima, o povijesti kao muzi i problematičnom odnosu prema ponavljanju, koji ako se čita psihoanalitički može povezati s prorađenom traumom“* (Beward, 2006:118.). Ovim primjerom sam htjela naglasiti tezu kako se suvremena moda događa u trenutku gdje je granica između života i umjetnosti

³ Književni žanr koji karakteriziraju eksplicitni opisi užasavajućih, nasilnih i pornografskih prizora

⁴ Naziv za žanr znanstvene fantastike gdje je radnja smještena u anarhijskoj supkulturi opresivnog društva kojim dominira računalna tehnologija

fiktivna. Ona je komunikacijska i traumatska, negdje između komedije i tragedije. Ova izložba nema tendenciju tumačenja koje ima prizvuk povlaštenosti, već navođenja, odnosno interpretacije što je dakako smišljeno kao savršena paralela za suvremenu modu. Novo nije napredak ni aktualnost, već dolazi iz prošlosti. Pojam novoga spaja prošlost i budućnost i to nam daje nadu u promjene ali i izaziva i traumu jer ostavlja određenu prazninu.

7. KAMO S FEMINIZMOM?

Iako je feminizam prošao već najmanje tri faze, posljedice dubokih podjela i slobodnih procjena patrijarhalnog društva teško je nadići, čak i detektirati još i danas. Takav ustroj je toliko dugo prisutan da je usađen u ljudsko društvo kao nešto naturalizirano i čini okosnicu svakoga društva. Prihvaćene predrasude o ženama kao inferiornim bićima utjecale su i na formiranje znanstvenih "istina". Na primjer Aristotelova teza o ženskoj ništavnoj ili marginalnoj ulozi u procesu reprodukcije uzimala se kao znanstvena paradigma sve do negdje 16. i 17. stoljeća, a kao dokaz tomu iznosilo se prikazivanje unutrašnjosti ženskih genitalija kao falusnog "negativa", to jest vagine iznutra oblikovane prema modelu falusa (Galić prema Tuana, 1989: 147-172). Tvrdnje o povezanosti žena s prirodom i slične dihotomije koje proizlaze iz takvih stavova nameću cijeli niz pitanja koja tvore temelje feminističke kritike. Razlike nikada nisu bile upitne i nisu nedostaci, problem je u tome kako ih društvo vrednuje, a žene su tu na očiglednom povijesnom gubitku (Galić prema Halpern, 1998:101). Neravnomjerna raspodjela društvenih uloga i muška dominacija i dalje su jedan od gorućih problema suvremenog društva, samo što s jačanjem uloge vizualnosti maskulini identitet zalazi u područja koja su do nedavno bila rezervirana samo za žene i tako razotkriva konstruiranost muškosti i ženskosti (ženstvenosti), dakako pod cijenu novih žrtvovanja. Uslijed procesa individualizacije, u procesu kreiranja identiteta, tijelo mijenja stupanj značaja.

Prvi val feminizma, ujedno možda i najteži, je proboj žena u društvenu sferu i traženje prava poput prava na glasovanje, školstvo ili boljih radnih uvjeta. Traje od kasnog 19. do ranog 20. stoljeća, a aktivistice se nazivaju sufražetkinjama. Drugi val otpočinje 60-ih i traje do 80-ih godina 20. stoljeća, a bori se protiv represije seksističko-patrijarhalnog ustroja društva. Žene napokon počinju graditi svoj položaj u društvu, ne samo traženjem političkih prava, nego i širenjem u osobnu i kulturološku sferu pod motom "*osobno kao političko*". Knjiga koja je napravila najviše za ponovno buđenje i ujedinjenje žena je *The Feminine Mystique* autorice Betty Friedan izdana 1963. Iako nije revolucionarna u ideji kao *Second Sex* Simone de Beauvoir koja je u SAD-u izašla deset godina ranije, *The Feminine Mystique* je kroz tri godine prodana u tri miliona primjeraka i doprla je do mnoštva kućanica, većinom obrazovanih bijelih žena srednje klase. Tako žene postaju sve svjesnije seksizma koji ih okružuje i odmiču se od zadanih sfera kućanstva i ukrašavanja. Ovo je ujedno i feminizam kojega se patrijarhat najviše boji, a kao i do

sada srodan je se i s borbom protiv rasizma i LGBT pravima. Veliko dostignuće ovoga vala je institucionaliziranje zakona o seksualnom napastovanju, kako na poslu tako i obiteljsko nasilje ili silovanje u braku. Treći val feminizma počinje s 90-ih godina 20. stoljeća i obilježen je teoretskim podlogama identitetskog pitanja ženskosti i spolnosti, seksualnim politikama i marginaliziranim grupama poput LGBT zajednica. Kao važnu ulogu spomenula bih Judith Butler koja je naglasila da rod i spol nisu isto. Najveća razlika spram prethodnog vala je u anti-esencijalističkom stavu i promjeni retorike odnosno prihvaćanju onoga što feministkinje drugog vala odbijaju poput visokih potpetica i šminke. Razvoj feminističke misli prošao je težak i trnovit put da bi došao do oslobođenja od raznih nametnutih kanona pa tako i kanona ljepote o kojem se i danas vode žustre rasprave. Funkcionalistički model je do nedavno bio glavni u oblikovanju feminističke kritike ženske mode. Zagovaralo se oslobođenje tijela od nametnutih ideja ljepote koje su sputavale žene i držale ih u sferi privatnog, često i nauštrb fizičkog zdravlja. Iako neminovno oslobađajuće i ovakvo stajalište s vremenom nailazi na kritiku postmodernih teoretičarki poput Wilson, Sawchuch, Hollander, Silverman i drugih. Ono što one ističu jest da je pretpostavka o postojanju "prirodnog" ili "funkcionalnog" već unaprijed kulturalno uvjetovana i da takve pretpostavke ne vide da tijelo ne postoji izvan ili prije kulture. Negrin analizira razvoj feminističkih teorija i upozorava na opasnosti i ograničenja obaju pristupa. Iako se "prirodno" tijelo pokazalo neodrživim, sada postoji bojazan da kult pojavnosti preuzme glavnu ulogu u oblikovanju identiteta (Negrin, 2006).

