

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ



Feminita a její význam v oblékání

Bakalářská práce

Vedoucí práce: **PhDr. Hana Havelková Ph.D.**

Vypracovala: **Kateřina Bartošová**

V Praze 2016

Jen povrchní lidé nesoudí podle zevnějšku.

Oscar Wilde

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze dne 1. 5. 2016

.....

Kateřina Bartošová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí práce PhDr. Haně Havelkové, Ph.D. za inspiraci stran námětu práce, rady v průběhu výzkumu, trpělivost a vstřícnost. Dále patří poděkování mé rodině, která mě podporovala a poskytla mi zázemí pro realizaci bakalářské práce.

OBSAH

1.	ÚVOD	7
2.	TEORETICKÁ ČÁST	9
2.1	Stručný úvod do problematiky.....	9
2.2	Co je to móda.....	11
2.2.1	Móda jako kód	11
2.2.2	Úloha módy.....	11
2.2.3	Význam slova móda, oblečení a šaty	12
2.2.4	Proměnlivost módních stylů.....	13
2.3	Oděv jako znak identity člověka a integrace člověka.....	14
2.4	Promlouvání prostřednictvím módy	15
2.5	Pojem gender v oblékání	16
2.5.1	Polarizace v oblékání	17
2.5.2	Unisex	18
2.6	Ženskost v oblékání	19
2.6.1	Profesní oděv a ženskost.....	19
2.6.2	Oděv a ženskost.....	21
3.	METODOLOGIE	23
3.1	Výzkumný problém, výzkumné otázky	23
3.2	Výzkumná strategie	23
3.3	Techniky sběru dat.....	24
3.4	Výběr vzorku; prostředí výzkumu	25
3.5	Analytické postupy	26
3.6	Hodnocení kvality výzkumu.....	26
3.7	Etické otázky společenskovedního výzkumu	27
4.	ANALYTICKÁ ČÁST	28
4.1	Dress code a feminita.....	28
4.1.1	Oslovené firmy a jejich dress code	28
4.1.2	Postavení informátorek k dress codu	30
4.1.3	Omezení dress codem	30
4.1.4	Nutnost různorodějšího šatníku	31
4.1.5	Přizpůsobení si dress codu své osobnosti	32
4.1.6	Problém se striktním dress codem.....	33
4.1.7	Nepřijatelný dress code	33
4.2	Šaty v kontextu místa, času a nálady	34

4.2.1	Šaty v kontextu denní doby.....	34
4.2.2	Šaty v kontextu počasí a nálady.....	35
4.2.3	Šaty a styl v čase	36
4.2.4	Změna stylu a oblékání v kontextu místa.....	38
4.3	Vztah k módě.....	38
4.3.1	Nakupování z nutnosti.....	39
4.3.2	Unisexová móda.....	40
4.3.3	Problém se sportovní módou.....	41
4.4	Oblékání a okolí.....	42
4.4.1	Oblečení jako prostředek komunikace	42
4.4.2	Oblékání se pro sebe	43
4.4.3	Tlak na oblékání podle posledních módních trendů	44
4.5	Manifestace ženskosti.....	45
4.5.1	Pohodlnost versus ženskost.....	45
4.5.2	Šaty a sebevědomí.....	46
4.5.3	Identita (ne)ztotožňující se s oblečením.....	47
4.5.4	Šaty a pozornost okolí.....	48
4.5.5	Nutnost naučit se nosit šaty.....	49
4.5.6	Ženskost prostřednictvím doplňků.....	49
5.	ZÁVĚR.....	51
6.	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	53
7.	PŘÍLOHY	56

1. ÚVOD

Jakmile jsem začala přemýšlet o své bakalářské práci, ihned mě napadlo téma, které je pro mne samotnou velice zajímavé a atraktivní – móda. Musela jsem se však zamyslet, jak toto téma pojmout. S módou se setkáváme každý den, na každém kroku. Móda se dotýká žen i mužů. I člověk, který se o módu nezajímá, se někdy dostane do situace, kdy se musí nad svým oblečením zamyslet a pro určitou příležitost zvolit vhodný oděv. Svět žen je mi samozřejmě bližší, takže jsem svou pozornost zaměřila na ženy.

Podle Lipovetskyho módu dlouhodobě zakotvenou v lidských společnostech nelze ztotožňovat s prostým projevem marnosti a touhy po jedinečnosti. Stává se výjimečnou a vysoce problematickou institucí, společensko-historickou entitou, charakteristickou pro západ i samotnou modernost. Z tohoto hlediska móda nepředstavuje přízrak třídních ambicí, nýbrž východisko ze světa tradice. Je jedním ze zrcadel, v němž lze spatřit to, co utváří náš vrcholně jedinečný historický úděl: popření odvěké moci tradiční minulosti, moderní horečnaté hledání novot, oslavu společenské přítomnosti (Lipovetsky 2010:11).

