

KJESTE, PETKE?

#Kaja Kovič

Medtem ko ženske na določenih (vodstvenih) položajih ali sektorjih na delovnem mestu še nosijo čevlje z visokimi petami, pa se zdi, da večina drugih opušča ta trend. Čemu lahko to pripišemo? Prepričanju v sposobnost, da lahko svoje delo opravljajo brez kakršnih koli (nepotrebnih) lepotnih pripomočkov? Morda modi? Ali bodo visoke petke nekoč celo izginile? Kaj pa o njihovi nošnji pravi bonton?



Foto: Dreamstime

Med branjem kolumne v Marketing Weeku, ki jo je napisala **Helen James**, generalna direktorica agencije CPB London in soustanoviteljica Creative Equals/Business, voditeljskega programa in skupnosti za ženske v kreativnih industrijah, me je prešinilo. Še nedolgo nazaj so ženske, med njimi seveda tudi moja mama, teta in babica, za v službo vsak dan obule čevlje z visoko peto, danes pa se tudi na posebnih dogodkih, odprtjih, konferencah ali festivalih raje zatekamo k udobju športnih copat. Jamesova zapiše, da so ji petke včasih dajale samozavest in da je z njimi lažje vstopala v večinoma moške direktorske pisarne. Po drugi strani pa so njeni višini dodali nekaj centimetrov, da je lahko z njimi stala skoraj z ramo ob rami. »Verjetno sem uživala v tem klišejskem občutku ženske moči, ki je izhajal iz vsakodnevnega nošenja petk,« zapiše Jamesova. Kot žensko, ki petke nosi zelo redko, me je njena kolumna spodbudila k razmišljanju o vse manjšem pomenu in simbolu čevljev z visoko peto.

V CANNES S PETKAMI, PO CANNESU V SUPERGAH

Junija letos sem se prvič udeležila mednarodnega festivala kreativnosti Cannes Lions na francoski rivieri. Kljub nasvetom starejših kolegic, naj tega ne storim, sem s seboj prinesla najbolj zavidljiv par visokih petk iz svoje omare. Seveda pa kljub trmoglavosti spoštujem nasvete izkušenih, zato sem se na licu mesta vseeno želela prepričati, ali imajo kolegice prav. Hotela sem raziskati teren na lastno pest, zato sem parček petk v začetnih dneh preračunljivo pustila v hotelu. Še dobro! Ženske so se po rivieri sprehajale v udobnih natikačih, sandalih in supergah. »Morda pa še nisem srečala nobene ženske, ki je udeleženka tega prestižnega in enega od največjih kreativnih festivalov na svetu,« sem se tolažila. Zaman sem čakala na trenutek, v katerem bi lahko na enem mestu naštel več kot tri ženske v petah in tako sem svoje petke – prav tako, kot so napovedale kolegice – pustila nedotaknjene. Odkar je leta 2016 prodaja superg prehitela prodajo visokih pet, si upam trditi, da petke ne le v Sloveniji, ampak tudi v tujini, niso več aktualna standardna uniforma za (poslovne) ženske.

ALI JE IZGINOTJE PETK POVEZANO Z VSE VEČJIMI ŽENSKIMI KVOTAMI?

Če se ozremo v 80- in 90-ta leta prejšnjega stoletja, je moda ženskam omogočila tako imenovano moško igro na delovnem mestu – široka ramena in visoke pete so ustvarili fizično preobrazbo, v kateri so posnemale fizično »alfa« obliko in jim je dajala nekakšno vstopnico, da se pridružijo moškemu svetu, ki je v tistih časih prevladoval na delovnih mestih. Ženske so čutile, kako se jim je v tovrstni opravi povečala samozavest, kot lahko preberemo v starih časopisnih člankih. Moda se je že takrat skozi leta spreminjala, a petke so vedno ostajale – danes takšne, jutri drugačne. Ženskam so vlivale samozavest, moškim pa se še danes zdijo privlačne.

»O bontonu predavam v najrazličnejših podjetjih in resnično ne opažam trenda izginjanja petk,« pravi Bojana Košnik Čuk, mednarodno priznana strokovnjakinja s področja diplomatskega in poslovnega protokola.