Teoretičari s prijelaza 19. i 20. stoljeća poput Veblena i Loosa slično se odnose prema dekorativnosti i nepraktičnosti ženske mode. Veblen ističe kako je ženska moda 19. stoljeća žene svela na funkciju simbola imućnosti svojih muževa ili očeva, što ih dovodi u položaj ekonomske podređenosti, a naposljetku i u totalni odnos pokoravanja toliko da se može reći da je žena smatrana muškarčevom imovinom (ibid). Prilično poznata izjava Austrijskog arhitekta Adolfa Loosa, "*ornament je zločin*" sažima njegovo stajalište prema ne-funkcionalnim elementima koje je imalo utjecaj na mnoge autore 20. stoljeća. Loos je prije svega cijenio praktičnost i funkcionalnost u toj mjeri da se je ljepota svela na korisnost. Smatrao je da je naša kultura nadvladala ornament i da je isti uočljiviji što je kultura niža. Razlog zbog kojeg žensko odijevanje nije evoluiralo u razumnije oblike vidi u činjenici da su žene ostale ekonomski podložne muškarcima i samim time su se morale oslanjati na svoj fizički izgled ne bi li privukle i zadržale muža. Iz toga proizlazi zaključak da muškarci svoj identitet grade aktivnostima u javnoj

sferi dok se žene primarno procjenjivalo prema njihovu izgledu. Slično razmišlja i Simone de Beauvoir koja u knjizi *The Second sex* iz 1949. godine piše da je žensko tijelo paralizirano neprikladnom odjećom i pravilima pristojnosti te šminkom i nakitom koji pretvaraju ženu u objekt obožavanja. Velike količine novca, vremena i njege koje je potrebno uložiti u kreiranje što poželjnijeg izgleda skreću ženinu energiju od mnogo vrjednijih ciljeva. S obzirom da se ženama divilo zbog izgleda, a ne zbog onoga što jesu, one su postale puki objekti muškog pogleda. Tijekom 70-tih i 80-tih godina 20. stoljeća nastavlja se takva retorika. U skladu sa sve bržim promjenama feministice ističu opresivnu narav ženstvenih ideala ljepote i upozoravaju na nove podmukle načine ograničavanja slobode. Ističu kako je ženska moda podložnija modnim promjenama i da to potiče žene da troše sve više novaca ne bi li bile u trendu, koristeći mehanizme zastarijevanja, što u konačnici rezultira jakim udarcem na samopouzdanje zbog nemogućnosti ispunjavanja nerealnih očekivanja. Iako odjeća postaje manje ograničavajućom, kotač se i dalje vrti i javljaju se novi načini koji zadržavaju žensko tijelo u podređenom položaju. Pritisci koji se vrše promoviranjem plastične kirurgije, tobožnjeg zdravog načina života, dijetama i vježbanjem navode tijelo u smjeru u kojem patrijarhalno društvo želi da ide. Povratak "prirodnom" tijelu zagovaraju i pripadnice Ženskog Pokreta koje zagovaraju funkcionalnije oblike odijevanja, često preuzimajući oblik odijevanja karakterističan za muškarce (radno odijelo, čizme...) i odbacuju sve ukrase koji potiču erotsku želju, poput potpetica i kozmetike (Negrin, 2006). Od tuda i ideja spaljivanja grudnjaka kao simbolom feminističke težnje za oslobođenjem od restriktivnog jarma krute ženske odjeće.

Krajem osamdesetih i početkom devedesetih teoretičarke poput Wilson, Sawchuck, Silverman, Hollander i Gaines, preispituju postavke funkcionalističkih teorija mode i daju nam uvid u neke nove poglede vezane uz tijelo. Ono što Hollander pokazuje preko analize prikaza aktova u umjetnosti jest da se golo tijelo izvodi iz ideala ljepote koji je uvjetovan odjećom koja se smatra modernom u to vrijeme, što znači da shvaćanje golotinje nije ništa manje ili više univerzalno od shvaćanja odjeće. Time se ruši pretpostavka o podjeli na prirodu i kulturu i pojam prirode se razotkriva kao zapadnjački konstrukt. Postaje jasno da su i "prirodno" tijelo i "funkcionalno" odijevanje zapravo kulturološki konstrukti, "umjetni", u smislu da ih oblikuju društvene konvencije. Nužnost i praktičnost razlikuju se od kulture do kulture i u različitim epohama. Funkcionalističkoj teoriji zamjera se zanemarivanje nematerijalnih potreba čovjeka, poput potrebe za smislom, razumijevanjem nečije osobnosti i odnosi spram drugih ljudi i ljepote.

Wilson ističe simbolički aspekt odijevanja i tvrdi kako odjeća nikada nije bila prvenstveno funkcionalna i da joj upravo to daje vrijednost. Smatra da je odbacivanje dekorativnog u odijevanju, za što su se zalagale i rane feministice, pristanak na puritansku i kršćansku osudu mode. Takva shvaćanja pristojnosti izjednačuju moralnu čistoću s "prirodnijim" oblicima odjeće, a kićenost predstavlja prijetnju pada u nemoral. Daljnja feministička kritika naglašava kako se ocrnjivanjem ukrašavanja, pripisivanjem epiteta kao što su trivijalno, nepotrebno ili iracionalno ti isti epiteti vežu i uz žene i ženstvenost. Kako je um tradicionalno vezan uz muškarce, a tijelo uz žene, a odijevanje i moda su neodvojivi od tijela evidentno je dugogodišnje omalovažavanje svega vezanog uz tijelo, a time i žena. Autorica Henson u članku "*Dressing down, dressing up: the philosophic fear of fashion*" (1993.), razvija tezu da se ispod ovog neprijateljstva prema modi skriva strah i neprihvatanje ljudske smrtnosti. Smatra da zbog toga filozofi mogu cijeliti ljepotu umjetničkog djela, ali ne i odijevanje i modu jer ono skreće pažnju na prolaznost i materijalnost tijela. Feministice i feministi koje slijede ovakve stavove spram tjelesnosti, smatra Henson, pristaju na patrijarhalnu ideologiju i teško će pronaći novi put u reevaluciji života žena. Suvremene teorije mode u odbacivanju pojma "prirodnog" ili "funkcionalnog" često vide oslobađajući potencijal, štoviše stalne promijene u ženskoj modi koje su do sada smatrane represivnima sada se smatraju pokazateljem društvene konstrukcije identiteta. Ako slobodno i po želji biramo odjeću naglašavamo da ne postoji istinsko sebstvo, lišeni smo esencijalizma i slobodni smo definirati se i graditi kroz tijelo. Pomoću mode rušimo stereotipe i ukazujemo na prurušenu ženstvenost te negodujemo protiv funkcionalne racionalnosti koja počiva na dominaciji. Kapitalistički sustav zamagljuje pozitivne dosege mode i donosi mnoštvo opasnosti kroz mašineriju zvanu reklamna i modna industrija. Ono na što Negrin upozorava vezano je uz potrošačko društvo i to što nam nude kupnjom određenih proizvoda. Smatra da vanjšina nije dovoljna da bi bila subverzivna ako se svedemo na sliku koju stvaramo putem potrošnje robe. Važniji zadatak prema Negrin (2006.) od "de-naturalizacija" tijela je kritičko preispitivanje svođenja identiteta na pojavnost, odnosno izjednačavanje istoga s osobnim stilom. Osvrće se i na Baudrillardov odnos prema modi koji se razvio od kritike do svesrdnog prihvatanja. Roba danas ne odražava klasne razlike, nego ih proizvodi. Za Baudrillarda "objekti potrošnje" funkcioniraju kao znakovi neovisni o nečemu izvan njih samih i svoje značenje dobivaju isključivo u odnosu s drugim znakovima. Za njega je fenomen mode simbol našeg vremena upravo zbog neovisnosti znaka. Moda se ne pretvara da je prirodna ili da postoji neka druga stvarnost osim one koja se

