

OBLEKA

—

KAJ, KDAJ, KAKO

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

391(035)
316.343-057.17:391

PISANI, Lea

Obleka – kaj, kdaj, kako / [avtorica Lea Pisani ; skice Sonja Šterman, skice robčkov Urša Telič]. - 1. izd. - Ljubljana : [samozal.] L. Pisani, 2010

ISBN 978-961-276-031-1

1. Gl. stv. nasl.

253060352

Obleka je za človeka civilizirane družbe 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. Vse druge reklame so psihološko daleč v ozadju, skrite »za« in »pod« obleko. Vsaka druga reklama je ne le bolj posredna, marveč tudi tako ali drugače izjemna, medtem ko obleko nosi vsakdo stalno in neposredno na sebi in ga tudi relativno najmanj stane, manj kot vsaka druga reklama, ki sodi že med »luksuzne artikle«.

prof. dr. Anton Trstenjak, Psihologija barv

Vsebina

Lepota ali celovita podoba?	6	BARVE OBLEK	153
RAVNI OBLAČENJA	8	SRAJCA	154
FRAK	13	KRAVATA	164
DNEVNI FRAK	25	DODATKI	174
SMOKING	33	MOŠKI ČEVLJI	184
DNEVNI SMOKING	43	MOŠKI KLOBUKI	196
KOKTAJL OBLEKA	47	MOŠKA GARDEROBA	206
TEMNA OBLEKA	53	VZDRŽEVANJE OBLAČIL	210
DNEVNA POSLOVNA OBLEKA	61	PIKA NA I	212
RAVNI SPROŠČENEGA OBLAČENJA	66	ŽENSKA OBLEKA	217
SPROŠČENA POSLOVNA OBLEKA	69	ŽENSKI SUKNJIČI IN POVRŠNIKI	218
SPROŠČENA ELEGANTNA OBLEKA	75	MAJICE IN BLUZE	228
SPROŠČENA OBLEKA	81	KRILA	236
OBLEKA ZA PROSTI ČAS	89	ŽENSKHE HLAČE	246
ŠPORTNA OBLEKA	95	ŽENSKI IN MOŠKI PLAŠČI	254
IZBOR RAVNI OBLAČENJA ZA ...	98	ŽENSKI KLOBUKI	264
DOPUST V HOTELU	99	ŠALI, RUTE in RUTKE	272
NASTOP NA TELEVIZIJI	100	ŽENSKI ČEVLJI	276
ZA POGOVOR ZA SLUŽBO	106	SPODNJE PERILO	294
PREDAVANJE	108	TORBICE	304
DOPUST NA KRIŽARKAH	111	LIČENJE	316
POROKE	115	NAKIT	320
RAZLIKE V POSLOVNEM OBLAČENJU		ŽENSKHE NOGAVICE	334
PRI NAS IN PO SVETU	123	ŽENSKA S SLOGOM IN OBLIKA POSTAVE	338
MOŠKA POSLOVNA OBLEKA	131	RAZLIČNI SLOGI PO SISTEMU CMB LONDON	340
SUKNJIČ	134	OBLIKE POSTAV	342
MOŠKE HLAČE	144	BARVE – SIMBOLIKA IN BARVNA ANALIZA	
TKANINE ZA MOŠKE POSLOVNE OBLEKE	150	PO CMB LONDON	346
		HARMONIJA BARV IN BARVNI TIPI	353

Lepota ali celovita podoba?

Psihologa Randy Thornhill in Steve Gangestad sta na podlagi številnih raziskav, dejstev in podatkov ugotovila, da je lepota v simetriji človeškega telesa, podobno pa velja tudi za živalski svet. Pravita, da simetrija zagotavlja več spolnih hormonov, zdravje in trdnost imunskega sistema. Zato se zdi človeku privlačna, lepa. Njuna študija, izdelana konec 20. stoletja, potrjuje ugotovitve Leonarda da Vinci s konca 15. stoletja o kanonu proporcev, opisane v Razmerjih človeškega telesa po Vitruviju, enem njegovih najbolj znanih del. Slika Vitruvijev človek dokazuje, da je na idealnem človeškem telesu, poleg simetrije, vse v razmerju ϕ . Trdi, da celotna narava temelji na zlatem rezu, najlepšem in najbolj skladnem odnosu dveh različnih količin. Človek se ga sicer ne zaveda, vendar pa ga intuitivno čuti.

Simetrija je lepa, lahko pa tudi dolgočasna, nezanimiva. Zato je pomembneje, da se ukvarjamo z oblikovanjem celovite podobe kot z lepoto. Podobe, ki je skladna z osebnostnimi lastnostmi človeka, ki upošteva naravne danosti, način življenja in dela, cilje, in njegovo življenjsko okolje.

Namesto izraza »lepo« rajše uporabljam izraz »celovito«. Oblikovanje osebnega, prepoznavnega sloga je v novem tisočletju cilj uspešne osebe. Ni lepega in grdega človeka. Je samo človek, katerega podoba je lahko celovita, skladna, zanimiva in prilagojena različnim priložnostim. Ta človek je v svojo podobo vložil znanje in trud (in ne nujno tudi veliko denarja), njegovo nasprotje pa je človek, katerega podoba ne govori. Je anonimna, nima sloga. Deluje apatično, brez moči in kreativne energije. Drugi človek se je pač oblekel zato, da bi zakril telo in se zavaroval pred različnimi vremenskimi razmerami. Tako prvi kot drugi pa sta lahko po estetskih normah in razmerjih zlatega reza lepa ali grda.

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

Lea Pisani

RAVNI OBLAČENJA

Priporočila o oblačilih za določeno priložnost ali s tujko *dress code* so pravila kombiniranja oblačil in dodatkov za različne slovesne, poslovne, neformalne in športne priložnosti. Označujejo lahko določen poklic, družbeno skupino ali pripadnike subkultur. Vse družbe poznajo določena pravila oblačenja, veliko jih je tudi nenapisanih, vendar jih večina pripadnikov razume. V zahodni kulturi so se oblikovala na podlagi družbenih in političnih sprememb.

Kakšna nenapisana pravila imamo v Sloveniji in ali jih enako razumemo? Lahko bi rekli, da v prejšnjem sistemu zaradi ideoloških razlogov, socialističnega sistema, zaostale modernizacije ipd. nismo gojili zahodne kulture oblačenja. Nekateri so nosili kravato in suknjič v kombinaciji z dolgo brado, drugi pa Almirine puloverje, Toprove jopiče, Elkrojeve hlače ali gospe lep klasičen Murin kostim. Obuli smo, kar sta nam ponudila Peko in Alpina, in bili na neki način zadovoljni. Če so ljudje oblečeni podobno, se jim zdi, da tudi podobno mislijo, tako lažje komunicirajo in se počutijo varne.

Neke vrste uniformiranost lahko opažamo tudi danes. To uniformiranost nam ponujajo globalne blagovne znamke, ki ponujajo enaka oblačila vsepovsod po svetu. Kljub temu da se nam zdi, da lahko zaradi obsežne ponudbe bolje izrazimo svoj slog, pa smo zaradi močnega vpliva teh zelo prepoznavnih in cenovno dostopnih blagovnih znamk, spet oblečeni podobno. V tem primeru pa ne samo mi, ampak skorajda ves svet.

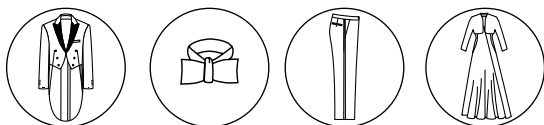
Naša oblačila v prejšnjem sistemu, po drugi svetovni vojni do osamosvojitve, večinoma niso govorila o bogastvu, socialnem položaju, poklicu, verski pripadnosti ali spolni identiteti. Moda se je počasneje razvijala, pozabili smo tudi na najslavesnejše oblačilo, na narodno nošo. Nenapi-

sano pravilo je bilo, da je narodna noša oblačilo kmečkega prebivalstva in narodnozabavnih glasbenikov. Tako je bila razumljena tudi po osamosvojitvi, kljub temu da smo se začeli intenzivneje ukvarjati z iskanjem identitete na vseh drugih področjih vizualnih komunikacij (logotip, slogan, slovenski spominki ...). Razvoj slovenske narodne noše je zamrl z drugo svetovno vojno in kasnejšim političnim režimom. Oblika, silhueta, detajli in dodatki so ostali bolj ali manj enaki in so danes res okorni in neudobni. Čeprav desetcentimetrške pete čevljev Manola Blahnika in klobuk Philipa Tracya z dolgim perjem tudi niso najudobnejši. Narodna noša danes velja za nošo kmečkega prebivalstva. Meščani so pozabili, da je bila tudi del njihove oblačilne kulture. Slovenci nismo navajeni uporabljati narodne noše za slovesne priložnosti. Tako kot v Avstriji ponosno nosijo dirndl, na Škotskem kilt, na Norveškem bunad, v Islandiji buningurinn, na Japonskem kimono, v Indiji sari in tako naprej, bi lahko tudi mi nosili svojo narodno nošo. V mnogih kulturah je narodna noša uveljavljena kot najbolj slovesno oblačilo.

Danes lahko govorimo o dvanajstih ravneh oblačenja, katerih poimenovanja so v angleškem jeziku že uveljavljena ali pa se uveljavljajo. Ves čas se rojevajo nove skovanke – kot npr. *wedding casual* za sproščeno oblačilo za poročno slovesnost ali *spiffy casual* za sproščeno sodobno oblačilo s slogom. Prav zato, ker moda ponuja toliko različnih oblačil, bi bilo koristno poznati vseh dvanajst ravni, njihova poimenovanja in vsebino ter jih uporabljati pri pripisih na vabilih ter tudi sicer v pisnem in pogovornem jeziku.

1. FRAK

Frak je najslavesnejša raven. Poleg fraka vanjo sodita tudi slovesno vojaško oblačilo in narodna noša.



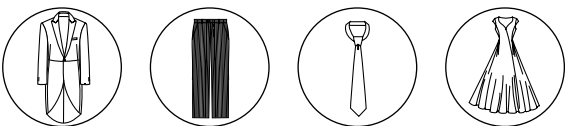
IZRAZI, PRIPISANI VABILU

White tie, full dress, tail coat, evening formal, very formal, ultra formal.

V to raven sodijo tudi oblačila: *military dress, traditional dress, national costume, mess dress.*

2. DNEVNI FRAK

Dnevni frak je enakovreden fraku, vendar za dnevne slovesne priložnosti, najpogosteje za poroke.