Móda v sobě zahrnuje elementy symbolické, sociální, politické, estetické a subjektivní, které se zapojují do sociálních procesů a tím se stávají důležitým hráčem v symbolickém boji konstrukce identity, odehrávající se v aréně každodennosti (Adelman 2008:737).

Prostřednictvím módy ukazujeme náš přístup k genderovým rolím, stereotypům, a o tom jak má podle nás žena a muž vypadat. Díky šatům můžeme velmi lehce definovat naši maskulinitu a feminitu. Oblečení ukazuje bipolární rozvrstvení společnosti. Tento proces začíná již u miminek, u kterých jejich pohlaví není na první pohled viditelné. Proto je oblékáme do barev, látek a stylu, díky kterému oznamujeme jejich pohlaví veřejnosti. Proto holčičky oblékáme do růžové barvy a chlapečky do modré (Garber 1992:1). A tak tedy, když vidíme někoho poprvé, tak si myslíme, že vidíme jeho pohlaví, ale fakticky ne. Jediné co vidíme, je jejich genderový vzhled a proto se domníváme, že toto je přesná známka jejich pohlaví (Woodhouse 1989:1). Móda je posedlá genderem, přesně vymezuje a zase nabourává genderové hranice (Wilson 1985:117).

Jelikož se já osobně o módu velmi zajímám a svůj styl hodnotím jako velice ženský, zaregistrovala jsem ve svém okolí, jak málo žen se obléká žensky a jak málo jich klade důraz na vyzdvihnutí feminních znaků. Osobně se domnívám, že žena by měla stále vypadat jako žena, měla by vždy ukazovat svou ženskost. I ta žena, která se chce uplatnit ve světě mužů, by

neměla zapomínat, že největší její předností a možná i zbraní je její ženskost. Inspirací je mi citát francouzské módní návrhářky Coco Chanel: „Abyste mohla být nenahraditelná, musíte být jedinečná“. Myslím si, že tuto jedinečnost můžeme podpořit i svým vzhledem. Stejná návrhářka pronesla také větu: „Není ošklivých žen, jsou jen ženy, které se neumějí udělat krásnými“. S tímto citátem naprosto souhlasím. Rozhodla jsem se proto, na vzorku deseti mladých vzdělaných žen, zkoumat, proč se mnoho žen přestalo oblékat do ženských šatů, proč se spousta žen přestala dělat krásnými.

Abych zjistila, jaké důvody vedou ženy k tomu neoblékat se jako ženy, snažím se ve své bakalářské práci nalézt odpověď na otázky: Jakou roli hraje feminita v oblékání žen? Chtějí ženy výběrem svého oblečení potlačit nebo naopak ukázat svoji genderovou identitu? Cílem mého výzkumu bylo zjistit, jestli tímto stylem oblékání chtějí potlačit nebo ukázat své ženství, vyjádřit nesouhlas s genderovými hranicemi a jestli určitý styl oblékání odpovídá jejich identitě, anebo vůbec nepřemýšlejí nad tím, co si oblékají. Zamýšlela jsem se nad tímto tématem ze tří perspektiv a to feminitou v každodenním oblékání, feminitou v oblékání na pracovišti a unisexovou módou.

Svou bakalářskou práci jsem rozdělila na tři hlavní části a to na část teoretickou, metodologickou a analytickou. V první části se snažím s využitím poznatků získaných z literárních děl sociologů a autorů věnujících se módě o teoretické zakotvení mé práce, zabývám se významem a úlohou módy, oděvem jako znakem identity a ženskostí v oblékání. V metodologii objasňuji výzkumný problém, popisuji použitou metodu a analytické postupy. A konečně ve stěžejní analytické části mé práce se pokouším na poznatcích získaných z rozhovorů s mými informátorkami nalézt odpovědi na mé výzkumné otázky. V rozhovorech jsem se snažila zjistit, co mé informátorky nejvíce ovlivňuje při výběru oblečení, jaký mají osobní styl, pro koho se oblékají, jakou roli v jejich oblékání hraje ženskost a jestli znají pojem unisex a jaký na něj mají názor.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Stručný úvod do problematiky

Ve své práci vycházím především z knih „Fashion, culture and identity“ od Freda Davise, „Říše pomíjivosti“ od Gillese Lipovetskyho, „The fashioned body“ od Joanne Entwistle a „Oděv jako znak“ od Jany Skarlantové. Zvolila jsem tyto tři autory, protože se mi pro mé téma zdají nejadekvátnější.

V dílech sociologů mě zajímal pojem gender a jeho vliv na módu a oblékání. Termínem **gender** označujeme kulturní a sociální stereotypy a očekávání, která se pojí k jednotlivým pohlavím. Gender je sociální konstrukt a jako takový se mezi společnostmi liší a lze ho sociálně měnit (Fafejta 2004:30). Jinými slovy, lidské pohlaví jako biologická danost (bytí mužem či ženou) tu slouží jako základ, na němž lidé konstruují společenskou kategorii zvanou gender (maskulinitu či feminitu). Přitom je možné, že právě vás jako jednotlivce vystihuje jen málo ze společensky definovaných charakteristik vašeho genderu (Renzetti 2003:20).