tvori slikom odnosno znakovima u odnosu prema drugim znakovima. Odbacuje svoje ranije teze da je moda samo nadomjestak za istinski društveni i kulturni napredak, to jest "mrtvačko preuzimanje živog" ili "beznačajnost već viđenog". Podržava društvo spektakla koje smatra naprednijim od ranijih faza kapitalizma koje privilegiraju tehnokratski razum. Područje umjetnog i pojavnosti za njega predstavlja najjaču odliku zavođenja te smatra da žene u toj igri imaju prednost. Ako je cilj ovladati simboličkim univerzumom, a ne potraga za "istinom", onda ženstvenost kao pojava nije uvredljiva. No s obzirom na dugu tradiciju omalovažavanja žena i tjelesnosti i dalje su žene sklonije procjenjivanju isključivo prema svom izgledu, a ne svojim djelima. Negrin želi istaknuti važnost drugih aspekata u oblikovanju identiteta te se kritički odmiče od Baudrillardovog prihvaćanja sebstva kao pojavnosti. Akt potrošnje postao je jednim od ključnih čimbenika u kreiranju identiteta, a posebno je zanimljivo razmatrati s feminističkog stajališta kako se takav stav nametao i razvijao do današnjih dana. Manipulirajući tradicionalnim rodnim predodžbama, kapitalizam predstavlja potrošnju kao prvenstveno ženinu domenu. Prihvaćanje takve orodovljene mitologije konzumerizma predstavlja izazov feminističkim idejama koje su u opasnosti da emancipaciju svedu na konzumeristički izbor i potrošnju. Ovakve teme dolaze u fokus 1980-ih i stajališta su podijeljena. Od zagovaratelja žena kao pasivnih potrošačica ili aktivnih sudionika u potrošnji do propitivanja dualizama koji muškarce svrstavaju u "racionalne proizvođače", a žene u "emocionalne potrošačice". Unatoč mnogim postignućima feminizma i unaprjeđenju položaja žena na raznim poljima, ovakve stereotipne rodne podjele i dalje se provlače kroz mnoštvo popularnih tekstova. Feminizam u svojoj potrazi i borbi za identitetom roda/spola otvara bitna pitanja o granicama identiteta uopće. Bliskost postmodernističkih stavova i feminizma postoji iako se na prvu čini da su u opreci. Prije bi se moglo reći da postoje mnogi nesporazumi i njihove ideje su bliskije no što se to čini. Postfeministička kritika kulture Donne Haraway u *Manifestu za kiborge* iz 1999. godine najavljuje dokidanje razlika između prirode i kulture, roda i spola, živog i neživoga. Zaključak koji izvodimo je da je feministička težnja povratku prirodi i funkcionalnosti mode zastarjela, nemoguća i kontradiktorna u svojim zahtjevima jer je i prirodnost također društveno/kulturalna tvorevina (Paić, 2007). Iris Yung predlaže tri "ženska" užitka u odjeći budući da pogled tradicionalno pripada muškarcu, a to su: dodir, povezanost s drugim ženama i mašta. Feministički pristup pokazuje i politički potencijal odjeće koji možemo jasno uočiti na primjeru pankerica koje su bile veoma ukrašene, ali istodobno izvan konvencionalnih kulturnih pravila i ne

objektivizirane (Bartlett, 2002 prema Evans i Thornton, 1989). Naposljetku feminizam je „(...) pokret protiv ekonomske neravnopravnosti žena u svijetu modnih korporacija. Politički je aktivizam za ugrožena ženska prava kao ljudska prava. Napokon feminizam je kulturni projektni identitet postmoderne u smjeru promjene načina simboličke moći mode kao društvenog i estetskog koda naše epohe“ (Paić, 2007: 188). Ipak neumoljiva glad za profitom vrlo brzo njuši i pronalazi nove načine zarade i kako tvrdi Andi Zeisler od kasnih 60-ih i feminizam je "usisan" i komodificiran za potrebe tržišta (Zeman prema Zeisler 2008:58). Marketinška mašinerija nesumnjivo je trivijalizirala i iskrivila feminističke ideje i ideale praktički svodeći slobodu na razlog za kupovinu.

Još jedan zanimljiv pristup koji želim kratko proći tiče se jezika i riječi. Struktura diskursa i sve povezano s njim slabo je istraženo i upravo zato se Luce Irigaray odlučila baviti pojmom roda u diskursu. Istražuje spolno obilježavanje u jeziku i pokušava promijeniti taj poredak. *"Rod čini elementarnu diferencijaciju koja se zbiva unutar 'ljudske rase'. Rod predstavlja nezamjenjiv položaj ja i ti i njihovih načina izražavanja"* (Irigaray, 2006:201). Pita se postoji li rodna neodređenost i zamjećuje da se srednjim rodnom u jeziku najčešće označavaju prirodne pojave koje se opiru ljudskoj moći (kiši, sniježi, grmi...). Kao mogući izlaz i promjenu ovakvog gotovo hirovitog izražavanja predlaže dodir, odnosno tijelo koje bi trebalo biti rodno neodređeno, no ipak je u znaku čovjeka koji je proizveo ovaj svijet. Tijelo je ujedno i manualni instrument, ali i govorni, jer preko njega prevodimo, prenosimo i stvaramo. *"Na koji je način diskurs autorizirao ovaj sadržaj, ovo značenje, ovu kulturu"* (ibid. 202.str.)? Njeno zanimanje za jezik otkriva duboko ukorijenjenu hijerarhiju u podijeli uloga i funkcija koje ne dopuštaju da oba spola budu subjekti. Istražuje na razini gdje diskurs formalizira svoja sredstva, svoje moći i na razini stila koja se opire formalizaciji. Mnogima je još teško priznati da jezik i spolno obilježavanje dijele istu strukturu s diskursom jer jezik bi trebao biti ideal koji je neovisan o tijelu. No kada zagrebemo ispod površine imenovanja stvari i gramatike uviđamo da je jedan spol imao kontrolu, a drugi bio podređen. Muškarac svoj rod daje svemiru odnosno svemu što smatra važnim. Bog, sunce, mjesec, ovisno o kulturi i važnosti, uvijek su imenice muškoga roda. Ženski rod je oznaka drugorazrednosti ili podređenosti. Istraživanje koje Irigaray provodi sa svojim studentima u kojima oni daju iskaze na određene asocijativne riječi pokazuje drugačiji odnos muškaraca i žena prema objektu diskursa, svijetu, drugome. Unatoč tome što se ženama često pripisuje da su nesposobne za objektivnost, rezultati potvrđuju suprotno, što u psihoanalitičkom kontekstu nije