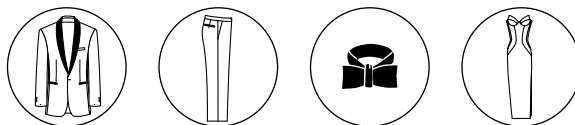


IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Cutaway, day semi formal, morning coat, la jaquette, tight.

3. SMOKING

Smoking je oblačilo za večerne slovesne priložnosti. Smoking naj se ne bi dotaknili sončni žarki, kar pomeni, da ga pozimi lahko oblečemo prej kot poleti.



IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Neizogibna izbira smokinga: *black tie, tuxedo, evening semi formal, dinner jacket, dinner suit.*

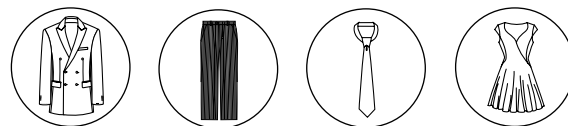
Gostitelj priporoča smoking, vendar si lahko oblečete tudi temno obleko: *black tie invited, black tie preferred.*

Smoking ni tako zelo nujen: *black tie optional.*

V to raven sodijo tudi oblačila: *military dress, traditional dress, mess undress* – ti izrazi so napisani poleg izraza *black tie.*

4. DNEVNI SMOKING

Dnevni smoking je enakovredno oblačilo smokingu, vendar za dnevne slovesne priložnosti. Ta raven oblačjenja v Sloveniji ni uveljavljena, tudi po svetu se le redko uporablja.

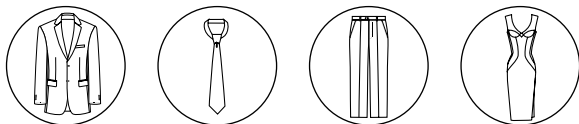


IZRAZI, PRIPISANI VABILU

The stroller, stresemann, black lounge, director.

5. KOKTAJL OBLAČILO

Koktajl oblačilo se nosi za slovesnejše večerne priložnosti. Moški imajo za raven temna obleka in koktajl oblačilo lahko isto obleko.

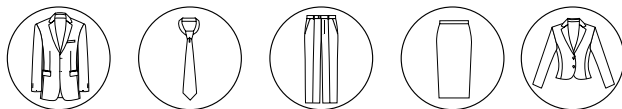


IZRAZA, PRIPISANA VABILU

Cocktail dress, evening informal.

6. TEMNA OBLEKA, TRADICIONALNA POSLOVNA OBLEKA

Ta raven oblačenja je primerna za najbolj formalne in tudi slovesne poslovne dnevne dogodke. V Sloveniji je bila temna obleka v prejšnjem sistemu naj-slovesnejša obleka.

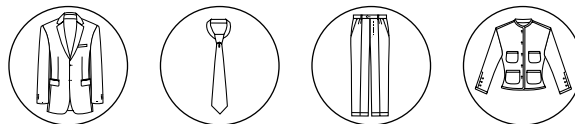


IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Traditional business attire, international standard business attire, business formal, day informal, lounge suit.

7. DNEVNA POSLOVNA OBLEKA

Dnevno poslovno obleko nosijo poslovneži in politiki na višjih položajih za vsakodnevne običajne poslovne priložnosti. Njihov cilj je formalna, a tudi sodobna podoba.

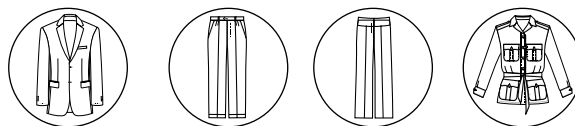


IZRAZ, PRIPISAN VABILU

Business standard.

8. SPROŠČENA POSLOVNA OBLEKA

Ta raven v poslovnem svetu dopušča več možnosti oblikovanja osebnega sloga. V sproščeno poslovno obleko je v Sloveniji v manj formalnem poslovnem svetu oblečenih največ ljudi.

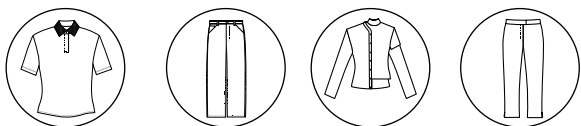


IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Business casual, executive casual, corporate casual.

9. SPROŠČENA ELEGANTNA OBLEKA

Za to raven oblačenja imamo že izraz, ki pa ni pravilen – športno elegantno. Ob uporabi tega izraza imamo v mislih oblačila, v katerih se udobno počutimo in so tudi primerna za veliko poslovnih okolij, za ljudi, ki niso na vodilnih položajih.



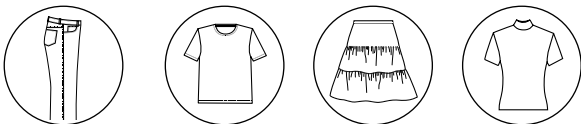
IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Smart casual, casual chic, resort casual.

Dressy casual, casual elegance, dressy resort casual, elegant resort attire – ti izrazi govorijo o rahlo bolj elegantni podobi kot izraz *smart casual*.

10. SPROŠČENA OBLEKA

Naj vas angleški izraz ne zmede. Gre za raven oblačenja, ki je primerna za naš prosti čas, ko se športno ne udeležujemo. To so oblačila, ki jih nosimo na prostem ali po opravih v urbanem okolju, kjer srečujemo ljudi. Izjema so oblačila za golf, ki sodijo v to raven.

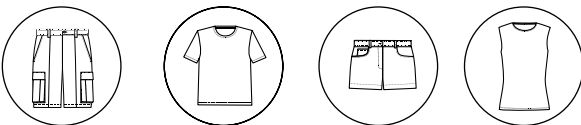


IZRAZ, PRIPISAN VABILU

Sporty casual (izraz izvira iz obdobja, ko so bila oblačila za šport veliko bolj formalna, kot so danes).

11. OBLEKA ZA PROSTI ČAS

Oblačila, ki jih nosimo na prostem, za vsakdanje opravke doma, na sprehodu na plažo, za sprehod v naravo.

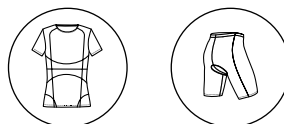


IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Saturday casual, leisure casual, rugged casual.

12. ŠPORTNA OBLEKA

Oblačila za različne športne dejavnost, kjer ste fizično intenzivno aktivni (tek, kolesarjenje, plavanje, smučanje, jadranje).



IZRAZ

Active casual.

ALI JE FORMAL IZRAZ ZA FRAK ALI ZA POSLOVNO OBLAČILO?

Izrazi, kot so evening formal (za frak), evening semiformal (za smoking), day semiformal (za stroller), evening informal (za koktajl obleko) in day informal (za temno obleko) se danes redkeje uporabljajo. Veljajo za arhaične. Če je beseda informal samostojna, potem je verjetno, da izraz velja za sproščeno oblačilo. Če bi gostitelj pripisal vabilu besedno zvezo evening informal ali day informal, pomeni, da moramo obleči koktajl obleko ali v drugem primeru temno poslovno obleko. Če je na vabilu pripisano zgolj informal, pomeni, da se lahko oblečemo v sproščeno poslovno ali sproščeno obleko. V sodobnem poimenovanju uporabljamo termin neformalno (angl. informal) kot opis za sproščena oblačila.

Ker v Sloveniji najslovesnejših oblačil v prejšnjem sistemu nismo uporabljali, do teh nespo-razumov verjetno ne bo prišlo.



Foto Bobo

Slovesna večerja ob obisku britanske kraljice Elizabete II. in njenega soproga, vojvode Edinburškega, na Brdu pri Kranju leta 2008. Gostitelj je bil slovenski predsednik dr. Danilo Türk. Udeležili so se je povabljeni iz slovenske politike, gospodarstva, kulture in športa. Na vabilu je bil kot zeleno oblačilo naveden frak. Moški so bili oblečeni v frak in ženske v dolgo slovesno obleko, ki ni smela biti ne črna ne bela.

FRAK

White tie, full dress, tail coat, evening formal, very formal, ultra formal

IZRAZI, PRIPISANI VABILU

White tie, full dress, tail coat, evening formal, very formal, ultra formal.

Vabilu je poleg teh izrazov lahko pripisano tudi: *military dress, traditional dress, national costume, mess dress.*

Za nekatere slovesnosti z večjim številom povabljenih je vabilu poleg *white tie* kot želeno oblačilo pripisano tudi *traditional dress* ali *national costume*. V tem primeru se lahko gostje in gostitelji oblečejo v narodno nošo. Tretja možnost je pripis *military dress* ali *mess dress*, ki označuje slovesno vojaško uniformo.

OBLAČILA

Frak je izdelan iz črne elegantne tkanine. Suknjič ima sprednji del kratek, zadnji pa močno podaljšan. Hlače imajo ob strani dva črna trakova (egalizirja) iz svilenega satena, te lovnik je bel. K fraku se nosi bela srajca s slovesnim ovrtnikom. Ženske nosijo dolgo slovesno obleko, ki ni v beli in prav tako ne v črni barvi.

KDAJ

Frak se nosi po peti ali šesti uri zvečer. Velja upoštevati pravilo, da je primerno oblačilo, ko pade mrak. Ob tovrstnih slovesnostih so običajno, kot gostje ali gostitelji, prisotni monarhi. Za te priložnosti ni alternativ pri izbiri oblačil.

KJE

- Posebno svečani večeri,
- zasebni sprejem pri papežu,
- dobrodelni plesi,
- posebni sprejemi v zaprtih prostorih,
- umetniške premiere v večjih mestih (opera, balet),
- posebno slovesni koncerti, na katerih so tudi pianisti in dirigenti klasične glasbe oblečeni v frak,
- podelitev Nobelovih nagrad v Stockholmu na Švedskem,
- tradicionalni dunajski operni ples,
- na Finskem, Norveškem in Švedskem se frak uporablja za različne akademske slovesnosti in plese.

A photograph of Giorgio Armani, an elderly man with white hair, wearing a black tuxedo with a white shirt and a black bow tie. He is standing on a red carpet at a GQ event, with a backdrop featuring the GQ logo. He is looking towards the camera with a slight smile. To his right, another man in a tuxedo is partially visible, looking towards the left. The background is dark with some blurred figures and lights.

SMOKING PRI MOŠKIH

Italijanski modni oblikovalec Giorgio Armani je oblečen v smoking, katerega suknjič ima koničast ovratnik in se zapenja enoredno. Ta kombinacija je za krojače velik izziv, saj je težko uskladiti razmerja. Običajno ima koničasti ovratnik suknjič z dvorednim zapenjanjem.