Móda je bezprostřední a účinný příklad toho, jak jsou těla genderována, jak se stávají ženská a mužská (Entwistle 2000:141). Móda nás obklopuje. Skoro všude a stále více se uplatňuje její trojí určující působení: pomíjivost, svůdnost a marginální odlišení (Lipovetsky 2002:239). Móda ženám nabízí na jedné straně oblast všeobecného napodobení, možnost plout v nejširším sociálním proudu, zbavení individua odpovědnosti za jeho vkus a jednání – na druhé straně ale vyniknutí, zdůraznění, individuální okrášení osobnosti (Simmel 1997:117). Způsob, kterým jsou naše těla stylizovaná, skrz různé způsoby zdobení, od make-upu, přes účesy až po oblečení, hraje důležitou úlohu ve vytváření naší identity, sexuality, sociální pozice. Oblečené tělo představuje nástroj k utváření svého sociálního SELF (Craik 1993:45).

Snažila jsem se zjistit, jakou úlohu hraje **feminita** ve výběru oblečení. Feminita je rámeček identity, který odkazuje k sociálním a kulturním atributům ženské existence. Jde o diskursivně performativní konstrukci, která ustanovuje a kontroluje kulturní významy spjaté se ženstvím. S feminitou se spojují vlastnosti jako jemnost, starostlivost, submisivnost (Barker 2006:52).

Historie západní módy se vyznačuje hlubokým symbolickým napětím, které pramení z touhy jednoho pohlaví, někdy zřejmé, ačkoliv častěji potlačené, napodobovat oblékání a související genderové propriety druhého pohlaví (Davis 1992:33). Z tohoto pramení **androgynní vzhled** a **unisex móda**. Pojem „unisex“ vyjadřuje spíše jednopohlavnost nebo nerozlišitelnost mezi mužským či ženským vzhledem (Akademický slovník cizích slov 2000: 795). Toto oblečení a jeho další prvky by nám neměly co říct v otázce genderu nebo sexuální role (Davis 1992:36).

Prvky reprezentující oboupohlavnost z hlediska genderového původu a narážek se mnohem častěji objevují na mužské straně genderového rozdělení než na ženské. Krátké vlasy, umírněný make-up, kalhoty, pánské obleky a košile, kravaty, to jsou prostředky, ke kterým se návrháři klasicky uchylují, když chtějí vyjádřit oboupohlavnost jako protiklad genderově specifických znaků u žen (Davis 1992:36).

Podle Fischer Mirkin je také důležité rozlišovat mezi vzhledem mužským a oboupohlavním. Oboupohlavnost lidově znamená nošení stylů, z nich vycházejí dvojznačné pohlavní charakteristiky - jakási směs mužského/ženského, která úspěšně maskuje pohlaví dotyčné(ho). Oboupohlavním oblékáním říkáme: „Nemám zájem soutěžit s muži ani s ženami. Raději bych, aby pohlaví a sexualita nehrála žádnou roli“ (Fischer Mirkin 1996: 69). Oboupohlavní vzhled také napovídá, že tyto ženy oblečené jako muži jimi doopravdy vůbec nejsou. Jsou spíše nedospělí chlapi (Davis 1992:37).

Dále jsem při svém výzkumu pracovala s pojmem **dress code** na pracovišti. Jde o psaná a častěji nepsaná pravidla, která se vztahují k tomu, jak se na pracovišti oblékat, co je povoleno a co zakázáno. Pokoušela jsem se zjistit, zda by informatorkám nošení dress codu nevadilo a zda je nějaký dress code, který by pro ně byl nepřijatelný.

2.2 Co je to móda

2.2.1 Móda jako kód

Rozhodla jsem se, že na módu budu nahlížet jako na kód po vzoru Freda Davise a Jany Skarlantové. Podle Freda Davise styly oblékání a móda, která je v průběhu času ovlivňuje, vytváří něco, co se podobá kódu. Je to však kód, který se zcela liší od kódů používaných v kryptografii (Davis 1992:5).

Zprvém módní kód v oblékání silně závisí na kontextu, za druhé panuje značná nestálost v tom, jak jsou tyto jednotlivé symboly chápány a ceněny různými sociálními skupinami a skupinami mající podobný vkus a za třetí je to - přinejmenším v západní společnosti - daleko více dáno „zakódováním“ než přesností a jednoznačností (Davis 1992: 8). Kód módy nejde specificky interpretovat a spíše se blíží estetickému kódu než konvenčním znakovým kódům, jako je informačně orientovaná řeč a písmo, signalizační zařízení, schémata a grafy (Davis 1992: 11). Kód oblékání a módy je vysoce závislý na kontextu. To znamená, jak se určité kombinace oblečení nebo určité stylové „prostředky“ budou výrazně lišit v závislosti na identitě nositele, příležitosti, místě, společnosti a někdy dokonce na něčem tak vágním a pomíjivém, jako je nálada nositele či pozorovatele (Davis 1992: 8).