iznenađujuće. Žene konstruiraju objektivnije fraze, ostavljaju više prostora za *ti* i *svijet*, dok su muškarci konotativniji, subjektivniji i potvrđuju *ja* na različite načine. Ovo su samo neki od primjera uloge spola u diskursu. Irigaray vidi veliki potencijal i važnost u ovakvim istraživanjima da bi otkrili tko govori, kome, o čemu i kojim sredstvima. No svjesna je da za promjenu diskursa nije dovoljna samo analiza već i stvaranje novog stila. Stil nije formalan, izmiče se dihotomijama i iz toga stvara otpor. Imajući na umu spolne razlike koje se pokušavaju nadići, ukazuje nam na nedostatak spolne etike koja se tek treba formirati, posebno za žene koje nisu razvile subjektivan odnos prema spolnom tijelu. Tradicionalno svedena na ulogu majke, utrobu ili zavodljivu masku žena se sada treba nanovo afirmirati. Da bi jednog dana postali jedno, trebamo prvo biti *dvoje*. Irigaray smatra da ako odbacimo sve ove pokrove osmišljene za *drugoga*, otkriva se neka vrsta ništavila: nesposobnost žene da voli sebe, da postane partner *drugome*, ne kakav muškarac očekuje da bude, nego po svojim pravilima, u svojoj vlastitoj subjektivnosti. Žene barataju pojmovima i gestama koje nisu njihove, a Irigaray im pokušava ući u trag, osvijestiti mogućnost drugačijeg pristupa te osloboditi mjesto spolnoj kulturi.

8. MUŽEVAN I LIJEP/ "MEKŠA" MUŽEVNOST

Važnost lijepa izgleda je oduvijek postojala što nam antropologija najbolje potvrđuje, no ipak osjećamo da danas ima poseban značaj. Ravnoteži, odnosno skladu lijepog i dobrog, težili su i Grci, potom Rimljani što vidimo iz izreka poput "*mens sana in corpore sano*", no danas imamo malo drugačije ideale. Ljepota nam se nameće kao imperativ, kao globalni i općeljudski zahtjev. Postoji više čimbenika koji su tijekom 20. stoljeća utjecali na promjene u konstruiranju muževnosti, to jest na transformiranje vrijednosti povezanih s konceptom muževnosti od kojih spominjem samo neke: 1) Feminizam - promijene u samorazumijevanju žena nužno su utjecale i na živote muškaraca 2) Svjetski ratovi - muškarci su se našli na ratištu, a život u borbenoj zoni od njih je zahtijevao hrabrost, izdržljivost i emocionalnu suzdržanost, dok su žene "dobile priliku" uključiti se u industrijski svijet 3) Promjene u svijetu rada - gospodarski kolaps 1929. godine uvodi svijet u krizu, a muškarce lišava tradicionalne uloge onoga koji donosi hranu na stol. U desetljećima koja slijede napretkom tehnike i tehnologije muževnost zaprima novi udarac. Prekida se muška dominacija u svijetu rada zbog promijene u naravi istoga i fizička snaga kao važna oznaka muževnosti gubi na snazi. 4) Nastajanje konzumerističkog društva – od 50-ih godina zapadnim društvima sve više vlada konzumerizam i kultura *celebrityja*. Ljudi sve više temelje ono što jesu na onome što posjeduju, u čemu im je najvažniji resurs dakako, novac što na određeni način desupstancijalizira muževnost. 5) Gay pokreti – kao javna afirmacija alternativnih artikulacija muževnosti 6) Pojava i popularnost muških *style* magazina – iako su se pojavili krajem 1980-ih, popularizaciju stječu tijekom 1990-ih i muško tijelo se medijski počinje prezentirati na "radikalno nove načine" (Zeman i Geiger: 2012).

U konačnici se pod snažnim utjecajem konzumerističkih vrijednosti dekonstruira hegemonijski maskulini identitet. Kao što nas je Simone naučila, a smisao je podudaran i kod drugog spola-muškarcem se rađa, a muževnim postaje. Urušavanje patrijarhalne dualističke matrice koja razlikuje "maskuline" i "feminine" kulturne prakse i dijeli ih na parove poput: aktivno-pasivno, rad-dokolica, racionalnost-emocije, praktičnost - "smisao za lijepo" dobrodošao je pomak u razvitku kolektivne svijesti prema pravednijem svijetu, no stvara se specifičan oblik kulture s kojim dolaze novi problemi. Transformaciju ideja o muževnosti zapazila je i Naomi Wolf, autorica utjecajnog "feminističkog bestselera" pod naslovom *The Beauty Myth* (1991.), predviđajući da će se uz bok mitu o ženskoj ljepoti uskoro razviti i analogni mit o muškoj ljepoti.

Jačanje uloge vizualnosti u suvremenom životu, rezultiralo je fokusom na tijelo, a mediji nam već desetljećima govore što napraviti s njim. Konzumeristička kultura (uspješno i profitabilno) manipulira slikama "discipliniranih tijela" koja su "savršeno" oblikovana. Tijelo se pretvara u projekt kojemu nema kraja podvrgavanjem permanentnim režimima vježbe, reducirane prehrane, medikalizacije, estetskih intervencija i općenito naglašene brige za vlastito tijelo. U najmanju ruku nezgodno svojstvo ovakve kulture su neprestane usporedbe sa samim sobom (obično u prošlim vremenima zbog kulta mladosti), s drugim ljudima (koji, u pravilu, uvijek bolje izgledaju) i s idealiziranim, nestvarnim slikama i predodžbama ljudskog tijela koje distribuiraju mediji (ibid). Tijelo postaje roba, jer "tehnike tjelesnog održavanja" nisu ništa drugo nego oblik "investiranja u tijelo". Kao što kaže Gilles Lipovetsky postali smo hiperpotrošačko društvo s beskonačnim umnažanjem potreba, takozvani *Homo consomator*. Ovakvo društvo oslanja se na "ideale natjecanja i nadilaženja sebe", svi su pozvani da budu uspješni u svemu i to je po njemu glavni uzrok društvene i egzistencijalne nelagode, no i cijena koju treba platiti za život u "kulturi tržišne sreće" (ibid.). Također pronalazi sličnosti između mitskog Narcisa i današnjih "heroja". Narcis je kao što znamo, mladić koji se zaljubio u vlastiti odraz kada ga je ugledao u vodi. Od toga dana sreću je pronalazio samo u trenucima kada je zadivljeno promatrao odraz tog predivnog bića. No ta se ljubav naposljetku pokaže fatalnom jer je zbog nje zaboravio jesti i piti te na kraju umire na obali rijeke. Lipovetsky zaključuje da suvremeni čovjek nije ništa manje ranjiv i neuravnotežen kandidat za ovisnost upravo zbog nerealnih ideala i težnje za neprekidnim samonadilaženjem.