BARVA SMOKINGA

Smoking je običajno črn, še posebej, če gre za državne slovesnosti in zelo formalne slovesne priložnosti. Redkokdaj je zelo temno modre barve – črno modre, ki je pod umetno lučjo lepša in deluje še bolj črno od črne. Lahko je kombiniran tudi z vijoličasto barvo, kar je manj pogosto. Za dnevne priložnosti v toplejšem vremenu je lahko suknjič smokinga bel ali slonokoščen. Za ta tip smokinga uporabljajo Angleži izraz *dinner jacket*.

TKANINA – SUKNJIČ, HLAČE, TELOVNIK

Suknjič je izdelan iz posebne tkanine, za katero se pri nas uporablja kar izraz *smoking*. Zanj so značilni določeno tkanje in poobdelave, ki ustvarijo poseben lesk. Tkanina je iz posebne vrhunske volne (100-odstotne tasmanske volne), mešanice volne in moherja za zimo ali volne in svile za toplejše dni. Takšna tkanina je občutljiva in primerna samo za redko nošenje.

TKANINA – REVERJI, METULJČEK, SLOVESNI PAS

Reverji, metuljček in slovesni pas so iz svilenega satena ali grosgrain svile. Tkanina reverjev določa tkanino metuljčka in slovesnega pasu.



SUKNJIČ

Suknjič ima oglate, špic reverje, ki se v Franciji imenujejo *le smoking Capri*, ali zaobljene reverje, šal ovratnik, ki se v Franciji imenujejo *le smoking Deauville*.

V zadnjih letih se pojavljajo tudi suknjiči s t. i. karo reverji (običajni reverji za moški poslovni suknjič), ki delujejo manj formalno.

Reverji so izdelani iz svilenega satena, tkanina reverjev določa tkanino metuljčka in tkanino slovesnega pasu.

Enoredno zapenjanje suknjiča: suknjič je vedno v kombinaciji s slovesnim pasom ali telovnikom. Običajno ima en gumb.

Dvoredno zapenjanje suknjiča: pod njim se ne nosi slovesen pas. Tak suknjič je nekoč veljal za manj formalnega, danes pa je ravno obratno.



Obleka Mura
Foto Fulvio Grisoni

KOKTAJL OBLEKA

Cocktail dress, evening informal

IZRAZI, PRIPISANI VABILU

Cocktail dress, evening informal.

OPIS

Oblečeni v koktajl obleko pokažemo spoštovanje do dogodka in gostitelja. Ni primerno, če se za to priložnost moški oblečejo v običajno dnevno sproščeno poslovno obleko ali ženske v temno poslovno obleko – poslovni kostim, kar je pogosto opaziti.

Moški ima lahko za raven koktajl obleka in raven temna obleka isto obleko (črno).

Ženska ima lahko za raven koktajl obleka in raven smoking isto obleko, dolgo do meč.

Moška koktajl obleka je črna z belo srajco in slovesno kravato. Mala črna večerna obleka je sinonim za žensko koktajl obleko.

KDAJ

Koktajl obleka se nosi za slovesne večerne priložnosti tudi takrat, ko vabilu ni pripisano želeno blačilo.

KJE

Koktajl obleka je primerna za:

- gala prireditve v zaprtih prostorih,
- otvoritve razstav,
- gala modne revije,
- slavnostne večerje,
- gledališče,
- opero.

RAVNI SPROŠČENEGA OBLAČENJA

Neformalno, sproščeno oblačenje v poslovnem svetu lahko primerjamo s tikanjem. Tikanje je pozitivno za dober prijateljski odnos, timsko delo in sproščeno poslovno ozračje, vendar ni primerno za vsa poslovna okolja in za vse zaposlene. Je pa res, kot pišeta v svoji knjigi z naslovom *Business Casual Made Easy* Ilene Amiel in Angie Michael, da je sproščeno oblačenje edini privilegij zaposlenih, ki delodajalce ne stane nič, niti centa, in dobiva najbolj gromek aplavz.

Sproščeno oblačenje, ki ga poznamo tudi pri nas, izvira iz Silicijeve doline v ZDA. Mladi, na hitro obogateli ljudje, lastniki velikih računalniških podjetij, so obrnili hrbet poslovnemu oblačenju. Uspeli so tudi v kratkih hlačah in majici, enako so bili lahko oblečeni njihovi zaposleni. Virus sproščene oblačenja se je začel širiti po ZDA in je prodrlo celo do konservativnejših podjetij, kot so banke in zavarovalnice. Računalniška industrija kot ena najhitreje rastočih gospodarskih panog še vedno narekuje način oblačenja tudi v drugih sektorjih.

Do recesije leta 2009 se je zdelo, da bodo uniforme izgubile, da bosta moška poslovna obleka in ženski kostim samo še preteklost. Zdaj so se razmere spremenile, konservativna podoba pridobiva pomen, ljudje želijo videti uniformirano osebo, ki vzbuja vtis zanesljivosti in zaupanja. Vendar sproščeno oblačenje ostaja in bo oblačenje novega tisočletja, vendar se ga moramo še naučiti.

Sherry Maysonave v svoji knjigi *Casual Power* zmedo na področju neformalnih oblačil in njihovih ravni imenuje kar sproščena oblačila in sindrom zmede – CCS (*Casual Confusion Syndrome*).

Da bi ta sindrom odpravili, potrebujemo znanje. Biti moramo občutljivi v prepoznavanju oblačil in dodatkov za različne poslovne priložnosti in si prizadevati za izobrazbo o kulturi oblačenja.

KAKOVOST

Neformalna (*casual*) so v zavesti ljudi poceni oblačila, čeprav je kakovostno neformalno oblačenje celo dražje kot formalno. V poslovno obleko – ženski kostim ali moško obleko – Slovenci radi investiramo. Na formalno obleko za službo gledamo skozi optiko investicije, bolj sproščena oblačila, prav tako za službo, pa jemljemo kot cenejše porabniško blago, pri katerem nismo pozorni na dodano vrednost modnega oblikovanja ali kakovost materiala in izvedbe.

HIGIENA ali OSEBNA UREJENOST

Pri neformalnem oblačenju je zelo pomembna osebna urejenost. Še bolj moramo biti pozorni na higieno, urejenost zob in rok, pričesko, čistočo čevljev in kakovostne dodatke. Najmanj 20 odstotkov Slovencev je vidno škrbastih – manjka jim viden zob, štirica ali petica. Prav toliko se jih ne prha vsakodnevno.

MEJE

Meje med različnimi tipi neformalnega oblačenja so zelo ohlapne. Raven lahko prestopimo že samo s čevlji. Če si moški k hlačam obuje usnjene čevlje z vezalkami namesto športnih, zelo lepo dvigne raven oblačenja. Enako velja za žensko z elegantnimi čevlji s peto. Problem nastane, ko zdrsnemo s primerne ravni na vedno neprimerno. Za ta zdrs so najpogosteje krivi ponošeni in umazani čevlji, premajhna, prevelika, izzivalna ali provokativna oblačila. Še tako lepo oblačilo napačne velikosti izgubi vsaj polovico svoje vrednosti.

NEPRIMEREN IZRAZ – ŠPORTNO ELEGANTNO

Slovinci za sproščena oblačila uporabljamo le en izraz, ki pa ni ustrezen. Besedna zveza športno elegantno, ki jo uporabljamo tudi kot oznako za želeno oblačilo, je preveč ohlapna in ne definira določene ravni oblačenja. Največkrat je ob uporabi tega izraza mišljena raven sproščena obleka (angl. *smart casual*).

POMANJKLJIV IZRAZ IN ZAHTEVNA ODLOČITEV – CASUAL FRIDAY

Več slovenskih podjetij se je odločilo za *casual friday*, kar pomeni sproščeno oblačenje v poslovnem svetu samo ob petkih.

Ta izraz zajema dve kategoriji oblačenja – sproščeno poslovno obleko (*business casual*) in sproščeno obleko (*smart casual*), zato ni dovolj natančen. Večina zaposlenih domneva, da si takrat lahko oblečejo kavbojke, poleti kratke

»Udobje je luksus« je dejala Coco Chanel, ki je bila prva oblikovalka, ki je oblikovala preprosta, udobna oblačila in s tem dala ženskam svobodo. Naveličane steznikov, neudobnih tkanin in oblačil, so navdušene sprejele prijazne krajše obleke iz džersija, kratke pričeske. Ženska oblačila je navdahnila s preprosto eleganco. Bila je prva, ki je že pred stotimi leti razumela sproščeno oblačenje.

Sproščeno oblačenje v poslovnem svetu je gotovo najbolj radikalna sprememba v modi po letu 1970, ko so ženske množično začele nositi hlače tudi za v službo. *Women's Wear Daily*

hlače, sandale, obleke za na plažo. Odločitev za sproščeni petek je primerna le, če imajo zaposleni jasne smernice o primerni sproščeni petkovi podobi za njihovo delovno mesto.

KDO VSAKODNEVNO NOSI FORMALNA OBLAČILA

V novem tisočletju je v različnih poslovnih okoljih vedno več ljudi, ki jim ni treba nositi suknjiča in kravate ali kostima. Obleko in kostim si oblečejo za pomembnejše poslovne dogodke in za pogovore za službo. Le menedžerji na visokih položajih v podjetjih, kjer je konservativna podoba zelo pomembna, nosijo obleko in kravato vsak dan.

Želje mladoporočencev glede poročnega dne zelo so različne. Kljub novemu tisočletju, ki nas tudi v oblačenju za posebne priložnosti nagovarja s kreativnostjo in alternativnostjo, je še vedno največ klasičnih porok. Nevesta je oblečena v belo dolgo obleko in ženin v temno obleko ali dnevni frak.

RAVNI OBLAČENJA ZA POROKE

Če bi se ravnali zgolj po ravnih oblačenju, bi bil pravilna izbira za to slovesnost dnevni frak (glej poglavje Dnevni frak), najslovesnejše oblačilo za dnevne slovesnosti na prostem. V Sloveniji tega načina oblačenja v prejšnjem sistemu nismo poznali, nekateri ženini in neveste se zanj odločajo šele zadnja leta, svatje pa le poredko.

Zelo vpljudno in zaželeno je, da gostitelji vabilu pripišejo zeleno raven oblačenja. Samo gostitelj ve, kako bo potekal dan, kakšno bo okolje in zeleno razpoloženje, zato je navet glede oblačenja za svate zelo dobrodošel. Priporočam, da ob pripisu uporabljate izraze, opisane v poglavju Ravni oblačenja.

V tujini je pogost pripis informal ali formal. Ta izraza sta zelo ohlapna. Če je pripis formal, se lahko odločite za raven temna obleka. Pri pripisu informal je primerna raven sproščena elegantna obleka ali sproščena poslovna obleka, vendar s slovesnim pridihom, predvsem v barvi in dodatkih.