Znaky a symboly v odívání mají zvláštní významnou úlohu: podávají rychlou, srozumitelnou informaci, která má značný společenský rádius. Oděv a úprava zevnějšku umožňuje „sdělení“ tím nejrychlejším, nejsnadnějším a nejdostupnějším způsobem: prostřednictvím vizuálního obrazu. Komunikace prostřednictvím oděvních symbolů a znaků patří proto k prastarým a univerzálním kulturním fenoménům (Skarlantová 2007:15).

Současná móda, která si bere inspiraci z celého dostupného kulturního bohatství světa, často využívá symboly, aniž by respektovala jejich význam (Skarlantová 2007: 21).

Hlavní potíž pochopení módy v jejích zdánlivých rozmarech je nedostatek přesných znalostí nevědomých symbolik pojících se s tvary, barvami, texturou, postojem a dalšími výrazovými prvky dané kultury (Davis 1992:5).

2.2.2 Úloha módy

Pokud chceme pochopit úlohu módy a oblékání v dnešním světě, musíme je propojit se současným stavem společnosti, s procesy konzumace, individualizace a globalizace,

genderové transformace a fragmentace atd. Móda odjakživa reflektuje dění ve společnosti a jistým způsobem jde o světáckou záležitost (Calefato 1997:76).

Módu dlouhodobě zakotvenou v lidských společnostech nelze ztotožňovat s prostým projevem marnosti a touhy po jedinečnosti. Stává se výjimečnou a vysoce problematickou institucí, společensko-historickou entitou, charakteristickou pro západ i samotnou modernost. Z tohoto hlediska móda nepředstavuje příznak třídních ambicí, nýbrž východisko ze světa tradice. Je jedním ze zrcadel, v němž lze spatřit to, co utváří náš vrcholně jedinečný historický úděl: popření odvěké moci tradiční minulosti, moderní horečnaté hledání novot, oslavu společenské přítomnosti (Lipovetsky 2010:11). Móda nás obklopuje. Skoro všude a stále více se uplatňuje její trojí určující působení: pomíjivost, svůdnost a marginální odlišení (Lipovetsky 2002:239). Podstata módy spočívá v tom, že se jí vždy řídí jen jedna část skupiny, zatímco celek je teprve na cestě k ní. Móda tedy patří k onomu typu jevů, jejichž snahou je stále neomezeněji se šířit, stále dokonaleji se realizovat – jakmile však dosáhnou tohoto absolutního cíle, dostanou se do vnitřního rozporu a zaniknou (Simmel 1997:110).

Pokud bychom chtěli nahlédnout na fenomén odívání z obecnější perspektivy, mohli bychom vztáhnout potřebu dekorace těla na všechny společnosti napříč různými historickými etapami a různými zeměpisnými šířkami (Entwistle 2000:323). Móda ženám nabízí na jedné straně oblast všeobecného napodobení, možnost plout v nejširším sociálním proudu, zbavení individua odpovědnosti za jeho vkus a jednání – na druhé straně ale vyniknutí, zdůraznění, individuální okrášlení osobnosti (Simmel 1997:117).

2.2.3 Význam slova móda, oblečení a šaty

Jelikož ve své bakalářské práci používám pojmy jako móda, oblečení a šaty, pokusím se pomocí několika autorů nejprve tyto pojmy vysvětlit, neboť se mohou často zaměňovat a mohou působit, že označují to stejné.

Zatímco oblečení je materiální objekt, móda je soubor významů a symbolů, které jsou prostřednictvím oblečení manifestované (Kawamura 2005:3). Podle Entwistle móda produkuje významy a oblečení je převedením těchto významů do praxe každodenního života (Entwistle 2000:48).

Samotný pojem móda je problematický a zahrnuje v sobě více významů, které můžeme rozčlenit do dvou skupin. První pracuje s módou jako podstatným jménem, vnímá ji staticky

(styl). Druhá skupina nahlíží na módu z procesuální perspektivy (vykonávat, činit). Móda v sobě spojuje ideu a praktiku, statický i dynamický prvek (Barnard 2002:9). Stejně tak móda není statická a pevná, neustále podléhá změnám (Kawamura 2005:4).

Pojem šaty používám ve smyslu jedné části ženského oblečení.

2.2.4 Proměnlivost módních stylů

Módní styl je to, co nám definuje módu. Módních stylů je mnoho, neustále se mění, ale po čase se zase s malou obměnou opakují. Jakmile společnost přijme jeden styl, již přichází na řadu jiný.