9. BEZ PEDAHA- NOVI NAČINI KONTROLE TIJELA

Kada govorimo o povijesnom procesu oslobađanja tijela, nameće se pitanje u odnosu na koga i što? Kratki odgovor mogao bi glasiti: u odnosu na sve ono što se u određenom povijesnom trenutku smatra konzervativizmom, bilo da je riječ o kršćanskoj osudi tjelesnosti, stegama patrijarhalnog formalizma ili tzv. građanskom puritanizmu. Tako u globalnom okviru svjedočimo da je na jednoj strani svijeta i dalje neophodno izboriti se za ostvarenje osnovnih prava, a na drugoj strani svijeta čini se da kroz banalizaciju, neokonzervativizam i retradicionalizaciju patrijarhalni obrazac ponovno uzima zamah i dovodi u pitanje do sada postignuto. Kako se širi prostor ženskog djelovanja, pojačava se i težnja za novim ograničavanjima. „*Oslobađanje iz okova privatne sfere i prelazak kućnog praga tek je predah, jer sada žena biva zarobljena mitom o ljepoti i krivicom što nije dovoljno savršena. Na globalnoj sceni tako ponovno svoj utjecaj pokazuje antifeministički diskurs* (Karapetrović, 2010:36).“ Izgleda da biti lijep nikada nije bilo važnije nego danas i to nam potvrđuju sa svih strana, pa i znanstvenih. Biolozi su doveli u vezu poželjne tjelesne karakteristike s plodnošću, a evolucionisti su se nadovezali naglašavajući važnost fizičkog izgleda u spolnoj selekciji i prenošenju "dobrih" gena. Liječnici lijep izgled vežu uz fizičko i psihičko zdravlje, a sociolozi i psiholozi ističu vezu između izgleda i uspjeha u poslovnom i ljubavnom životu (Maskalan, 2012). Iako logički neodrživa i srušena ideja o primatu uma nad tijelom, čini se da je tradicija bila preduga i ukorijenjena je u svim porama društva. Derrida koji je formulirao pojam dekonstrukcije doprinosi prevladavanju jezika pomoću tjelesnosti. Dekonstrukcijom se ruši lažna predodžba o vječnom napretku, ali ona ipak ne znači uništenje, nego stvaranje činom razmjesta. To je novi način interpretacije povijesti gdje je pojedinačno i posebno važnije od općeg. Ovakva preispitivanja i stvaranja novih odnosa su posebno značajni za feminizam jer se dokazuje da ništa prirodno ne postoji samo po sebi, pa niti priroda ili opreke muško/žensko. Antiesencijalistički stav dekonstrukcije i misao da ne postoji vječna esencija čovjeka, ni prirode u bliskom je odnosu s razvitkom feminističke misli. Danas je u središtu medijska konstrukcija identiteta. Svijet i dalje vrednuje pojedinca na temelju vanjskog izgleda. Možda je jedina razlika u razvijenosti mnogih postupaka kojima se sada svi lakše možemo približiti tom velebnom cilju. Ili je to ipak uzrok?

British Medical Journal 2002. objavljuje zanimljivu listu sastavljenu uz pomoć čitatelja. Opservacija bi se mogla formulirati kao liječenje ne-bolesnih ljudi. Od čega? Odgovor je ne-bolesti. Na listi su se našli sve od reda estetski problemi poput starenja, vrećica ispod očiju, ćelavosti, celulita, velikih i klempavih ušiju, sijeda kosa, anksioznost zbog veličine penisa i

tjelesna neatraktivnost ili ružnoća (ibid). Ovakvo definiranje određenih tjelesnih procesa kao bolesti svakako pomaže proizvodnji potrošača ali i prisilnoj društvenoj normalizaciji. Uvođenje pojma psihičkog zdravlja u 19. stoljeću predstavlja značajan korak u razumijevanju ljudskog zdravlja kao cjelovitosti i ravnoteže psihičkih i fizičkih funkcija. Takvo shvaćanje pomoglo je da se ne više nužno zrcali na tijelu, nego i obrnuto . Tako je zbog bolesnog i neprivlačnog tijela priznato i obolijevanje duše (ibid). U tom se smislu estetska kirurgija u potpunosti podudara s medicinskim načelima liječenja bolesti. No možda je ograničenje estetske kirurgije u tome što nudi tehnologijsko rješenje za sociološki problem. I žene i muškarci sve se više suočavaju s problemom neprilagodbe vlastitom tijelu; oni se nalaze u rascjepu između onoga kakvim se osjećaju i kakvima bi zapravo željeli biti, nesvjesni da su tim osjećajem ulovljeni u zamku sistema koji upiranjem prsta u ljudske mane i nedostatnosti uvećava osjećaj nezadovoljstva i očaja te stvara masu poslušnih konzumenata. Mit o ljepoti, konstantno zazivanje na poboljšanje izgleda i zagovaranje vječne mladosti, problemi su koje treba rješavati negdje drugdje, a ne na operacijskom stolu. Iako u suvremenim društvima imamo više individualnih mogućnosti raspolaganja tijelom, istovremeno se ojačala i regulacija tijela kroz mnoge suptilne forme. Mediji su svakako najučinkovitiji u načinima utrživanja vizualnosti stvaranjem predodžbi kako bi tijela trebala i mogla izgledati. Uz bok "standardizaciji" javlja se i suprotna struja, odnosno "groteskizacija". Razlozi su ponekad kreativni i umjetnički, a ponekad u potencijalnom izvoru zarade i popularnosti. Cijeli život se dizajnira i možemo reći da je prevladala ideja Marcela Duchampa o ready-madeu, odnosno sada je sve što jest ready to wear.

Sada je već jasno da je tijelo prvo utočište ljudskog identiteta, sredstvo društvenog pozicioniranja i orijentacije, a vanjska obilježja predstavljaju teško razmrsivu jedinicu jezika, prostornih, političkih, ekonomskih i intelektualnih predaja. Sjetimo se samo trauma rasizma i fašizma pod okriljem tijela koje je trebalo zrcaliti umne i duševne karakteristike i to je dovoljno da zaključimo da je političko lice, ono standardizirano- lice bijelog muškarca. Svjesni da se društvena kontrola provodi preko tijela, raznim procesima normalizacije i u konačnici proizvodnjom poslušnih tijela, pokušati ćemo iznaći moguće načine otpora. Danas biti (biti in) ili ne biti (biti out) više nije pitanje, nego jednostavno pojavljivanje u estetskoj sferi po kojoj se određuje da li si netko ili nitko (Arabatzis, 2006). Moda je kreativni dizajn tijela, praksa estetiziranja tijela, ne više teatar društvenih uloga. Ako je identitet niz činova, ponovljivih događaja, onda označavanje nije odlučujuće nego performativ, što bi značilo da su presudne okolnosti, odnosno kontekst. Identitet

