

Več vem, manj potrebujem



Kako bi pravzaprav opredelili besedno zvezo kultura oblačenja?

Po SSKJ je kultura skupen dosežek, vrednot človeške družbe kot rezultat človekovega delovanja, ustvarjanja. Beseda kultura izhaja iz latinske besede cultura, izpeljane iz colere, kar pomeni gojiti. Tudi sama večkrat uporabljam stavke: hvala, ker gojite kulturo oblačenja, ali upam, da sem vas okužila s kulturo oblačenja. Obleka se je razvijala z razvojem človeka in je vedno bila odraz stanja v družbi. Že ves čas svojega delovanja se trudim oblikovati merila oblačenja za vse življenjske priložnosti. Ta so zapisana v knjigi Ravnice oblačenja in so osnova kulture oblačenja. Ljudje včasih vprašajo, ali ta merila sploh še obstajajo. Moj odgovor je: obstajajo in ves čas jih preverjam. Res pa je, da danes pogosteje uporabljamo nižje ravni oblačenja kot nekoč. Absolutno pa še vedno velja, da Nobelovo nagrado lahko sprejmemo le v fraku (prva raven oblačenja), v visokogorju pa moramo imeti planinske čevlje in čelado ter primerna oblačila (12. raven oblačenja). Če teh pravil ne upoštevamo, bi za oba primera lahko rekli, da gre za nekultiviranega človeka.

Odlično je pomen obleke zapisal prof. Trstenjak v knjigi Psihologija barv:

»Obleka je za človeka civilizirane druž-

O kulturi oblačenja, bontonu in tem, ali obleka res naredi človeka, smo se ob izidu njene nove knjige Moška oblačila in dodatki pogovarjali z avtorico treh knjižnih uspešnic o kulturi oblačenja in svetovalko za celovito podobo osebnosti, Leo Pisani. PETRA WINDSCHNURER

be tako neposredno, res nikoli prav povsem odložljivo sredstvo javnega obnašanja, da se niti ne zavedamo, kako zelo in res primarno je obleka sama na sebi pozivanje javnosti in oglaševanje pred javnostjo, da se ozre na človeka, da pritegne nase, torej dobesedno reklama.«

In vendar pri dojemanju osebe (vtis, ki ga ta pusti na sogovorniku) ne igra glavne vloge zgolj kultura oblačenja. Kaj pa bonton? Včasih se mi zdi, da bi morali v knjigarne znova vrniti tudi knjige o splošnem bontonu.

Seveda, bonton je pomemben del socializiranega človeka, ki želi dobro komunicirati. Na tem področju sem se izobraževala v Bruslju in bonton po drobcih dodajam svojim vsebinam, pogosto pa sodelujem oziroma predavam skupaj s strokovnjaki na tem področju. Tako kultura oblačenja kot kultura obnašanja nista umetni, sta življenjski, demokratični, pomagata živeti, in ne togo omejevati, ter se ves čas razvijata. Knjig s to tematiko je kar nekaj. Mislim, da je odličen trojček kultura oblačenja + kultura obnašanja + retorika. Trudimo se, da bi ta trojček prišel do naših najvidnejših funkcionarjev. Tistih, ki nas predstavljajo.

Kaj ljudem sporočamo z upoštevanjem oziroma neupoštevanjem oblačilnega kodeksa?

Pokažemo odnos do sebe, odnos do ljudi, s katerimi komuniciramo. S podobo povemo, da smo socializirani in kultivirani in da vemo, da je naš videz pomemben del komunikacije ter nam je mar za druge tako kot tudi zase. Poudarila bi, da je danes moda demokratična in da prav vsi lahko gojimo kulturo oblačenja. Lahko se oblečemo v trgovinah z rabljenimi oblačili, gremo na dogodke izmenjave oblačil. Če ne želimo potrošiti denarja, se lahko ime-

*Če poznamo
PRAVILA,
jih lahko
IMENITNO
kršimo.*

nitno oblečemo pri Karitasu ali Rdečem križu ali najdemo nekoga, ki nam svoja neuporabljena oblačila podari. Res pa je, da za katerikoli izbor potrebujemo moč, in če je nekdo v veliki stiski, tega morda ne zmore, in tako se začne začarani krog nezadovoljstva s seboj.

V modi večkrat slišimo stavek, da so pravila zato, da jih kršimo? Kdaj bi vi temu prikimali in kdaj odkimali?

Zelo preprosto: če poznamo pravila, jih lahko imenitno kršimo. **Gre kultura oblačenja lahko z roko v roki s sodobnimi trendi? Kaj pa dober stil in kultura oblačenja?** Radoveden in razmišljujoč človek opazi novo modo, nove smernice, nove materiale. Zanima ga vse, tudi kultura oblačenja. Tako si lahko ustvari mnenje in posledično samozavesten slog oblačenja ter vzame iz mode tisto, kar mu je všeč in ustreza njegovemu življenjskemu slogu.