Jako příklad uvádím několik stylů a to typu rock, punk nebo techno – styly reagující na hudební žánry, hippies - styl provázaný společenským hnutím a etnickou módou, skaters - styl spojený se sportem skateboarding, skinheads - styl vyjadřující názorovou orientaci, gothic - styl spojovaný s černou barvou a zájmem o smrt (Máchalová 2003).

Imperativní požadavek oblékat se podle nejnovější módy a také skutečnost, že móda se od sezóny k sezóně neustále mění, jsou dostatečně známy každému, avšak teorie tohoto ustavičného toku a proměňování ještě rozpracována nebyla (Veblen 1999:135). Lipovetsky má stejný názor. Současná móda znamená různorodost. Naše módní společnost definitivně zlikvidovala moc minulosti, ztělesňovanou světem tradice a otupila také směřování do budoucnosti, jimž se vyznačovala eschatologická epocha ideologií (Lipovetsky 2002: 412).

Ke konci milénia byl módní svět uštván rychlým střídáním nových módních trendů, a tak se začala zdůrazňovat snaha o podobnost, kvalita, lepší udržitelnost materiálů a nadčasovost. Na pořad dne přišla ekologie, která souvisela s nostalgickým návratem k tradici a přírodě. Dochází ke smazávání rozdílů mezi mužským a ženským oblečením, i mezi sezonami (Máchalová 2012: 129).

Móda je obecně nejvíce proměnlivá a nejméně slušivá v těch společnostech, kde se nejkategoričtěji prosazuje princip okázalého plýtvání. To vše ukazuje na antagonismus mezi nákladností a estetickou hodnotou oděvu. Normu okázalého plýtvání nelze v praxi sloučit s požadavkem, aby byly šaty pěkné a slušivé. A tento antagonismus vysvětluje to, co nám nebyla s to objasnit ani zásada nákladnosti, ani touha po dosažení estetické dokonalosti - neustálé, netrpělivé proměňování módy. Kritérium účtyhodnosti ukládá, aby na šatech byly znát marnotratné výdaje. Jenomže plýtvání a marnotratnost se nezamlouvá přirozenému citění

a vkusu. Udávaná užitečnost módních detailů je vždycky tak jasnou fikcí a jejich skutečná bezúčelnost je tak nasnadě, že tyto výstřelky záhy nemůžeme snést a utíkáme k opět novému stylu. Ale i nový styl musí vyhovět požadavku úctyhodného plýtvání a jeho bezúčelnost začne být záhy stejně ohavná jako jalovost stylu předcházejícího. Zákon plýtvání nám umožňuje jediné řešení: hledat úlevu v nějaké nové kreaci, která bude stejně nesmyslná a stejně přechodná. Tím je dána neodmyslitelná ošklivost a ustavičné proměny módního oblečení (Veblen 1999:137,138).

2.3 Oděv jako znak identity člověka a integrace člověka

V případě zájmu o oblékání a módu ze strany sociologů víme, že prostřednictvím oblečení lidé sdělují něco o své osobnosti a v kolektivní rovině to typicky vede k jejich symbolickému zařazení do nějakého strukturovaného světa deklamovaného statusu a životního stylu (Davis 1992: 4).

V rozvinuté konzumní společnosti se na tvorbě identity jedince výrazně podílí právě konzum. Podle D. Lyona už neplatí, že to, kým jsme, je nám dáno od boha nebo že jsme toho dosáhli tvrdou prací v našem povolání či zaměstnání. Budujeme si svou tvárnou image podle toho, co kupujeme - oblečení, nábytek a auto, vypovídá to o tom, kým jsme (kým se stáváme). Věříme, že vlastní sebevědomí a uznání druhých si můžeme koupit u pultu (Skarlantová 2007:33,36).

Oděv vždy byl a je i dnes významnou součástí identity každého z nás. Způsobem svého odívání (v širokém smyslu) stejně jako dalšími formami komunikace potvrzuje člověk svoji jedinečnost v rámci komunity, svou pozici v konkrétním společenství. Oděv ovlivňuje sebevědomí - a to doslova: vědomí sebe sama. To podmiňuje jistotu člověka při kontaktu s druhými v určitém sociálním prostoru (Skarlantová 2007:33).

Podle Lipovetskyho veřejnost získala mnohem silnější schopnost filtrovat vnější vliv a získat v otázkách vzhledu odstup; to je znakem individualistického nárůstu usilování o soukromou autonomii (Lipovetsky 2010: 206). Hovořit o autonomizaci podle něj neznamena myslet si, že zmizely veškeré společenské kodexy a mimetické jevy. Na jednotlivce zjevně nadále působí jistá společenská omezení, avšak nejsou již tolik uniformní a připouštějí větší iniciativu a vlastní rozhodnutí (Lipovetsky 2010: 209).