Superge za stevardese? Zakaj pa ne!

Pred tremi leti je Asics za 100. obletnico letalske družbe KLM zasnoval obutev za kabinsko osebje in predstavil superge za stevardese. »Pri tem projektu nismo spreminjali le trenutnega videza stevardes, temveč smo ustvarjali trende oblačenja v tem segmentu. Stevardese so sinonim za eleganco in ustvariti udobna, a vseeno elegantna oblačila za ženske, ki delajo sedemurne izmene visoko v zraku, pomeni mejnik v njihovih karierah,« so zapisali pri Asicsu.



Seksizem ali dejstvo?

Sloviti francoski modni oblikovalec Christian Louboutin, katerega zaščitni znak so čevlji z visokimi petami in rdečim podplatom, je nekoč izjavil: »Jaz ne delam petk za ženske, ustvarjam jih za moške.«

Pogled na modo in koncept privlačnosti pa se je pred nekaj leti spremenil in to lahko enačimo z obdobjem vzpona superg. Pri raziskovanju fenomena me je aktualna raziskava profesorice **Sreedhari Desai** z Univerze v Severni Karolini močno presenetila. Desai je ugotovila, da ženske, ki v službi nosijo čevlje z ravnim podplatom, danes veljajo za bolj sposobne kot njihove kolegice s petami. So bile muke ob nošnji pet ves čas zaman? Ta ugotovitev je po eni strani le dodaten dokaz, da se uspešnost žensk še vedno delno ocenjuje po njihovem videzu in ne po tem, kaj počnejo in kako, po drugi strani pa je še zanimivejša ugotovitev, da lahko mučna nošnja petk celo škodi našemu ugledu.

Helen James v kolumni zapiše, da so njene stanovske kolegice vsako leto višje na položajih in da je prebijanje steklenega stropa danes le še slab spomin na preteklost, ko so nevidne ovire, sestavljene iz predsodkov in stereotipov, ženskam oteževale napredovanje do višjih delovnih mest. Pred pisanjem kolumne je veliko govorila z njimi in povedale so ji, da nekako ne čutijo več potrebe po črpanju samozavesti iz svoje garderobe. Po njenem mnenju je to posledica bolj uveljavljene ženske vodstvene skupine, ki je prepričana v svojo sposobnost zagotavljanja odličnih rezultatov brez oklepa, kot se izrazi. **Louise Carter**, svetovalka za blagovne znamke in z bogatimi izkušnjami v modni industriji, ki je večji del kariere delala za British Fashion Council in London Fashion Week, pa vseeno meni, da je delo danes še vedno v veliki meri odvisno od tega, kako smo oblečeni v službi. »Čeprav izbor oblačil za delovno mesto še vedno do neke mere prilagajamo kodeksom oblačenja in ima vse, kar si nadanemo, nek simbolični pomen in je pomembno, da ustreza okolju, pa se stvari spreminjajo. Od žensk se ne pričakuje več, da morajo biti popolne na vseh področjih in začela je vladati večja raznolikost oziroma prilagodljivost.«

Linda Van Aken, podpredsednica tekaškega oddelka pri proizvajalcu športne obutve in oblačil Asics, se strinja z njo: »Moda bo vedno odražala dogajanje v kulturi in oblačila bodo vedno ostala sporočila, kako želite, da vas ljudje dojemajo. A danes je to dojemanje vedno manj odvisno od spolnih norm in več od tega, kako obvladate položaj, na katerem ste.«

SO PETKE ŠE ALI ŽE MODERNE?