Če pripisa o zeleni obleki ni, bo zanesljiva izbira za moškega raven temna obleka, za ženske pa raven dnevni frak. Te lahko izberejo obleke različnih dolžin (le dolge ne), elegantne čevlje, pokrijejo se lahko s klobukom.

Alessandro Sartori, kreativni direktor blagovne znamke Ermenegildo Zegna, v intervjuju v *Diners Club Magazine* odgovarja na vprašanje, kako naj se za poroko obleče moški.

»Za poroke se ne oblačite v čudna oblačila ali v oblačila, v katerih se ne počutite dobro. Moški mora biti ob tej priložnosti, ki naj bi bila za vedno, predvsem eleganten in lep. Pomembno je, da se sam sebi ne bo zdel smešen, ko bo tudi čez nekaj let gledal poročne fotografije. Prisegam na eleganco in vitko silhueto, ki jo še dodatno poudarijo črna, temno modra, temno siva barva. K temu sodita srajca v beli barvi in kravata ali metuljček v sintoniji z barvo obleke. Detajle je treba iskati znotraj eleganc in klasike. Namesto dveh gumbov na suknjiču le eden, tajliran suknjič z dvorednim zapenjanjem, širši ali ožji reverji, dvojni poklopec na žepih. Razni poskusi svetlikajoče se srebrne tkanine mi niso všeč. Čevlji naj sledijo silueti hlač; podplat naj bo enake barve kot zgornji del.«

Andrej Vidmar, IT, Oslo

»Na severu je oblačenje precej manj formalno kot v Sloveniji. Tudi poslovneži na vodilnih položajih redko nosijo kravate. Ljudje ne želijo izstopati, se uniformirati. Celotno zdravstvo in farmacevti niso oblečeni v bele halje in, kar je za Slovenijo nepredstavljivo, cariniki so v kavbojkah. Njihova podoba je najbrž del pregovornega severnjaškega egalitarnega pristopa k življenju. Opazi se, da je standard visok. Njihova neformalna oblačila so kakovostna, bolj kot blagovna znamka jih zanimata dizajn in kreativno usklajevanje različnih kosov. Kravate nosijo samo nekateri finančniki in direktorji večjih podjetij. Ta neformalnost v poslovnem oblačenju se je pojavila v zadnjih letih, še pred desetletjem je bilo namreč precej drugače. Nenavadno pa se mi zdi, da glede na sproščeno oblačenje na Norveškem nosijo kravate nogometni komentatorji v studiih.

Na norveški državni praznik, dan ustave, 17. maja, so po mestih parade in večina paradnikov (predvsem je zelo priljubljen otroški spreved) je v nošah (bunad). Na svojo narodno nošo so namreč Norvežani zelo ponosni in z njo izkazujejo narodno pripadnost.«

Mark Macus, direktor KPMG AG, Švica

»V finančnem sektorju v Švici smo oblečeni zelo konservativno. Podobno bi lahko trdil za Nemčijo in Britanijo. Moški nosimo poslovne obleke s kravato in srajco. Barve oblek so temno modra, ogleno siva, za zelo formalne dogodke črna. Najpogosteje so enobarvne, izjema so lahko le diskretne črte. Srajce so bele, svetlo modre, svetlo sive, včasih svetlo rožnate, poživljajo pa jih črtaste, pikaste, enobarvne kravate ali takšne z manjšim oglatim vzorcem. Čevlji so črni ali včasih temno rjavi z vezalkami. Kolegice so oblečene v hlačne kostime, če gre za zelo pomembne

poslovne dogodke, oblečejo krila, vedno nosijo zaprte čevlje. Pogosto občudujem podobo italijanskih kolegov, ki so pri izbiri vzorcev in barv za spoznanje bolj kreativni. Za Američane je znano, da so oblečeni najmanj formalno in pogosto tudi kršijo nenapisana pravila formalnega oblačenja v finančnem poslovnem svetu.

Ob petkih nismo oblečeni nič bolj sproščeno, izraz *casual friday* je bil aktualen v začetku tisočletja, danes pa se takšna izbira obleke ne pojavlja več.

Na vabilih za seminarje ali mednarodna srečanja je običajno pripisano želeno oblačenje. Organizator opremi izraze za želene dress code z natančnim opisom, kakšna oblačila so mišljena, saj mnogo ljudi (zlasti Američani) ne obvlada terminologije in pravil s tega področja. Najpogosteje se uporablja izraz *business casual*. V tem primeru smo še vedno oblečeni v formalne obleke, le brez kravate. Obleka je lahko svetlejša. Ženske nosijo bolj sproščene kostime.

Če je na kongresu v programu tudi kak dogodek zunaj hotela oziroma poslovnega dogajanja, je zaželeno oblačilo *smart casual*. Sam v tem primeru izberem bež hlače in srajco ter sproščen površnik.«

Tatjana Fink, direktorica Trima

»Razlik v oblačenju je čedalje manj, vsepovsod po svetu so dostopne iste blagovne znamke s podobnimi oblačili. Svet oziroma ljudje so si postali podobni, razen morda v arabskih deželah. Severnjaki so oblečeni najbolj sproščeno, kar je v skladu z njihovo življenjsko filozofijo. Srbi, Hrvatje so oblečeni bolj elegantno in formalno, moderno, precej dajo na blagovne znamke. Tudi to mi je všeč, rada vidim, če se ljudje skrbno posvetijo svoji podobi. Zdi se mi pomembno, da so oblečeni tako, kot funkcionirajo. Če živijo z nara-

vo, se ne ukvarjajo s pravili, formami, potem je prav, da je tudi njihova podoba takšna, ali obratno.

V naši panogi v visokem poslovnem svetu se ve, da je za zelo formalne dogodke primerna tradicionalna poslovna obleka. Jaz tudi poleti nosim suknjič z dolgimi rokavi v kombinaciji s krilom, če gre za zelo formalne sestanke. Če gre za delovne sestanke, oblečem kostim s hlačami. Pozorna sem na materiale, poleti nosim hladno svilo in pozimi toplo volno. Rada imam naravne materiale, ki dihajo, omogočajo dobro počutje in so zame sinonim za kakovost.

Poudarila bi še, da premalo uporabljamo barve, zlasti za slovesne priložnosti smo ženske prevečkrat v črnem. Ko sem bila v Stockholmu povabljen na večer, ki ga je organizirala kraljeva družina, je bilo vabilu pripisano, da je za ženske zaželena obleka v živih barvah in ne črna. Čudovito je bilo videti vse te večerne obleke v različnih odtenkih.«

Andreja Triler Tonin, direktorica Immorenta, Slovenija, Srbija

»Prihajam v stik z različnimi poslovnimi partnerji, nekateri so zelo pozorni na svojo podobo, drugi manj. Slednjim se zdi pomembno, da zadostijo osnovnim pravilom poslovnega oblačenja. Opažam, da je tudi med Beograjčani veliko takih, za katere je zelo pomembno, da se vidi, da so dobro in modno oblečeni. Radi nosijo drage dodatke (manšetne gumbke, drage ure, kvalitetne pasove in čevlje). Ženske zelo poudarijo svojo ženskost in svoje attribute, brez težav ves dan nosijo vrtoglave pete.«

Jadranka Jezeršek, direktorica Konteksta, Slovenija, Španija

»Španci so v primerjavi s Slovenci v poslovni komunikaciji pravzaprav zelo neformalni: vikanje je primerno le v izjemno redkih situacijah, njihova komunikacija je sproščena, 'small talk' je praviloma povezan z dobro hrano in pijačo, njihova dobra volja je res nalezljiva. Spominjam se izjemno toplega sprejema pri španskem kraljevem paru, ki je – v nasprotju s strogo etiketo, ki sem je bila deležna na sprejemu pri angleškemu princu Filipu – bil kar presenettljivo prijateljski in klepet ob kozarcu vina naklonjeno prijazen. No, ta sposobnost neformalne komunikacije pa je v nasprotju z njihovo kulturo oblačenja. Španci v poslovnem svetu veljajo za izjemno urejene, lahko rečem tradicionalne. Tradicija je vezana na formo: vselej obleka, vselej izbrana kravata, v svetu poslovnežev pa velikokrat opazimo tudi zloščene usnjene čevlje v kolidž stilu, brez vezalk. Če je forma v španskem poslovnem svetu izjemno tradicionalna, pa ne moremo tega trditi za barve in vzorce. Drugačne in bolj drzne barvne kombinacije to omenjeno tradicionalno formo nadgradijo, osvežijo in pomladijo. Tudi poslovne ženske so zavezane tradicionalni poslovni formuli, pri čemer jo izjemno rade dopolnijo z opaznim nakitom, skoraj obveznimi svilenimi šali ali velikimi rutami, opaznimi torbicami, ličenjem in obvezno brezhibno pričesko. Vendar ima kreativnost z etiketo tudi svoja pravila: nikoli jih na poslovnem dogodku ne bomo videli oblečene neprimerno dogodku ali svojim letom. Svojo garderobo kreativno drzno nadgradijo z izborom pogumnih barvnih kombinacij in tkanin, tako da vselej delujejo pravzaprav zelo ženstveno. Ta občutek za barve in urejenost, ogledalo odnosa do lastne samopodobe, pa bomo v Španiji opazili tudi takrat, ko bomo zunaj poslovnih dvoran, ko bomo na trgu ali ulici opazovali ljudi na večernem sprehodu, lahko tudi v manjšem kraju, kjer se pozno v noč mešajo živahni zvoki in podobe urejenih sprehajalcev. Izjemno

Aleksandra Šaronjič, oblikovalka, ZDA

»Splošno je znano, da so ljudje v ZDA oblečeni zelo neformalno. Glede na to, da je povprečen zaslužek višji kot drugje po svetu, da so cene oblačil zaradi velikih znižanj bolj dostopne ter izbira domačih in uvoženih blagovnih znamk ogromna, bi lahko pričakovali veliko bolj okusno oblečene ljudi.

Vendar je udobje tukaj tako visoko na listi prioritet, da lahko celo v Metropolitanski operi vidite žensko v japonkah v kombinaciji s črno koktajl obleko. Američani, tako stari kot mladi obeh spolov, poleti zelo radi množično nosijo kratke hlače, ne glede na to, ali je to postavi ali letom primerno, česar med Slovenci ni mogoče opaziti, sploh pa ne med starejšimi ženskami.