Podle Skarlantové je móda považována za důležitý prostředek potvrzení identity osobnosti, její originality a fantazie, za prostředek překonání tradice a touhy po novosti (Skarlantová 2007:100). Móda a oblékání mají komplexní vztah k identitě: naše identita může být ukázána prostřednictvím oblečení, které si vybíráme, vypovídá něco o našem genderu, třídě, statusu a tak dále, na druhé straně, z našeho oblečení nemůžeme vždy vše „vyčíst“, oblečení nemůže přímočaře mluvit a proto může být mylně interpretováno (Entwistle 2015:112). Oděv je významnou součástí identity jedince a zároveň jeho integrity do určitého společenství. Každý oděv v každé době je průsečíkem individuality svého nositele i procesů, které probíhají ve společnosti: procesů ekonomických, sociálních, ideologických, estetických – a mnoho dalších. Odívání v širokém smyslu slova (tedy nejen oděv sám, ale i jeho doplňky, ozdoby, atributy, úprava hlavy a zdobení) vyplývá organicky ze života společnosti, stává se jeho zrcadlem i zcela přirozenou součástí (Skarlantová 2007:7).

Když člověk vklouzne do určitého modelu oblečení, může „hrát roli“. Může se snadněji přenést do exotických životních stylů a splynout s naprosto cizím prostředím. Oblečením můžeme významným způsobem zdůraznit vlastní individualitu nebo se stát, alespoň na oko, někým jiným. „Módní role“ tak mohou člověku poskytnout prostor pro skutečné dobrodružství (Fisher Mirkin 1996:129).

2.4 Promlouvání prostřednictvím módy

Prostřednictvím určité formy (i neverbální jako je oděv) prezentuje každý člověk své „Já“ a zároveň předpokládá, že ostatní chápou tyto formy stejným způsobem (Skarlantová 2007:41). Podle Toby Fischer Mirkin má móda velkou moc, pochopíme-li, které šaty nám pomohou v obchodních a osobních vztazích, posílí to náš soukromý život i profesionální život. Oblékáním můžeme vyjádřit svou serióznost, svůj smysl pro humor, svou kreativitu a svou přitažlivost. Oblečení může vytvořit příznivý dojem a zároveň nám může dát dobrý pocit (Fischer Mirkin 1996:13). Vědomí o tom, jak ostatní „čtou“ náš styl, nám umožňuje rozhodovat se při oblékání nejen podle toho, co je pro nás pohodlné a co nás těší, nýbrž vzít v úvahu i pohled druhých (Fischer Mirkin 1996:13).

Oděv jako nedílná součást vzhledu člověka je vnímán v kontaktu s jinými lidmi vždy v určitém rámci. Způsobem svého odívání (v širokém smyslu) stejně jako dalšími formami komunikace člověka „vysílá informaci“ směrem k ostatním. Jeho oděv vůči určitým lidem vytyčuje hranice a k jiným staví mosty (Skarlantová 2007:42).

Oblékání je okno do ženského vědomí i nevědomí. Náš zevnějšek odhaluje nesmírně o tom, jak chápeme sebe samu, umožňuje nahlédnout do našich tužeb, snů a hodnot. Sestavení oděvu též souvisí s uměleckým cítěním a představivostí. Naše tělo je plátnem, na něž klademe látky a barvy a vytváříme tak přitažlivý autoportrét. Při této činnosti vyjadřujeme rozličné dimenze naší osobnosti a rozhodujeme o tom, kolik ze sebe chceme ukázat ostatním. Kompozice vlastního zevnějšku je jakési sebe-utváření, které nelze jen tak vytvořit a zase zrušit (Fischer Mirkin 1996:15).

Podle Freda Davise oblečení ve všech společnostech slouží ke sdělování více či méně standardizovaných významů o jejich nositelích (Davis 1992:27). Například barva oblečení je formou vizuálního jazyka, který dokáže dešifrovat skoro každý. Pestré barvy si všichni spojujeme s pozitivní náladou, radostí a snahou na sebe upoutat (Lurie 1983:182).

Podle Skarlantové nejen nesoulad mezi verbální a neverbální „informací“ ale i nesoulad mezi oděvem a jistotou vystupování mohou zpochybnit společenské postavení, které symbolizuje oděv. O takovém člověku říkáme: „Hraje si na něco, co není“ (Skarlantová 2007:43).

2.5 Pojem gender v oblékání

V debatě o původu genderu proti sobě stojí zastánci biologického esencialismu a vyznavači sociálního konstruktivismu. První skupina tvrdí, že gender je podmíněný tělem a představuje kulturní nadstavbu pohlaví. Muž se chová mužsky a žena se chová žensky, protože se narodili jako muži a ženy (Bočák M. 2010:71). Proti tomu stojí výrok známé humanistické feministky Simone Beauvoir „Ženou se člověk nerodí, ale stává“ (Beauvoir 1968:5). Sociální konstruktivisté tvrdí, že společnost vytváří gender, který následně připisuje tělu určité pohlaví. Rodové stereotypy, sociální role a sociální instituce neustále stanovují tyto konstrukty. Rod je sociální konstrukcí, ke které se váže společností připisované anebo očekávané sociální role, chování, ale také předsudky, stereotypy, hodnoty a sebehodnocení, resp. představy o tom, co je a není pro ženu anebo muže správné anebo vhodné (Kiczková, Szapuová 2011:35).