Lea Pisani, strokovnjakinja za celovito podobo osebnosti, za Marketing magazin pove, da je moda odraz stanja v družbi, odraz naroda in kulture. »Če negiramo kulturo oblačenja, če se nam zdi, da tekstilna industrija samo onesnažuje in nas sili k trošenju, imamo na problematiko (pre)ozek pogled. V tekstilni industriji je zaposlenih veliko izjemnih strokovnjakov, ki razvijajo nove materiale, oblikujejo nova zanimiva oblačila, še vedno lahko kupimo kakovostne kose, ki nas radostijo in jih nosimo do izrabe. Res je, da so lahko potrošniki žrtve mode, da nekateri porabijo preveč denarja za kose, ki jih ne nosijo. Vendar je vedno več ozaveščenih ljudi, ki spoštujejo kakovost, premislijo, kaj bodo kupili in lepo negujejo svoja oblačila. Med obutvijo so seveda vedno bolj priljubljeni kosi tudi superge.«

Hiter modni nasvet za poslovne ženske

Lea Pisanijeva je na pobudo o hitrem modnem nasvetu odgovorila zelo praktično. »Če ste v dilemi, kakšna podoba je primerna za določen dogodek, se vprašajte, kaj želite predstavljati s svojo podobo: profesionalnost, prijaznost, dostopnost, inteligentnost ali kaj drugega? Tako boste hitro dobili ustrezen odgovor o izboru svoje obleke.«

»Po mojem mnenju so si letos vse ženske kupile najmanj eno obleko ali krilo. Po dveh letih športnih copat pa si je prav tako marsikatera ženska kupila čevlje s petko. Veliko jih ima dovolj superg,« opazuje **Lea Pisani**, strokovnjakinja za celovito podobo osebnosti.



Foto: Mateja Jurdovič Potočnik

Lea Pisani opazuje nekaj popolnoma drugačnega v primerjavi z omenjeno kolumnistko. Kot nam pove, prihaja od dveh sočasnih, a obratnih fenomenov – po eni strani opažamo zaton petk, po drugi strani pa se dogaja nasproten trend, ki se je začel prebujati po pandemiji. »Ženske so si po obdobju zaprtja države in njenih institucij po dolgotrajni nošnji sproščenih in ohlapnih oblačil zopet zaželele bolj žensvene podobe.« Kot strokovnjakinja za celovito podobo osebnosti dobro pozna ponudbo oblačil in dodatkov v trgovinah in je v njih opazila vzpon žensvenih, lepih, sončnih barv ter več oblik in kril kot leta poprej. »Po mojem mnenju so si letos vse ženske kupile najmanj eno obleko ali krilo. Po dveh letih copat in športnih superg pa si je prav tako marsikatera ženska kupila čevlje s petko. Veliko jih ima dovolj superg,« pove za Marketing magazin in doda, da bodo tiste ženske, ki si do zdaj niso kupovale čevljev s petkami, to zagotovo storile letos.

Ob tem poudarja razlike med petkami. »Petke so lahko zelo različne; lahko so nižje in širše, lahko so visoke pet ali šest centimetrov ... Nekatero vrsto petk omogočajo hiter korak in udobno hojo, druge pa zahtevajo več spretnosti pri hoji in služijo predvsem estetski piki na i celotnemu kompletu. Še vedno pa v svetu mode velja, da je najbolj žensvena in najbolj elegantna petka stiletto peta.«

Pisanijeva opominja, da so moda in navade oblačenja zelo odvisne od kulture in kraja, kjer odrasčamo. »Velike razlike v pogledu na koncept oblačenja lahko opazimo že s hitrim obiskom zahodnih sosedov, ki imajo nekoliko večji občutek za bolj trendovsko oblačenje ob različnih priložnostih. Ženske si moramo pogosteje reči: 'Ne, ni vseeno, kako sem oblečena! Zelo pomembno je, kako se oblečem – zase, za prijatelje, za družino ...'« Pisanijeva doda, da ima naša podoba veliko moč in vpliva na naše razpoloženje. »Dogodek ni enak dogodku, svečanost ni običajni delovnik in praznovanje je praznovanje življenja. Če ga praznujemo iskreno, si ga moramo popestriti tudi z obleko, izbrano barvo, dišavo, lepimi čevlji, s šminko, torbico, frizuro. To je prav tako del bontona, lahko rečemo,« začini odgovor.

KAJ NAM NAREKUJE BONTON?