je promjenjiv, a upravo su maske podsjetnik na ono što je naš identitet. Odnos originala i kopije više ne postoji, jer sve postaje kopija. Ne postoji ni odnos prema prošlosti ni budućnosti, jer je sve ovdje i sada, zato kažemo da je ovo slika bez svijeta. Napuštamo pojmove mimezisa i reprezentacije i ostaje nam slika bez referencija na stvarnost. Sve veća brzina u svijetu mode u vidu same ponude i potrošnje dovodi do "oslobađanja brzine", odnosno do ubrzanja promjenjivosti značenja poruka, fragmentiranja istih i time kreiranja novih identiteta, nevezanih uz "original". Tijelo stupa u novi odnos s samim sobom. Stanje "tekućeg" tijela modu uvlači u samo tijelo, ali ne kao simbiozu već kao novu bio-sintezu (Vladislavić, 2006). Plastična kirurgija, proteze i slične intervencije stapaju tijelo s izvanjskošću, ono je otvoreno za totalni re-dizajn. Bez određenih granica i identiteta, isti se ostvaruje upravo na toj "unutarnjoj dijalektici ljudskog i umjetnog". Tijelo uronjeno u modu upisuje u sebe mnoštvo slojeva značenja, bez osvrtnja na linearnost vremena i nepovratnost povijesti. To ne-vrijeme nas dovodi do spektakla, odnosno smrti mode i tijela na granici živog i ne-živog. Odjeća ne pokušava ići u korak s tijelom, ona kao što zaključuje Patrizia Calefato, u knjizi *Moda, tijelo, mit*, preko Wittgenstajna i *Tractatusa* te kaže da se odijevanje pokazuje kao travestija tijela, kao što je jezik odjeća za travestiju misli (ibid). Lyotard o modi piše kao oblaku, odnosno simptomu nečega drugoga, a danas bi onda bila pokazatelj traumatske rascijepljenosti identiteta jer više nema jasne granice između umjetnog i prirodnog. Moderni Narcis iako primarno usmjeren na sebe, očajnički vapi za drugima. On traži ljude kojima će pokazati svoju konstruiranu sliku i od njih dobiva potvrdu o vlastitom značaju. Iako je to legitimna težnja identiteta, motivacija iza toga postaje sve upitnija. Ovakva društvenost nastoji osigurati barem privid značaja i uravnoteženosti, iza maske opće ravnodušnosti (Sadžakov, 2015). Oblikovanje i uživanje u sebi mimo "velikih ideja" i imperativa žrtvovanja, situirani u jednom naoko ahistorijskom zakutku Lipovetsky karakterizira dobom praznine. Čovjek od svrhe postaje sredstvo. Narcizam se zbog svoje immanentne površnosti, konformizma, mogućnosti komercijalizacije i apolitičnosti pokazao pogodnim za eksploataciju, no i dalje nam je potreban kao protuteza praznini. Kada nas više ne određuje društvo ni kultura ostaje nam samo tijelo kao poligon inskripcija i stalna potreba za stvaranjem novog identiteta. Ako je tijelo nadomjestak za društvo i kulturu, da li je onda i sama sloboda izbora iluzija, skupa s identitetom?

10. TRAGOVIMA TIJELA

S obzirom na dugu i burnu povijest (ne)vidljivosti tijela, što je posebno jasno na primjeru ženskog tijela, feminističke teoretičarke osvjetljavaju obrasce koji na razne načine sputavaju tijelo u nadi da će se tijelu priznati dugo uskraćivana ravnopravna uloga u spoznaji kao i umu. Korporalni zaokret označava napuštanje tradicionalnih teorija i sve se usmjerava spram tijela. Tijelo postaje utočište slobode kao konstrukcije novoga identiteta. Tako Luce Irigaray (2006) napominje na tradicionalno vezivanje tjelesnosti s feminitetom i svrstavanjem istog u niži, ako ne i najniži rang vrijednosti. Ona se snažno suprotstavlja tome i smatra da bi bez tijela i tjelesnosti, ranjivosti i propadljivosti, puno toga propustili. Za nju su tijela "sveta" upravo zbog konkretnosti i odnosa s Drugim. Slično razmišlja i Judith Butler (2006) kada govori o performativnom zrcaljenju jezika u tijelu, kao i tijela u jeziku. Smatra da je tijelo više od kulturalnih i institucionalnih inskripcija, da nije pasivno i vrhunac političkog licemjera vidi u normativnoj seksualnosti koja zaniječe bilo kakvu ambivalentnost (Govedić, 2006). Ono što im je zajedničko shvaćanje je tijela kao neprestane procesualnosti. Zanima ih i pitanje otpora normiranju tijela u generalno konformističkom svijetu koji kao da uživa u podilaženju kolektivnim konvencijama. Iz tijela bi mogli izvući pouke o dijalogu, s obzirom da se korporalnost pojavljuje i kao "priča" i kao "biogeneza" (ibid). Tijelo je i priroda i kultura, a ipak je koherentno. Odnos između kulturne individualizacije i socijalne integracije je konfliktan. Iako je tradicija izražena u hijerarhijskim dualizmima utjecala na podcejenjivački odnos prema tijelu što se protezalo kroz religijsku, umjetničku, znanstvenu i svekoliku ljudsku djelatnost, pojedini su mislioci formirali znatno drugačije stavove o tijelu od onih koji ga svode na tamnicu duha ili stan duše. Jedan od istaknutih zagovornika "mesnatosti" je Merleau-Ponty koji kreće od ideje da "čovjek jest tijelo". Prema njemu tijelo je jedan od prvih temelja identiteta, a naša osjetila su izvor povezanosti sa svijetom oko nas. Tijelo i njegovo okruženje su u neprestanom procesu međusobne interakcije (Adamović, Maskalan, 2011).

U svojim promišljanjima o tijelu Judith Butler (2006) analizira tekstove Michela Foucaulta i kritizira pojam konstruiranog tijela koji se veže ponajprije uz spomenutog. Tijelo koje tvori kultura i razni diskursi moći pretpostavlja da postoji neko tijelo na koje se upisuju ta značenja, što nadalje znači da su sva ta značenja ili atributi promjenjivi. Butler uočava logičku grešku u takvoj pretpostavci i smatra da Foucault ne prihvaća činjenicu da je tvrdnja "tijelo se konstruira" i sama