Oděvní tradice evropské kultury respektovala pohlavní příslušnost jedince a její znakové vyjádření v oděvu. Neznamená to však, že by se vždy oděv mužů a žen výrazně odlišoval. Tato situace vyplývá z toho, co označuje pojem gender. Zahrnuje v sobě nejen

biologickou odlišnost muže a ženy, ale i sociální a společensky podmíněné kulturní rozdíly v postavení mužů a žen. Jde tedy o sociální konstrukci, která vymezuje, co je a není ženské a mužské. Obsah genderu je tedy závislý (vedle biologických rozdílů) na rolích, které jsou přisouzeny ženě a muži v určité společnosti. To má samozřejmě vliv na proměnlivý obsah genderové polarizace a na jeho odraz v námi sledovaných oděvních znacích (Skarlantová 2007:47,48,49).

Podle Skarlantové se rozdíly v mužské a ženské roli v minulosti promítaly do znaků mužského a ženského oděvu v různě silné intenzitě, závislé na míře rovnoprávnosti obou genderů (Skarlantová 2007:49).

2.5.1 Polarizace v oblékání

Obecně lze říci, že tam, kde jsou výrazné rozdíly ve společenském postavení mužů a žen, projevuje se přirozená polarizace pohlaví výrazněji také v odívání. Genderovou odlišnost (sexuální přitažlivost) vědomě podtrhuje tvarové řešení oděvu, úprava vlasů, vousů, ozdoby, dekorování pleti apod. Ve společnosti, v níž dominoval „silný muž“ tvořil oděv mužů a žen dvě odlišné skupiny. Záměna oděvu druhého pohlaví byla připouštěna pouze jako karnevalový oděv s přesně vymezenou dobou i místem „působnosti“, jinak se trestala (Skarlantová 2007:49).

Móda rozhodujících sta let se opírala o jasně daný rozdíl obou pohlaví, o protiklad vzhledu provázený výrobním systémem, v němž vytváření oděvu pro ženu a muže probíhalo podle rozdílných pravidel. Ženský pól ztělesňoval proměnlivou esenci módy (Lipovetsky 2010:187).

V pánské módě nacházíme rozlišení mezi módou sportovního oblečení a „nemódou“ klasického obleku. Podobné rozlišení u žen nenajdeme; módní fantazie si tu vybuodovala mnohem širší společenskou legitimitu. Určující hranice se u dámské módy nevede mezi oděvem pro volný čas a pracovním úborem, nýbrž mezi ošacením pro den, které je víceméně praktické a večerními šaty, které jsou krásnější a rafinovanější. Podle Lipovetskyho u žen platí, že v oblékání mají permanentní právo na frivolitu dokonce i ve světě práce, i když v rámci jistých mezí (Lipovetsky 2010:189,190).

Podle Lipovetskyho v odívání mužů ubývá strohosti a ženská móda vykazuje stále nové rysy přejaté od mužů, avšak to nás neopravňuje k tvrzení, že se móda uniformizuje a rozdíly

v módě pro jedno a druhé pohlaví dříve či později zmizí. Zmírňuje se radikální rozdíl mezi mužským a ženským, což je pohyb bytostně demokratické povahy, avšak proces oděvního zrovnoprávnění má jasné meze. Homogenizace módy pro obě pohlaví probíhá pouze na povrchu. Ve skutečnosti móda neustále vytváří odlišující znaky. Muži i ženy nosí kalhoty, avšak střihy a často i barvy se liší; pánská a dámská obuv nemá nic společného; dámskou košilovou halenku snadno rozeznáme od pánské košile. Módní artikly pomocí drobných „nicotnůstek“ nově vymezují rozdíl vzhledu (Lipovetsky 2010:190,191).

Šaty evokují erotický význam těla, přitahují pozornost na rozdílnost těl mezi muži a ženami, které by jinak byly zakryté. Na tělo tak často upozorňujeme prostřednictvím oblečení, takže bunda, kterou nosí muži, zvýrazňuje jejich široká ramena a u žen dekolt upozorňuje na prsa a šiji (Entwistle 2015:141). Oblečení navíc nese zátěž spojení buď s maskulinitou, nebo ženskostí. Například, když se v ženské módě objeví saka, hranaté tvary a hrubé látky, tak je popisována jako maskulinní nebo někdy dokonce androgynní, oba tyto směry poukazují na to, že gender dává módě význam (Entwistle 2015:179). Podle Entwistle móda a oblečení se společně podílejí na vytváření těl v kultuře. Móda produkuje významy a oblečení převádí tyto významy do každodenního života (Entwistle 2000:48).