Le v finančnem poslovnem okolju, npr. na newyorškem Wall Streetu, so poslovneži oblečeni zelo formalno, v temne obleke visoko kakovostne izdelave, kombinirane s svetlimi srajcami in nevtralnimi kravatami, in ženske v kostime. V večini panog so ljudje oblečeni v sproščeno elegantno obleko, smart casual, predvsem tisti, ki nimajo direktnega stika s strankami in delajo v ozadju.«

Janez Škrabec, Riko

»Če strnem svoje izkušnje v enem stavku – ne glede, kod se gibljem, opažam, da so se nekdaj bolj toga pravila oblačenja začela krhati pod pritiski individualiziranega stila in pod trendi večje sproščenosti oz. oblačilnega udobja. Če je bila še pred kratkim v poslovnem svetu nespregledljiva kravata, zdaj ne grešiš preveč, če si je ne nadeneš. Da ne bo pomote – ne govorim o sproščeni stilu oblačenja Billa Gatesa, temveč o konkretni oblačilni maniri, ki ni več le 'quality and design', temveč tudi 'self aware'.

Obstajajo variacije in interpretacije. Zahodnjaki so – v primerjavi z Rusi in Ukrajinci, ki veliko svoje oblačilne pozornosti posvečajo prestižnim blagovnim znamkam – manj obremenjeni s tem, katero dizajnersko ime se blešči na našitkih. Prav tako je slog odvisen od narave in vsebine dela – nikakor si ne zamišljam Philippa Starcka, ki prihaja v Riko na redna poslovna srečevanja, oblečenega v sicer odlično ukrojeno poslovno obleko s kravato in prestižnimi manšetnimi gumbi.

Vsekakor se ne bi izognil razmisleku o namenskem stilu poslovnega oblačenja. Poslovni svet je kompleksen in ga sestavljajo srečevanja, druženja različne namembnosti in narave. Vsem tem ritualom mora biti prilagojen tudi slog oblačenja. In kolikor obstajajo napisana in nenapisana pravila, sem za njih hvaležen. Nikakor ne omejujejo, le spretno vodijo v tem kozmosu poslovne oblačilne kulture.

Naj parafraziram znano modrost – obleka ne naredi človeka, temveč ga pokaže. Če se tega zavedamo, smo že v veliki prednosti.«

Vladimir Vodopivec, docent za komunikacijo in stike z javnostjo, Univerza v Vidmu

»Razlike v oblačenju med poslovnimi ljudmi tako v Italiji kot drugod po Evropi so vedno manjše, ostajajo le v nekaterih detajlih pri bolj formalnem oblačenju.

So pa očitne, ko primerjamo velemesta, kakršni sta v Italiji Milano in Torino, z drugimi italijanskimi mesti ali s provinco. Provinca, četudi bogatejša, se rada razkazuje in izstopa. Ne bom pozabil dogodka v središču Catanie, na toplem sicilijanskem jugu, ko so marca gospe na promena-di nosile dolge krznene plašče, medtem ko jih celo v mrzlemu Milanu skoraj ni več videti.

RAZLIČNI MODELI SUKNJIČEV



**Suknjič s karo reverji
in enim gumbom**

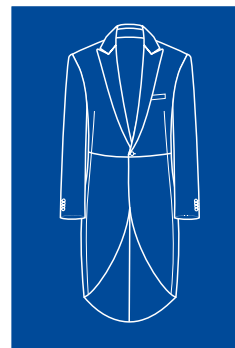


**Suknjič s karo reverji
in dvema gumboma**

SLOVESNI SUKNJIČI



Suknjič za frak



Suknjič za dnevni frak



**Suknjič s karo reverji
in tremi gumbi**



**Manj formalen suknjič
z našitimi žepi**



**Suknjič za smoking,
enoredno zapenjanje
in šal ovratnik**



**Suknjič za smoking,
dvoredno zapenjanje
in koničasti reverji**



**Suknjič z dvorednim
zapenjanjem in
koničastimi reverji**



**Suknjič z nagnjenimi
žepi in dodatnim žepkom**



Obleka Pal Zileri, trgovina Empoium

ZAKAJ JE SPODNJI GUMB NA SUKNJIČU, TELOVNIKU IN JOPICI VEDNO ODPET?

Angleški kralj Edvard VII., ki so ga klicali tudi Bertie, je bil zelo debel in je težko zapel zadnji gumb na suknjiču. Tako je ta detajl postal moderen in ostal zapoved v krojenju vse do danes.

Odpet spodnji gumb omogoča daljši korak.

Predsednik ZDA John Kennedy je spremenil modo treh gumbov na suknjiču. Nosil je suknjiče z dvema: ker je nosil steznik za hrbet, so njegovi svetovalci ugotovili, da ga suknjič z dvema gumboma lepše zakrije.

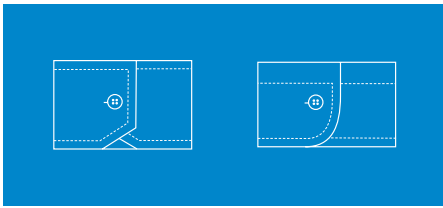
Suknjič z dvorednim zapenjanjem je vedno zapet, tudi ko moški sedi. Suknjič z enorednim zapenjanjem je ob sedenju odpet, da se reverji ne bočijo navzven.

PREDPIS V KRIZI

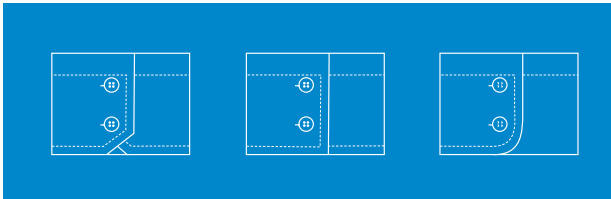
Leta 1942 so v ZDA izdali predpis L-85, ki je prepovedoval večjo porabo tkanine od nujne, okrasne gumbe in drugih »razkošne detajle« na vseh oblačilih.

PRAVILNO ZAPENJANJE ENOREDNEGA SUKNJIČA

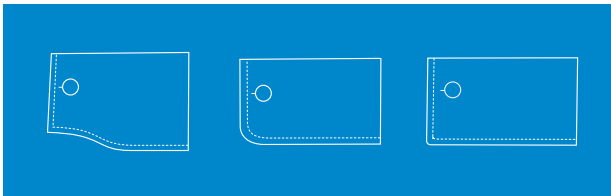
Pri suknjiču z enorednim zapenjanjem je spodnji gumb vedno odpet. Suknjič ima lahko enega, dva, tri ali več gumbov. Izjemoma se lahko spodnji gumb zapne, če ima suknjič samo dva gumba in so postavljeni tako visoko, da se vidi spodnji del kravate. Pri treh gumbih se najpogosteje zapne samo srednji, lahko tudi zgornja dva. Pri štirih se zapneta srednja dva. Če je gumb samo eden, je vedno zapet, ko moški stoji. Ko sedi, je suknjič odpet, da se reverji ne bočijo navzven in da se ne mečka. Ko vstane, si suknjič zapne. Izjemoma je lahko suknjič odpet, če je spodaj telovnik.



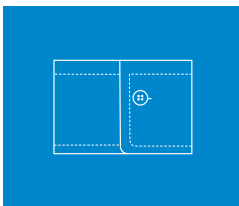
Enojna manšeta z enim gumbom



Enojna manšeta z dvema gumboma



Dvojna manšeta



Hibridna manšeta

MANŠETE

Manšeta mora izpod rokava suknjiča vedno gledati približno 1 cm. Rob zapete manšete naj bi se zaključil na delu, kjer se konča zapestje in začne dlan. Manšeta naj obstane na zapestju, ne sme biti tako široka, da bi zlezla navzgor. Ker se srajca po trikratnem pranju rahlo skrči, računajte tudi na to.

Obstaja cela vrsta enojnih manšet. Moški se običajno dobro počutijo, če je enojna manšeta rahlo zaobljena ali prečno prirezana in se tako ne zatika ob rokav suknjiča. Manšeta je rezana ravno, če gre za športno srajco. Enojna manšeta ima lahko en gumb ali dva zaporedoma. Če sta dva vzporedno, omogočata prilagajanje manšete obsegu roke.

K smokingu se nosi dvojna manšeta, k fraku pa po strogih pravilih podaljšana manšeta in ne dvojna.

Na kakovostni srajci je odprtina za manšeto podaljšana in ima dodan gumb. To omogoča lepše likanje in lepo vihanje rokava. Rokav se zavija samo dvakrat!

ŽEP

Kakovostne formalne in slovesne srajce naj ne bi imele našitih žepov. Kljub temu ima veliko konfekcijskih srajc žepek na levi prsni strani. Dva žepa sta zgolj na športnih srajcah. Pero, očala in še kaj se nosi v žepu suknjiča in ne srajce.

INICIALKE – ZAČETNICE IMENA IN PRIIMKA

Moška srajca lahko postane statusni simbol, če ima izvezene inicialke na levem prsnem delu približno 15 cm nad pasom hlač (nikakor ne na manšeti). Statusni simbol zato, ker domnevamo, da je bila srajca izdelana po meri. Prav zato vrhunski izdelovalci srajc ne izvezejo logotipa podjetja na srajco.

Klobuki Rudolf, lesena naprava za merjenje obsega glave



Lesena naprava, ki jo ima gospod Rudolf Pajk v svojem salonu, je stara več kot sto let. Izdelana je iz majhnih lesenih koščkov, ki se prilagodijo obliki glave, tako da lahko natančno izbere obseg, predvsem pa določi obliko glave, kar mu omogoča izdelavo klobuka s tršim oglavjem po meri.

KAKOVOSTEN KLOBUK

Kakovosten klobuk je izdelan po obliki vaše glave. Na notranji strani ima všito (in ne lepljeno) satenasto podlogo. Po obsegu je v notranjosti prišit potni trak iz semiša. Klobučevina za kakovosten klobuk je iz zajčje dlake, povprečne kakovosti pa iz ovčje. Za zelo dragocene klobuke se uporablja celo klobučevina iz bobrove ali nutrijine dlake. Klobučevina je eden najmočnejših materialov, izdelana je iz množice kratkih vlaken, ki se združijo med stiskanjem in valjanjem v vroči vodi in pari. S postopkom dobijo fleksibilen, delno vodoodporen in dokaj lahek material.

IZBIRA BARV

Klobuk se barvno kombinira z barvo plašča ali površnika. Črn klobuk je primeren za slovesnejše priložnosti, siv za poslovne, rjav in bež za bolj sproščene priložnosti.

NEGOVANJE IN SHRANJEVANJE

Klobuk se bo manj poškodoval, če ga boste med snemanjem držali za krajce in ne za oglavje. Vedno se krtači v smeri dlak. Če je potni trak v notranjosti prepoten, ga posušite obrnjenega navzven. Moker klobuk se suši pri sobni temperaturi. Klobuk shranite tako, da oglavje napolnite s papirjem

OBNAVLJANJE KLOBUKA

Kakovosten klobuk se lahko obnovi tudi po več desetletjih. Klobučar klobuk razdre, odpara potni trak in podlogo, ga kemično očisti ter nato vstavi novo podlogo in nov potni trak.