po sebi konstrukcija. Ako je "tijelo" ontologijski različito od procesa konstrukcije kroz koji prolazi, onda ono mora prethoditi konstrukciji. Butler preoblikuje Foucaulta i kaže da je konstrukcija "tijela" samo eksterno povezana s tijelom kao mjestom ili uvjetom odvijanja radnje, odnosno objektom konstrukcije. Iako Foucault opisuje mehanizam ("povijest") kojim se tijela konstruiraju (inskrpcija) kao kulturalne konstrukcije u cilju "uništenja tijela" to implicira postojanje neke sile koja postoji izvan tijela kao takvog, što on naizgled pobija. Ključno pitanje koje se postavlja je da li ovako "konstruirano" ili "inskribirano" tijelo ima ontologijski status neovisan o toj "inskrpciji"? Za Foucaulta povijest se shvaća kao tvorac vrijednosti i značenja, nešto što se neprestano ponavlja kao "jedina drama", a tijelo kao podređena površina na koju se upisuju značenja. Takvo stvaranje vrijednosti podrazumijeva; manje tijela jednako više "kulture". Foucault dovodi u pitanje distinkciju između unutarnjeg psihičkog i vanjskog društvenog prostora. Duša koja se shvaća kao nevidljiva i unutarnja, proizvodi se u i pomoću vidljivih znakova, inskrpcijom na tijelo. Duša kao figura koja ne može bez tijela i tijelo koje nema dušu osporavaju distinkciju unutarnje/vanjsko i izvodimo zaključak da je duša zatvor tijela (Ibid). Tijelo se sada disciplinira upravljanjem željom i brigom subjekta za vlastito zdravlje. To je novi tip odnosa između moći i tijela, jer disciplina i nadzor više ne dolaze izvana ni iznutra. *"Moć i sloboda otvaraju pitanje odnosa bitka i mišljenja kao praktičnog odnosa snaga. Moć je prvorazredno političko pitanje slobode egzistencije u suvremenome svijetu totalne kontrole. Promjena se zbiva samo u tome što kontrola poprima svojstva neljudskog* (Paić, 2014:20)." Iako uvelike estetizirana, tjelesnost još uvijek pripada samo nama i možda je krajnje vrijeme je da se suočimo s njom i pronađemo održivi način postojanja.

11. DOBA TOTALNE MODE

Krajem modernosti nestalo je i razdoblje ideologija i da se poslužimo Baudrillardovim izrazom, simulakrum je progutao ostale izvore smisla (Brnelić, 2015). Dok je u doba moderne postojala nekakva uhvatljivost i određenost, barem društvenim i estetskim mjerilima, postmoderna označava smrt svakog smisla. Kada se roba pojavljuje kao stvarnost, a ne ekonomski kao na primjer kod fetišizma robe, znak postaje važniji od stvarnosti, on određuje što je stvarnost. Dok je ranije opscenost bila u skrivena, zabranjena ili opskurna, sada je sve utopljeno u informaciji i komunikaciji i opscenost je upravo suprotno - u vidljivom, u vidljivijem od vidljivoga. U Baudrillardovoj *The ecstasy of communication* (1988.) ekstaza se nalazi u tome što se medij nameće u svojoj čistoj cirkulaciji. Znači poruka ne postoji, jer sve funkcije nestaju u dimenziji komunikacije. Poruka više ne putuje linearno u smjeru pošiljatelj-primatelj, nego imamo otvoreni model komunikacije gdje primatelj mijenja poruku koju dobiva od pošiljatelja i ta poruka nije ni lažna ni prava. Sada kada možemo slobodno birati, ne znamo što želimo, a ipak svi žele da ih se čuje te osjećamo pritisak. Dolazi do negativne ekstaze i površne zasićenosti i konačni efekt je fascinacija, odnosno vrtoglavica. Realnost je medijski konstruirana, a pojmovi kojima se služimo u razumijevanju toga fenomena su Baudrillardovi i oni glase; simulacija(događaja), hiperrealnost (realnost) i implozija⁵ (medija) (Ibid.). Mediji više nisu posrednici komunikacije, već su postali konstrukcija iste. S tehničkom slikom i pojmovima kao što su sempliranje dobivamo sliku kojoj nedostaje stvarnost, odnosno ima višak stvarnosti. Živimo u doba agonije stvarnosti. Svaka medijska slika stvarnosti je iluzija, autoreferencijalna i spektakularna. McLuhanova teza da implozija informacija proizvodi ekstazu komunikacija, označava nestanak tradicionalnih kategorija modaliteta (Paić, 2007). Vrijeme u smislu prošlosti, sadašnjosti i budućnosti suzbija se u vječno sada. Što je bitno, što nije i značenje općenito, sada ovisi o kontekstu. Moć slike očituje se u društvu spektakla više no ikada. Kulturni i simbolički kapital u doba vizualne semiotike tijela dobiva na težini i slika postaje nadomjestak opipljivom. Moda se više ne "nosi" ona se sada događa u vizualizaciji tijela. Spektakl dekonstruira modu do čiste vizualnosti (Ibid). Dok je se uzvišenost ranije vezala uz ljepotu, sada je vežemo uz objekt koji vlada nama. To je sublimni objekt koji nam je nepojmljiv, koji s tehnološkim terminima gubi na boji i mirisu, a da bi spasili ljepotu preostalo nam je jedino estetizacija, provokativnost i

⁵Baudrillardova teorija o simulakrumu svijeta počiva na proširenju McLuhanove analize implozije informacija

ekscentričnost. Forma više ne proizlazi iz materije, važna je ideja i zbog toga oni najveći dizajnu uvijek pristupaju eklektično. Moda postaje sofisticirani repertoar životnih stilova koji oslikava naše želje. Nismo robovi mode, nego se svesrdno predajemo u ruke iste želeći biti začarani. Tri su forme suvremene mode: 1) performativnost (tijelo je središte). 2) instalacija (tijelo kao estetski element). 3) konceptualnost. Svaki čin suvremene mode obuhvaća sve tri forme (Ibid).

Masovno društvo sugerira da privlačan vanjski izgled pridonosi većem osjećaju moći, uspješnosti, samodostatnosti i samokontrole i medijske reprezentacije podupiru te društvene dominantne kategorije roda te ih postavljaju kao poželjan identitet. Svjesni da se idealna tijela stvaraju prvenstveno marketinški, shvaćamo da takvo što ne postoji, da je to koncept, a ne stvar. U pozivanju na individualistički i narcistički odnos prema potrošnji kao glavnom izvoru samopoštovanja Carpintero vidi razlog za slabljenje individualnog i kolektivnog karaktera (2006). Također sve više spominjemo tehno-tijela, što bi značilo da se u interakciji s tehnologijom tijelo drastično modificira pri čemu ljudsko i tehnološko iznuđuje novu paradigmu tjelesnosti. Kibernetika tako kreira specifična tehno-tijela kojima tijelo nije granica, dapače tijelo se doživljava kao zastarjeli koncept kojeg tehnologija dorađuje u svrhu njegova unaprjeđenja, a moguće i prevladavanja. Život više ne stvaraju ni Bog ni čovjek nego tehnologija, a kao najradikalniji primjer posthumanog čovjeka imamo Stelarca.