Nekdo mi je nekoč dejal, da se slovenski slavnostni dogodki, kot je podelitev nagrad za slovenski film, ne morejo primerjati z dogodki v tujini. Bi lahko rekli, da je tako tudi zato, ker povabljeni ne upoštevajo ali ne poznajo kodeksa oblačenja, ki bi bil za takšen dogodek primeren? Priti po nagrado v strganih kavbojkah, razvlečeni majici in japonkah, je zame skregano s pametjo.

Mislím, da je vseeno že veliko bolje. Še vedno pa je precej upornikov, ki so to velikokrat tudi brez razloga, ali pa je razlog nespoštovanje gostitelja ter s tem tudi nagrade in nagrajencev. Osebnó se mi zdi bolj modro, da si v primeru nestrinjanja z gostiteljem raje doma – če dogodek podcenjuješ, nima smisla, da se ga udeležiš.

Sodobna modna industrije danes veliko pozornosti posveča trajnosti? Kaj je za vas dober trajnostni pristop?

Spremljam trajnostno modo in jo podpiram. Nosim torbice iz pinatexa (imitacije usnja iz ananasovih listov), imam nekaj kosov iz eko bombaža, eko volne, bambusa. Občutek ob nošenju teh materialov je res enkratno, postanejo druga koža. Težava pa je, da so ta oblačila in dodatki dražji. Meter pinatexa je dražji kot meter kakovostnega usnja in traja bistveno manj, res pa je, da na odpadu neprimerno hitreje razpade. Torej: morda sem žalostna, ker torbice ne morem več nositi, toda zemlji sem naredila uslugo. Pri svojem delu se osredotočam na preventivo, moj slogan je: več vem, manj potrebujem. Prepričana sem, da je najbolje, če gojimo kulturo oblačenja in kupujemo kakovostne izdelke, ki nas bodo radostili in jih bomo nosili do izrabe.

Obleka naredi človeka. Se strinjate?

Do neke mere se strinjam. Vemo, da ima obleka veliko moč, da lahko vpliva na nas in na druge ter odziv drugih zopet na nas. Zagotovo pa obleka ni vse. Če oblečemo zdravniško haljo, še nismo zdravnik, ali če se odenemo v meniško haljo, nismo menih (po italijanskem pregovoru: *l'abito non fa il monaco*). ←

NAKUPOVALNI VODNIK

MODA

aboutyou.si: ALIGNE

arket.com: ARKET

bredawatch.com: BREDA

chloe.com: CHLOÉ

Citypark, Šmartinska c. 152g, Ljubljana:

SPORTINA XYZ (SILVIAN HEACH, FRACOMINA)

cosstore.com: COS

daphine.com: DAPHINE

hm.com: H & M

hugoboss.com: BOSS

mango.com: MANGO

marella.com: MARELLA

massimodutti.com: MASSIMO DUTTI

maxmara.com: MAX MARA, S'MAX MARA

mellerbrand.com: MELLER

monki.com: MONKI

na-kd.com: NA-KD

Nama, Tomšičeva ul. 2, Ljubljana:

BRUNO PREMI, FRACOMINA, SILVIAN HAEC

net-a-porter.com: BOUGUessa, ISABEL MARANT,

JONATHAN SIMKHAI, ROULAND MOURET, VINCE

pullandbear.com: PULL & BEAR

scotch-soda.com: SCOTCH & SODA

sportmax.com: SPORTMAX

stories.com: & OTHER STORIES

uterque.com: UTEROÛE

zalando.si: ANNA FIELD, KATE SPADE

NEW YORK, NA-KD, NEW ERA

Zara, Cankarjeva c. 2, Ljubljana,

zara.com: ZARA

Weekend Max Mara, Wolfova ul. 10,

Ljubljana, weekendmaxmara.com:

WEEKEND MAX MARA

LEPOTA

Nama, Tomšičeva ul. 2, Ljubljana:

CHANEL, DIOR, REVLON, MAC, LANCÔME, FILORGA

DEKOR

boconcept.com: BOCONCEPT

finnishdesignshop.com: &TRADITION, FINARTE,

HAY, IITTALA

FLATTERED.COM: FLATTERED

Hana Karim Studio, Pražakova ul. 11,

Ljubljana: HANA KARIM

Moderna, Jarška c. 10b, Ljubljana:

FERM LIVING, MUUTO

nordicnest.com: DESIGN HOUSE STOCKHOLM

zarahome.com: ZARA HOME