BONTON

Rahel dvig klobuka

Moški ob srečanju in pozdravu, tako ženske kot moškega, rahlo dvigne klobuk. Gesta lahko pomeni: dober dan, nasvidenje, oprostite, hvala lepa.

Dotik klobuka

Dotik klobuka z desno roko ima korenine v salutiranju. S takšno gesto moški pozdravi moškega.

Snemanje klobuka

Klobuk moški sname v dvigalu, ob pogovoru z žensko ali pomembnejšim moškim, med porokami na prostem, med igranjem himne, dvigovanjem zastave in fotografiranjem. Drži ga v roki tako, da je notranja stran obrnjena proti telesu.



RENEŠANČNI OVRATNIK KRAUZA

Najbolj atraktiven ovratnik v zgodovini mode, v obliki visoko dvignjene plisirane okrogle nabornice imenovan krauza, je med prvimi nosila angleška kraljica Elizabeta I. Visoko dvignjen trd ovratnik, kasneje zadaj povišan v metuljasto obliko, ji je omogočal aristokratsko hojo in vzvišeno držo, ter le pogled naprej. Od tod tudi njen znameniti stavek: »Povsem mi ustreza, če gledam le naprej!« Simboliziral je nedotakljivost in nedostopnost. Verjetno ima nekaj teh lastnosti tudi sodobni ovratnik, če ga za vratom dvignemo.

NASVETI

- ♦ Puli vizualno zniža in poveča večje prsi.
- ♦ Manjše prsi optično poveča velik izrez ali širok ovratnik.
- ♦ Za manjše prsi so žepi v višini prsi odlična izbira, za večje pa katastrofa.
- ♦ Majica z večjim ovalnim izrezom pristaja vsem ženskam, z ovalnim izrezom tik ob vratu pa le vitkim.
- ♦ Večini postav najbolj pristaja tvinset z večjim ovalnim izrezom.
- ♦ Majica na preklop je odlična izbira za vse postave, še zlasti za ženske z večjimi prsmi.
- ♦ Gumbi na bluzi morajo stati ravno, če jih gumbnice vlečejo in če se kažejo horizontalne gube, je bluza premajhna.
- ♦ Ramenski šiv mora biti v višini konice ramen.
- ♦ Vsi zgornji deli vam bodo lepše pristajali, če boste izbrali pravo velikost in model nedrčka.
- ♦ Simetrični vzorci pokažejo določene nepravilnosti.
- ♦ Če želite oko preslepiti, vam bo to najbolj uspelo z asimetrijo v obliki vzorca ali kroja.
- ♦ Če so hlače široke, naj bo zgornji del ožji, in obratno.
- ♦ Ženskam z močnejšimi prsmi ne pristajajo zgornji deli s širokimi rokavi.
- ♦ Spodnje perilo naj se ne bi videlo skozi oblačilo, razen če to ni namen.

ŽENSKÉ HLAČE

Obleka niOka
Oblikovanje Nika Ravnik
Foto Luka Kaše

Ženske lahko samozavestno nosimo hlače šele slabih devetdeset let. Čeprav so simbolično še vedno del moške identitete, so primerne skoraj ob vseh priložnostih. Vseeno pa jih redkeje oblečejo neveste in niso najboljša izbira za prve štiri ravni oblačenja, kot so frak, dnevni frak, smoking in dnevni smoking. Celó za peto raven oblačenja (tradicionalna poslovna obleka) se danes spet zdi primernejši kostim s krilom kot s hlačami. Prva ženska, ki je pogosteje zavestno kršila protokol tudi ob državniških obiskih, je bila Hillary Clinton, žena ameriškega predsednika, ki je na večini protokolarnih dogodkov nosila hlače. Ta trend intenzivno nadaljuje nemška kanclerka Angela Merkel. Menim pa, da v obeh primerih ne gre za izražanje emancipacije, le nezadovoljstva z obliko postave.

Zakaj so bile hlače na ženski škandalozne? S tem ko je na začetku 20. stoletja oblekla hlače, je pokazala, da ima noge, se pravi nekaj, s čimer se meščanska kultura do takrat ni mogla sprijazniti. Ne le da lahko v hlačah hitreje hodi, nemara celo hitreje kot mnogi moški, marveč lahko z njimi za vselej zapusti sistem zaporov, ki ji ga je organiziral meš-

Svetlana Slapšak v knjigi *Ženske ikone 20. stoletja* piše, da potem ko so ženske začele nositi to, kar so v vsakodnevnem pogovoru imeli za nadomestilo moške spolnosti, moči in prevlade, svet ni več takšen kot prej. Moški so žensko osvojitve hlač povsem upravičeno imeli za simbolično kastracijo. Moškim ni nič jasneje pokazalo, da so se odnosi med spoloma za zmeraj spremenili.

čanski svet: družina, cerkev, hiša, kuhinja. Hlače žensko varujejo pred pogledi ob gibanju, zmanjšujejo dostopnost do telesa in ji priskrbijo večje možnosti odpora in bega, piše Svetlana Slapšak.

Za priljubljenost hlač so poskrbele znane filmske igralkе Katharine Hepburn, Greta Garbo ter pevka in igralka Marlene Dietrich, ki je nosila široke hlače iz mehko padajoče tkanine. Kombinirala jih je s čevlji z visokimi petami ali z nizkimi moškimi, brezhibno pričesko in elegantnim ličenjem. Takšne hlače še danes imenujemo hlače Marlene Dietrich.

Če so bile hlače nekoč znak emancipacije, se simbolika ženske v hlačah spreminja. Ni več drzna, ko si obleče hlače, celo nasprotno, drzna je v krilu. Če danes, v začetku novega tisočletja, želi pokazati, da je povsem enakovredna moškemu, si obleče krilo. Z oblačilom v tem primeru govori, da je zadovoljna, ker je ženska, in ne želi biti podobna moškemu. Vsepovsod po svetu pa odločitev ženske za hlače ali krilo ni svobodna. Leta 2009 so oblasti v Sudanu v eni izmed restavracij aretirale 12 prijateljic, razlog za to je bilo »nošenje nedostojnih oblačil«, hlač. Lubni Ahmed Husein in še dve ženski so se odločile za sojenje. »Preden so me ujeli, je bilo zaradi oblačil bičanih že okoli 20.000 žensk in deklet,« je dejala Huseinova. Kljub množičnim protestom (protestnice so v podporo novinarki in nekdanji uslužbenki misije ZN v Sudanu nosile transparente z napisi Nočemo se vrniti v srednji vek) je bila na sodišču spoznana za krivo. Kazni 160 evrov ni hotela plačati, zato so jo odvedli v zapor. Obsojenki je grozilo tudi 40 udarcev z bičem, vendar se je fizični kazni izognila.

ŽENSKI KLOBUKI

Igralka Sarah Jessica Parker
nosi klobuk znanega modista
Philipa Treacyja.

V zgodovini oblačenja imajo čevlji poseben pomen. Čevlji z ošiljeno, tudi več kot 16 cm dolgo konico so nakazovali ugled človeka. Daljša ko je bila konica, pomembnejša je bila oseba. Podobno se je z njenim ugledom višala peta. Čevlji so bili sprva izdelani ročno, šele z industrijsko revolucijo in množično proizvodnjo so si jih lahko kupili tudi revnejši; par čevljev jih je spremljal več let, če ne kar vse življenje.

Danes naj bi imela zaposlena ženska pet parov čevljev za pomladno-poletno sezono in prav toliko za jesensko-zimsko. Verjetno bi bile ob tem podatku naše prababice zgrožene. Ženska je zaradi oblike čevljev in višine pet pogosto trpela. Lepotni ideal je marsikdaj iznakazil njeno stopalo, kar se pogosto dogaja še danes. Je to zahteva družbe po fizični privlačnosti ženske, sledenju modi in trendom? Ali zgolj individualno nagnjenje do čevljev kot fetiša?

»Vsi nosimo srce na podplatih, stopala in nato čevlji najbolj kažejo na počutje ljudi,« pravi June Swann, angleška strokovnjakinja za zgodovino čevljev. Meni, da lahko spremljamo naraščanje in upadanje blaginje po višini pet: temne oblake vojne na obzorju zaslutimo v oblikah konic čevljev; družbene spremembe merimo z debelino podplatov. Čevlji pripovedujejo o družbenem položaju, spolu, narodnosti, veri, poklicu in politiki.

»Čevlji pripovedujejo zgodbe in pišejo romane o svojem lastniku. Posredujejo direktna sporočila. Izdajajo nespodobna povabila. Še posebej ženski čevlji. Mislite, da bi ženske porabile toliko časa in denarja za nakup obutve, če bi bilo drugače, če njihovi čevlji ne bi bili tako resen in pomemben stilistični dodatek? Čevlji so pika na i že pri imidžu slehernega moškega, kaj šele ženske. V njih se zrcali njen značaj, njena morebitna posesivnost, agresivnost in spolna dominanca nad nebogljnim moškim pogledom. In višja je peta, bolj ko je zašiljena njena konica, hitreje se zarije v njegovo samozavest in jo spravi na kolena. V višini in obliki njenih pet se skriva njen pravi jaz.« (Max Modic, Stiletto med modnim zimzelenčkom in simbolom moškega strahu pred kastracijo, Mladina 2003)

»Čevlji so kot gledališče. Spremenijo vas v nekoga drugega. V športnih copatih ne morete biti dominantni. Ko obujete čevlje z visokimi petami in ste nenadoma 15 centimetrov višji, se zgodi čarovnija. Kdo ne bi želel biti 15 centimetrov višji?« se sprašuje Natacha Marro, londonska oblikovalka fetišističnih čevljev po meri.



Mihoya, foto Mare Cokan



Romi Bukovec



Martina Obid



Žare Ognjenovič



Žare Ognjenovič



Olga Košica



Olga Košica



Jožef Vrščaj



Doroteja Zupan



Huberto Široka




Huberto Široka



Sandra Kocjančič



Dalija Segar

The background of the image is a close-up of a textured orange fabric, possibly silk or a similar material, with a fine, grid-like pattern. A large, soft, circular shadow is cast across the lower-left portion of the fabric, creating a gradient of light and dark orange tones. The text is centered in the upper half of the image.

**BARVE – SIMBOLIKA
IN BARVNA ANALIZA
PO CMB LONDON**

RDEČA

Naklonjenost določeni barvi je lahko nezavedno pogojena, zato je izraz najglobljih plasti človekove duševnosti. Podobne informacije o posameznikovih osebnostnih lastnostih nam posredujejo tako barve, ki jih človek zavrača, kot njegove najljubše barve.