Bojana Košnik Čuk iz Šole bontona (delno) izginotje petk povezuje z naravo poklica. »V službah, kjer je veliko dela na terenu ali so zahtevane hitre reakcije, so ženske poenostavile slog oblačenja. A tudi ženske, kot so na primer udeležke festivala kreativnosti v Cannesu, želijo biti lepe in elegantne in tudi te ob posebnih priložnostih ubjujejo petke,« razloži nasmejana in nadaljuje: »Petke v splošnem smislu ne izginjajo iz službenih okolij. V določenih situacijah se dejansko vse bolj pogosto pojavljajo obuvala brez petk, ampak na splošno petke ostajajo. O bontonu predavam v najrazličnejših podjetjih in resnično ne opažam trenda izginjanja petk.«

Morda marketinški sektor nima jasno določene kulture oblačenja, ker je zelo povezan s kreativno industrijo, vseeno pa morajo biti obleka, obutev in vedenje po mnenju Košnik Čukove okolju in situaciji primerni. »Razumem, da v Cannesu ni bilo veliko petk, saj so bila predavanja razkrojena po vsem mestu, v njem pa je vladala vročina, a verjame, da ni bilo veliko žensk, ki bi bile obute v stare japonke ali 'crossice', saj je to obutev za na plažo. Ko vidim tovrstno obutev v danih situacijah, se vprašam, kaj potem ti ljudje nosijo, ko gredo na plažo. Res je, moda je demokratična, a ne moremo obleči kar koli za vsak dogodek.«

Ob tem poudarja, da bonton oblačenja za poslovni svet kljub bolj sproščeni modi poudarja lepo in čisto obuvanje. »V preteklosti so se vodilni kadri v duhu tistega časa pogosto odločali, da zaposleni lahko pridejo na delo v copatih in trenirkah, pozneje pa so to pravilo ukinili. Izkazalo se je, da tudi v kreativnih poklicih ljudje potrebujejo neko mejo in da je odhod v službo popolnoma drugačen, ko se je treba iz domačih oblek preobuti, preobleči, urediti.«

Bojana Košnik Čuk se je v najinem pogovoru o poslovnem bontonu oblačenja dotaknila iste tematike kot Linda Van Aken, podpredsednica tekaškega oddelka za Asics. »Ob vsem tem poudarjam, da pogovori o tem, ali naj ženska nosi petke, ali je nastopil čas za žensko voditeljico, koliko žensk morajo zaposliti v podjetju in podobno, niso primerni. Bolj je pomembno, ali je oseba sposobna za svojo pozicijo. Dojemanje osebe naj ne bo odvisno od spolnih norm, temveč od obvladovanja položaja.«

Urška Klakočar Zupančič in rdeče petke

Sogovornici smo prosili tudi, naj komentirata dogodek, ko si je predsednica državnega zbora takoj po izvolitvi za ustanovno sejo državnega zbora izbrala rdeče čevlje z visokimi petami, kar je v Sloveniji dvignilo nemalo prahu.

»Predvidevam, da je predsednica državnega zbora Urška Klakočar Zupančič inteligentna ženska, ki je rada ženska. Mislim, da je premišljeno izbrala rdeče lakirane čevlje z visoko peto stiletto. Njeno izbiro razumem kot poudarjanje problematike enakosti spolov. Z mojega zornega kota je s tem dejanjem drzno odprla to temo z upanjem, da se bo nihalo razumno uravnesilo. Mislim, da si tega želimo vse ženske. Dogodek služi kot dober dokaz, kako veliko moč ima podoba,« je komentirala Lea Pisani.

»V teh časih je nedopustno, da se sploh pogovarjamo o tem. Pravila protokola so jasna, vsa odstopanja pa ljudi prej osmešijo kot povzdignejo,« meni Bojana Košnik Čuk in dodaja: »Gospa Klakočar Zupančič je energična, lepa, pametna in strinjam se z njeno sporočilnostjo, vendar menim, da se takšnih zadev ne smemo posluževati v državnem zboru ali na rdeči preprogi. Svojo moč naj uporabi za spremembe na drugačen način. Za te ideje si je izbrala zelo občutljiv trenutek in tako izzivala ljudi, ki so bili izčrpani in občutljivi po dolgi volitveni sagi.«