12. ZAKLJUČAK

Tijelo se pokazalo kao stalno poprište pregovora. Kulturalne i vremenske razlike osvijetlile su različite načine vrednovanja tijela. Afirmirali smo ulogu tijela u kreiranju, odnosno konstruiranju kako osobnog tako i skupnog identiteta. U utrci za de-naturalizacijom globalna kapitalistička ekonomija, privilegirajući kult izgleda, polako sustiže feminizam. To se jasno vidi u opresivnoj naravi ženskih ideala ljepote tokom povijesti sve do danas, što možemo lako potvrditi analizirajući prakse marketinške industrije koja pomno osluškuje bilo promjene i iznalazi načine da utrži i održi taj prastari mit o ljepoti. Problem nastaje kada pojavnost postane glavni model određivanja nečijeg identiteta i zaguši sve ostale. Sada smo u opasnosti od izvrtanja dualističkih premisa o primatu uma nad tijelom. Moda se pokazuje kao posljednje utočište tijela i slobode jer jedina izmiče pravilima. Ciljevi su izvorno bili u demokratizaciji modernog društva, pomicanju granica spram Drugih, uspostavi drugačijih kriterija vrijednosti i autonomiji slobode pojedinca, a danas se takvi ciljevi jedva nadziru od neoliberalne ideologije konzumerizma koja sav smisao pronalazi u potrošnji i spektaklu životnih stilova. Život postoji kao tvorba identiteta u razlici, a u borbi za moći to postaje otpor i subverzija. Možda je smisao slobode tijela tek u procesu individualne borbe za vlastiti integritet.

LITERATURA:

Adamović, M., Maskalan, A. (2011). Tijelo, identitet i tjelesne modifikacije. *HRČAK* (online), Vol. 49/No 1. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/71643> (21.07.2018).

Arabatzis, S. UTONUĆE U IZVANJSKO: ELEMENTI TEORIJE MODE//TVRĐA. ½ (2006), str. 153.- 162.

Breward, C. Sablasti: Kada se moda vraća//TVRĐA.½ (2006), str.115.-118.

Brnelić, F. Simulakrum, simulacija hiperrealno kao agenti postmodernog društva (završni rad)// Mentorica: dr. sc. Katarina Peović Vuković. Filozofski fakultet, Rijeka, 2015.

Butler, J. (2000). *NEVOLJE S RODOM*. Zagreb: Ženska infoteka.

Butler, J. : PARADOKS TJELESNIH INSKRIPCIIJA //TVRĐA. ½ (2006), str. 197.-200.

Castells, M. (2002) *INFORMACIJSKO DOBA: Ekonomija, društvo i kultura*, Svezak II. MOĆ IDENTITETA. Zagreb: Golden Marketing.

Codeluppi, V. TEKUĆE TIJELO: MODA S ONU STRANU NARCISOIDNOSTI//TVRĐA. ½ (2006), str. 119.- 122.

Craik, J. Exotic Impulses In Techniques Of Fashion//THE FACE OF FASHION/JENNIFER Craik. LONDON, 1993. str. 17-43.

Ćalović, D. (2012). Identitet u vremenu cyber svjetova. *HRČAK* (online), Vol. 32/No 1. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/84007>(03.09.2018.)

Evans, C. Apokalipsa//TVRĐA.½ (2006), str. 107.-114.

Geiger Zeman, M., Zeman, Z. (2015). Potrošački snovi chic djevojaka: rodno lice Konzumerizma. *HRČAK* (online), Vol. 52/No 2. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=220059 (20.07.2018.).

Georges Vigarello DEMOKRATIZIRANA LJEPOTA TVRĐA. ½(2006), str 263.-272.

Govedić, N. CORPUS IN FABULA //TVRĐA. ½ (2006), str. 193.-196.

Grozs, E. TIJELO KAO SUBJEKT //TVRĐA. ½ (2006), str. 209.-226.
https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=220059(01.09.2018.).

Irigaray, L. TRI RODA ILI TIJELO JEZIKA//TVRĐA. ½ (2006), str. 201.-207.

Kalanj, R.: (2003). Zov identiteta kao prijeporno znanstveno pitanje. *HRČAK* (online), Vol. 12/No 1-2. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=78163 (24. 07. 218).

Karapetrović, M. U sjeni avatara, o (re)konstrukciji ženskog identiteta.//FILOZOFSKA ISTRAŽIVANJA, Vol. 32/No1, (2012.), str. 31-38.

Kopytoff, I. The cultural biography of things: commodization as process.//THE SOCIAL LIFE OF THINGS Commodities in cultural perspective/ Arjun Appadurai. Cambridge: Cambridge University, 1986. str. 64-94.

Marot Kiš, D. i I. Bujan. (2008). Tijelo, identitet i diskurs ideologije, fluminensia. *HRČAK* (online), Vol. 20/No 2. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/32940>(02.08.2018.).

Marot Kiš, D.(2010). Metaforičko konstruiranje tjelesnosti kao ishodišta identiteta. *HRČAK* (online), Vol. 30 /No 4. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=102393(28.08.2018.).

Maskalan, A. (2012). Ljepota boli: Moderne metode stvaranja lijepih besmrtnika. *HRČAK* (online) Vol 19/No 1. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&idclanakezik=139446> (12.08.2018.).

Mihelj, S. (2001). Identiteti i globalizacija: mitovi i realnost. *HRČAK* (online), Vol. 32 /No 3-4. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=226995(21.07.2018.).

Mitchell, W. J. T. Pokazati Gledati// TVRĐA.½ (2006), str. 25.-37.

Negrin, L. (2008) *APPEARANCE AND IDENTITY*. New York :Palgrave Macmillan.

Negrin, L. Sebstvo kao slika: Kritički osvrt na postmoderne teorije mode//TVRĐA. ½ (2006), str. 141.-152.

Odak, I. (2003). Moda u društvu: suvremena sociologijska tumačenja. *HRČAK* (online), Vol. 34/No 1-2. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/14488>(05.09.2018).

Paić, Ž. (2014). Tehno-scientia sexualis: Što nakon povijesti seksualnosti?. *HRČAK* (online), Vol. 49/No 1. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/132027> (29.06.2018.).

Pić, Ž. Vrtoglavica u modi. Prema vizualnoj semiotici tijela. Zagreb: altaGama, 2007.

Sadžakov, S. (2015). Narcizam i tijelo. *HRČAK* (online), Vol 35/No.3. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/158781> (03.07. 2018.).

Stallybrassa P. Worn Worlds, Clothes, mourning, and life of things//THE TEXTILE READER/Jessica Hermmings. New York: Berg Publishers, New York, 2012. str. 68-77.

Šuran, F. (2011). Sumrak osobnog identiteta u suvremenom tehničkom razdoblju. *HRČAK* (online), Vol. 31 /No 4. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/82491>(13.07.2018.).

Vladislavić, A. T. NA RUBOVIMA MODE I TIJELA //TVRĐA. ½ (2006), str. 103.-106.

Volli, U. Moda i komunikacija: semiotika mode i odjevanja, //TVRĐA. ½ (2006), str. 131.-137.

Zeman, Z. (2007). Identitetske strategije: u potrazi za smislom. *HRČAK* (online), Vol. 16/No 6(92). Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=29965 (01.09.2018.).

Zeman, Z. I M. Geiger Zeman (2012). "Brže bolje u formu"-mitologija ljepote, komercijalizacija i discipliniranje tijela. *HRČAK* (online), Vol. 19 /No 1. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?id_clanak_jezik=139444&show=clanak(23.08.2018.).