Odziv na barve ni le psihološki, temveč tudi telesni in se izraža v različnih telesnih odzivih.

Človekovo osebno počutje je odvisno od svetlobe in barv že zato, ker nanje ne reagira samo oko, ampak celotno telo; rdeča razširi zenice, srce bije živahneje, umirjene barve – zelena, modra – znižujejo pulz, na prebavila ugodno vpliva oranžna, rumena je miselni stimulans, srce in pljuča pa krepki vijoličasta barva.

Kdor ljubi barvo, ljubi tudi njene lastnosti, kakršno barvo kdo nosi, takšen značaj razodeva. Z besedami prof. dr. Antona Trstenjaka bi lahko rekli: »Povej mi, kakšno barvo imaš rad, in povem ti, kakšen si!«

prof. dr. Anton Trstenjak, Psihologija barv

SIMBOLIKA ČISTE RDEČE BARVE

Čista rdeča barva je barva moči (prelivanje krvi), ognja. Nekoč barva bogatašev, bojevnikov, najvišjih državnih in verskih dostojanstvenikov je tudi danes barva samozavestnih ljudi z željo po dominantnosti. V času kmečkih uporov (1525) so jo od vladajočega razreda želeli prevzeti tudi kmetje. Po francoski revoluciji leta 1792 so jakobinci rdečo zastavo razglasili za zastavo svobode. Postala je znamenje delavskih gibanj, v oktobrski revoluciji pa še simbol socializma in komunizma.

RDEČA OBLAČILA

Rdeča ima vrsto pozitivnih učinkov na organizem. Pomagala naj bi predvsem pri premagovanju utrujenosti in depresije, strahu in melanholičnosti. Med oblačili je najbolj simbolična rdeča kravata, pogosto si jo zavežejo Američani kot simbol vitalnosti, moči in življenja. Simboliko rdeče kravate, bele srajce in temno modre obleke, ki jo radi nosijo njihovi predsedniki, pa lahko iščemo v barvah njihove zastave.

Purpur je bil tudi izraz za rdečo barvo, čeprav ga večina pozna kot izraz za vijoličasto. Izvorno je bil vijoličast. V antiki so z njim barvali le najdragocenejše tkanine. Novi, nepristni purpur so pridobivali iz barvilnih uši, ki so se zadrževale na sredozemskih hrastih. Pridobivanje je bilo naporno, zato je bila rdeča barva precej draga, toda izredno intenzivna in obstojna.

RDEČA OBLAČILA IN VAŠA NARAVNA KOLORISTIKA

Vsi barvni tipi ljudi lahko nosijo oblačila vseh barv. Važni pa so podton, svetlost in način kombiniranja barv.

Paradižnikovo rdeča je odlična izbira za vse s toplo barvo polti, ki na soncu hitro porjavijo. Hladnejša modro rdeča ali vijoličasto rdeča pa ustreza modrookim in ljudem porcelanaste polti.

SVETEL BARVNI TIP / HLADEN PODTON

Tanja Ribič



ZNAČILNOSTI

- ♦ svetla, rahlo pepelnata barva las
- ♦ občutljiva koža, ki ne porjavi in ima rahlo rožnat odtенок
- ♦ svetlejša modra ali sivo modra barva oči

BARVE OBLAČIL

Ste najsvetlejši barvni tip, zato vam svetle barve odlično pristajajo. Barve oblačil naj bodo svetle in naj imajo hladen, modrikast podton, izogibajte pa se toplim barvam, odténom z rumenim podtonom. Črne ni v vaši paleti, v črnih oblačilih boste videti dobro le, če vaš obraz obilno obkrožajo blond lasje, ki ga razsvetlijo. V nasprotnem primeru naj bo črna čim dlje od obraza in jo svetlite in hladite z odténki s svoje barvne karte.

NEKAJ BARV Z VAŠE BARVNE PALETE CMB London

Svetle: svetlo modra, svetlo zelena, rožnata, barva fuksije, barva sivke, rdeča barva vrtnice.

Temne in intenzivne: kositrno siva, turkizna, barva plavice, petrolejsko zelena.

SVETEL BARVNI TIP / TOPEL PODTON

Ota Roš



ZNAČILNOSTI

- ♦ svetla barva las z rdečkastim podtonom
- ♦ svetla, občutljiva koža, ki ne porjavi, pege so po obrazu in telesu
- ♦ svetlejša modra barva oči

BARVE OBLAČIL

Ker je podton vaše kože topel, se izogibajte izrazito hladnim, ledenim odténom. Vaše najtemnejše barve so rahlo zastrta mornarsko modra, pariško modra, kositrno siva in vijoličasta. Črna barva vam ne pristaja, je agresivna za to obarvanost. Če jo radi nosite, jo svetlite in toplite z barvami s svoje barvne palete, npr. z barvo breskve, barvo lososa, svetlejšo barvo mahu.

NEKAJ BARV Z VAŠE BARVNE PALETE CMB London

Svetle: zlato rumena, rumenozelena, barva breskve, svetlega odténka mahu, rdeča barva pelargonije.

Temne in intenzivne: zastrta mornarsko modra, kositrno siva, barva lapisa.

INFO

OBLIKOVALCI OBLAČIL

Akultura

www.akultura.si
akultura@akultura.si

Barbara Plavec Brodnjak

www.barbaraplavec.eu
plavec.barbara@gmail.com

Farandula

www.farandula.si
info@farandula.si

Maja Mehle

www.squat.si
mayculla@yahoo.co.uk

Matevž Faganel

www.m-faganel.com
info@m-faganel.com

MEM couture

www.memcouture.com
contact@memcouture.com

Nataša Peršuh

www.squat.si
natasa.persuh@squat.si

Nika Ravnik

www.nioka.si
nioka.si@gmail.com

Pletenine Draž

www.draz.si
tudraz@siol.net

Sanja Grcić

www.sanjagrcic.net
sanja@netsi.si

Sens – Zlata Zavašnik

www.sens.si
zlata@sens.si

Stanka Blatnik Blagotinšek

www.stankablatnik.si
info@stankablatnik.com

Urša Drofenik

www.ursadrofenik.com
ursa.drofenik@siol.net

MURA – MOŠKA OBLAČILA

Sonja Šterman
Andreja Bele
Tatjana Kalamar Morales
Anita Mikulič

MURA – ŽENSKA OBLAČILA

Štefka Varga Radič
Zdenka Ščančar
Darja Kerčmar
Boštjan Mljač

LABOD

Janja Kunaver
Alenka Traven

LISCA

Suzana Gorišek
Melita Letnar
Maja Ratajc

OBLIKOVALCI ČEVLJEV

Alja Viryent

www.viryent.com
alja@viryent.com

Leonora Mark

leonoramark@gmail.com

Mario Herzog

www.marioherzog.com
info@marioherzog.com

Mitja Hojak

www.mihoya.si
mitja.hojak@gmail.com

OBLIKOVALKE ŽENSKIH TORBIC

Ana Hribar

www.fensismensi.com
fensismensi@t-2.net

Marjeta Grošelj

Telefon: 01 231 89 84

Neli Štrukelj

www.i-bag.info
ibag.inspires@gmail.com

OBLIKOVALCI NAKITA

Christoph Steidl Porenta
christoph@siol.net

Dalija Šega
s.dalija@gmail.com

Doroteja Zupan
galerijadoro@gmail.com

Huberto Široka
huberto@huberto.com

Jelka in Jure Kodre
zlatarstvo.kodre@siol.net

Jožef Vrščaj
jozefvrscaj@gmail.com

Martina Obid Mlakar
m@martinaobid.com

Nataša Grandovec
natasagrandovec@n-atelje.org

Olga Košica
olga.kosica@gmail.com

Petra Bole
petrabolet@yahoo.com

Romi Bukovec
romib@volja.net

Sandra Kocjančič
sandra.kocjancic@gmail.com

Srečko Molč
srecko.molc@gmail.com

Tanja Zorn Grželj
tanjazorngrzelj@gmail.com

Žarko Ognjenovič
zarko.ognjenovic@siol.net

DRUGI KONTAKTI

Emporium
Letališka 3, 1000 Ljubljana
01 584 48 00
www.emporium.si

Galerija Emporium
Prešernov trg 5 a, 1000 Ljubljana
01 308 42 10
www.emporium.si

Il Quadro
V. S. Spiridione 10, 34121 Trst
0039 040 631 260

Labod
Mašera Spasiča 8, 1000 Ljubljana
01 530 90 80
www.labod.si

Kopitarna Sevnica
Prvomajska ulica 8, 8290 Sevnica
07 816 41 00
www.kopitarna-sevnica.si

Lisca
Prešernova 4, 8290 Sevnica
07 816 41 00
www.lisca.com

Mura
Plese 2, 9000 Murska Sobota
02 513 21 00
www.mura.si

Polzela
Polzela 171, 3313 Polzela
03 7037 200
www.polzela.com

Rašica Point, d. o. o.
Dunajska 5, 1000 Ljubljana
01 239 23 40
www.rasica.si

Rudolf klobuki
Kolezijska 19, 1000 Ljubljana
01 283 24 21

Toko (Samsonite, Lacoste)
Letališka cesta 3 c, 1000 Ljubljana
01 548 36 25
www.toko.si

Zlatarna Celje
Kersnikova Ulica 19, Celje 3000
03 426 71 00
www.zlatarnacelje.si

Svilanit
Kovinarska cesta 4, 1241 Kamnik
(0)1 83 96 100
www.svilanit.si

AVTORJI IN VIRI FOTOGRAFIJ

ZDRUŽENJA SLOVENSКИH OBLIKOVALCEV

DONS

Združenje oblikovalcev nakita
www.dons.si

SQUAT

Združenje slovenskih oblikovalcev
na različnih področjih
www.squat.si

SOTO

Združenje slovenskih
oblikovalcev oblačil
www.soto.si

Stran 87: fotografija desno iStock **Stran 88:** iStock **Stran 91:** iStock **Stran 92:** iStock **Stran 92:** iStock **Stran 94:** iStock **Stran 97:** iStock **Stran 98:** Ingimage **Stran 101:** iStock **Stran 106:** iStock **Stran 108:** Ingimage **Stran 110:** Ingimage **Stran 113:** iStock **Stran 114:** Ingimage **Stran 121:** iStock **Stran 122:** Ingimage **Stran 135:** www.commonswikimedia.org **Stran 139:** iStock **Stran 140:** iStock **Stran 147:** Fulvio Grisoni **Stran 159:** iStock **Stran 164:** iStock **Stran 169:** fotografija desno spodaj www.commonswikimedia.org **Stran 171:** www.wireimage.com **Stran 175:** fotografija desno www.falke.com **Stran 176:** fotografija levo www.julesb.co.uk **Stran 179:** druga in tretja fotografija zgoraj iStock **Stran 181:** www.julesb.co.uk **Stran 183:** iStock **Strani 185–195:** čevlji Maria Herzoga – foto Iztok Brodnjak **Strani 185–193:** druge fotografije www.julesb.co.uk **Stran 194:** fotografija desno Getty Images **Stran 196:** iStock **Stran 197:** www.commonswikimedia.org **Strani 198–201:** posamezni klobuki iStock; drugo www.commonswikimedia.org, www.wireimage.com, www.titoville.com **Stran 204:** iStock **Stran 208:** iStock **Stran 211:** www.wikipedia.org **Stran 212:** Istock **Stran 214:** Wireimage **Stran 215:** Ingimage **Stran 134:** iStock **Stran 235:** www.commonswikimedia.org **Stran 238:** iStock **Stran 264:** Getty Images **Stran 265:** iStock **Stran 266:** iStock **Stran 266:** iStock **Stran 267:** iStock **Stran 269:** Getty Images **Stran 270:** iStock **Stran 271:** iStock **Stran 272:** iStock **Stran 273:** iStock **Stran 277:** Mare Cokan **Stran 278:** www.shoeblogger.com **Stran 279:** www.net-a-porter.com **Stran 280:** www.en.item.rakuten.com **Stran 281:** www.shoeblogger.com, www.virtualshoemuseum.com. **Stran 282:** fotografija levo www.net-a-porter.com; Leonora Mark – foto Tomo Brejc **Stran 283:** Mihoya – foto Mare Cokan; Leonora Mark – foto Tomo Brejc **Stran 284:** A. Viryent – foto Jaka Vinšek; Leonora Mark – foto Tomo Brejc **Stran 285:** Leonora Mark – foto Tomo Brejc; Gucci, Tod's, Clarks – www.net-a-porter.com **Stran 286:** fotografija levo www.net-a-porter.com; Mihoya – foto Mare Cokan **Stran 287:** Mihoya – foto Mare Cokan; Ugg – www.net-a-porter.com **Stran 288:** iStock **Stran 290:** arhiv Leonore Jakovljevič **Stran 291:** Mihoya – foto Mare Cokan **Stran 292:** Alaia – www.net-a-porter.com **Stran 293:** Mihoya – foto Mare Cokan **Strani 306–315:** www.i-bag.info, www.dellamoda.com, www.bagbliss.com, www.thatsafabuloushandbag.com, www.choosehandbag.com, www.freitag.ch **Stran 316:** iStock **Stran 319:** iStock **Stran 324–325:** www.ukdiamonds.co.uk **Stran 327:** www.commonswikimedia.org **Stran 330:** fotografije nakita Petre Bole, Nataše Grandovec, Doroteje Zupan, Jožefa Vrščaja, Martine Obid Mlakar, Žarka Ognjenoviča, Jelke Kodre, Jureta Kodreta, Cristopha Steidla Porente, Srečka Molka in Huberta Široka iz osebne arhiva oblikovalcev; nakit Romi Bukovca – foto Iva Renčelj; nakit Olge Košica – foto Mimi Antolovič; nakit Sandre Kocjančič – foto Vida Klenovšek; fotografije nakita Tanje Zorn Grželj iz arhiva Modni album, revija Naša žena **Stran 334:** iStock **Stran 344:** iStock **Stran 346:** www.commonswikimedia.org **Strani 354–359:** Tanja Ribič, Ota Roš, Domen Kumer, Erika Žnidaršič, Neca Falk, Regina, Andrej Šifrer, Alya, Nina Pušlar, Jan Plestenjak, Boštjan Romih, Mojca Mavec – vse fotografije Mediaspeed in osebni albumi

- Allen, C., *The Handbag: To Have and to Hold*, Carlton Books Limited, London 1999. ■ Amiel, I., Michael, A., *Business Casual Made Easy*, Business Casual Publications, USA 2002. ■ Barnard, M., *Moda kot sporazumevanje*, Sophia, Ljubljana 2005. ■ Baudot, F., *A Century of Fashion*, Thames and Hudson, London 1999. ■ Benedetti, K., *Protokol, simfonija forme*, Planet GV, Ljubljana 2008. ■ Breward, C., *The Culture of Fashion: A New History of Fashionable Dress*, Manchester University Press, Manchester 1995. ■ Buxbaum, G., *Icons of Fashion: The 20th Century*, Prestel, New York 1999. ■ Davies, P., *Your Total Image*, Piatikus, London 1990. ■ Design Museum, *Fifty Shoes that Changed the World*, Conran Octopus, London 2009. ■ Etoff, N., *Survival of the Prettiest*, Little, Brown and Company, London 1999. ■ Fakulteta za naravoslovje in tehnologijo, VTOZD Tekstilna tehnologija, *Tekstilni leksikon*, Paralele, Ljubljana 1989. ■ Glenville, T., *The Modern Man's Guide to Grooming*, Ivy Press Limited, East Sussex 2006. ■ Hayman, H., *How Do I Look*, Random House, New York 1997. ■ Hendersen, V., *Colour Me Confident*, Hamlyn, London 2006. ■ Hendersen, V., Henshaw, P., *Image Matters For Man*, Hamlyn, London 2006. ■ Henderson, V., Henshaw, P., *Colour me Confident*, Hamlyn, London 2006. ■ Hochleitner, R., *Dragi in okrasni kamni*, Cankarjeva založba, Ljubljana 1990. ■ Hopkins, S., *The Century of Hats*, Chartwell Books, New Jersey 1999. ■ Jazbinsšek, M., Dobnikar, M., *Dragulji*, Založba Narava, Ljubljana 2005. ■ Jones, T., *SMILE i-D*, Tachen, London 1986. ■ Južnič, S., *Človekovo telo*, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana 1998. ■ Kovačev, A. N., *Govorica barv*, Prešernova družba, Ljubljana 1997. ■ Krašovec Pogorelničnik, M., *Estetika oblačenja*, Založništvo Pozoj, Velenje 1997. ■ Lehnert, G., *A History of Fashion in the 20th Century*, Konemann, Koln 2000. ■ Lisca, *Abž vodnik po ženskih lepota*, Lisca, d. d., Sevnica 2000. ■ Maličev, P., Veliko teže je pobegniti iz kina kot stran od slike, Sobotna priloga Dela, 16. 1. 2010. ■ Martin, J., Lehu, P. A., *Fashion For Dummies*, Wiley Publishing, Indiana 2010. ■ Maysonave, S., *Power*, Bright Books, Canada 1999. ■ McDowell, C., *Fashion Today*, Phaidon Press Limited, London 2000. ■ McDowell, C., *Shoes, Fashion and Fantasy*, Thames and Hudson, London 1998. ■ McDowell, C., *Status, Style and Glamour*, Thames and Hudson, London 1992. ■ Mendes, V., Haye, A., *20th Century Fashion*, Thames and Hudson, London 1999. ■ Milek, V., V tem času je nespodobno govoriti o svetlobi svetilke, Sobotna priloga Dela, 10. 10. 2009. ■ Miller, T., *The Panama Hat Trail*, William Morrow & Co, New York 1986. ■ Mulvey, K., Richards, M., *Decades of Beauty: The Changing Image of Women 1890s-1990s*, Hamlyn, London 1998. ■ Newman, C., *Za vsakim čevljem se skriva zgodba*, National Geographic, Ljubljana sept. 2006. ■ O'Hara, G., *Enciklopedija mode*, DZS, Ljubljana 1994. ■ Pattison, A., Cawthorne, N., *A Century of Style Shoes*, Quarto Publishing, London 1998. ■ Peacock, J., *Fashion Accesories*, London, Thames & Hudson, London 2000. ■ Pedersen, S., *Handbags*, David&Charles, Cincinnati 2006. ■ Piras, C., Roetzel, B., *Ladies, A Guide to Fashion and Style*, DuMont monte Verlag, Cologne 2002. ■ Polhemus, T., *Style Surfing: What to Wear in the 3rd Millennium*, Thames and Hudson, London 1996. ■ Powell, H. F., *Two Lipsticks & A Lover*, Gibson Square, London 2006. ■ Proddow, P., Fasel, M., *Bejeweled*, Harry N. Abrams, New York 2001. ■ Roche, D., *The Culture of Clothing*, Cambridge University Press, Cambridge 1996. ■ Seeling, C., *Fashion, The Century of the Designer*, Könnemann 2000. ■ Shields, J., *Hats, a Stylish History and Collector's Guide*, Clarkson Publishers, New York 1991. ■ Slapšak, S., *Ženske ikone 20. stoletja*, Didakta, Radovljica 2005. ■ Spillane, M., *Bigger Ideas from Colour Me Beautiful*, Piatikus, London 1995. ■ Spillane, M., *Branding Yourself*, Pan Books, London 2000. ■ Spillane, M., *Makeover Manual*, Macmillian, London 1998. ■ Spillane, M., *Vodnik do osebne podobe za ženske in moške*, Mladinska knjiga, Ljubljana 1997. ■ Steele, V., *Shoes: A Lexicon of Style*, Rizzoli International Publications, New York 1999. ■ Sternke, H., *Alles über Herrenschuhe*, Nicolai, Berlin 2006. ■ Thourbly, W., *You Are What You Wear*, Forbes/Wittenburg&Brown, New York 1992. ■ Travers-Spencer, S., Zaman, Z., *The Fashion Designer's Directory of Shape and Style*, Barron's Educational Series, New York 2008. ■ Tungate, M., *Fashion Brands*, Kogan Page, London 2004. ■ Watson, L., *20th Century Fashion*, Firefly Books, New York 2004. ■ Wilcox, C., *Bags*, V&A Publishing, London 1999. ■ Žagar, J., *Pokrivala*, Zbirka slovenskega etnografskega muzeja, Ljubljana 2004. ■ Hendresen, V., Henshaw, P., *Be a Beautiful Bride*, Hamlyn, London 2009.

Naslov: Obleka – kaj, kdaj, kako

Avtorica: Lea Pisani

Oblikovanje: Andrej Juvan, Premedia

Jezikovni pregled: Julijana Bavčar

Recenzija: doc. dr. Simona Jevšnik

Skice: doc. Sonja Šterman

Skice robčkov: Urša Telič

Izdaja: prva

Tisk: Graphart S. r. l., Trst

Založnik: Lea Pisani, s. p.

Leto natisa: 2010

Naklada: 1000 izvodov