Paradoxně lze ženské chyby v oblékání snáze přejít. A proto jsou od 18. století výměny napříč gendrem v oblékání tak jednostranné, spíše od mužů k ženám než naopak. Hračka jednoho mohla být symbolickou sebevraždou pro toho druhého (Davis 1992:41).

2.5.2 Unisex

Jak uvádí Crane, všechny módní styly podporují anebo napadají v různé míře dominantní koncepci rodového uspořádání a jedním z těchto stylů je styl unisex (Crane 2000:100).

Jako unisex je označován takový styl, který se hodí pro muže i ženy, unisex móda je v tomto smyslu univerzální, představuje nošení kravat, pánských klobouků, sak, košil, pánských sukni. Zaprvé jak je tomu obecně u napětí mezi mužskou a ženskou identitou, objevují se prvky reprezentující oboupohlavnost z hlediska jejich genderového původu a narážek mnohem častěji na mužské straně genderového rozdělení než na ženské (Davis 1992:36).

Pokud zohledníme časový horizont, v každém období moderní společnosti se nacházely proudy v oblékání a to ty, které upevňovaly konformitu vůči dominantní koncepci role muže a

ženy a ty, které vyvíjely tlak na zažitou koncepci a snažily se její chápání posunout jiným směrem (Crane 2000:100).

Móda unisexu vnesla do odívání obou genderů novou dimenzi. Společné vzdělávací instituce, společné zájmové skupiny, společné „idoly“, společný „svět mladých“ vytvořil v závěru šedesátých let dvacátého století i společný oděvní styl. Ten se nejdříve prezentoval živelně: obléknutím chlapců a dívek do jednotných džín. I když tento styl ztratil na síle, tak stírání rozdílů v oděvu obou genderů patří k výrazným rysům současného odívání (Skarlantová 2007:52).

Symbolickým cílem unisexové módy je drammatizovat mezigenderové napětí, nikoli jej vyřešit (Davis 1992: 36). Podle Freda Davise ženy podřívají povrchová sdělení o maskulinitě v samotném aktu přivlastňování si mužských částí šatníku (Davis 1992:25). Ženy, které se oblékají, jako muži jimi doopravdy nejsou, jsou spíš jako nedospělí chlapci (Davis 1992:37).

2.6 Ženskost v oblékání

2.6.1 Profesní oděv a ženskost

Tam, kde zaměstnanec neprosazuje sebe a svoji kreativitu, ale výrobek nebo službu na veřejnosti, by měl i jeho profesní oděv odpovídat „firemní kultuře“ (Skarlantová 2007:142).

Profesní oděv v pravém smyslu vytvořilo až 20. století. Tehdy vznikají speciální oděvy pro výkon určité profese (Skarlantová 2007:138). Přizpůsobením své garderoby představě, jakou chcete působit na pracovišti, můžete svým nadřízeným a kolegům dávat jasné informace o vašich ambicích, týmovém duchu a kreativě (Fischer Mirkin 1996:78).

Oblast společenského života je v posledních letech neobyčejně produktivní v otázce genderové rozpolcenosti v oblékání, je utvářena ženami, z nichž se stala pracovní síla, zejména se to týká žen, které se věnují kariéře v obchodu a profesích (Davis 1992:46).

Za posledních několik desetiletí se ovšem kyvadlo vhodného profesního oblečení pro ženy několikrát zhouplo tam a zpět mezi výrazně ženskými a těmi, které napodobují pánskou módu. Široká ramena nepokrytě naznačují mužské tělo. V takovém oblečení se žena cítí přirozeně silnější, mocnější, průraznější. I když důsledný mužský vzhled zůstává výraznou složkou úspěšné obchodní garderoby, žádná žena již nemá zapotřebí dokazovat svou rovnoprávnost tím, že bude v oblékání napodobovat své mužské kolegy (Fischer Mirkin

1996:78). Zatímco ženy musely kdysi kvůli autoritativnímu a průbojnému vzezření napodobovat muže, nyní již prokázaly své schopnosti v profesionálním světě, vydobily si právo vypadat ženštěji (Fischer Mirkin 1996:79).

Profesní kostým je nově vytvořenou paralelou pánského obleku pro zaměstnané ženy. Je stejně funkční, jednoduchý až strohý. Barevné řešení kostýmu se stejně jako u mužů pohybuje v tmavé škále barev. Ženy mohou volit k saku sukni nebo kalhoty ze stejného materiálu. Elegance profesního kostýmu je nadčasová, jistě i proto se stal jakousi „pracovní uniformou“ emancipovaných žen, zvláště těch, které jednají se zákazníky (Skarlantová 2007:140).

Podle Freda Davise není nutné, aby si ženy v obchodě a jiných zaměstnáních vybíraly prvky mužského oděvu. Podle něj jsou základem ženských šatů zajišťujících úspěch tmavé odstíny, strohý oděv, mužsky střižená rovná saka, snížení dolního lemu sukne, celkově postava, která naznačuje mužství, ale je jí ponechána určitá ženskost v podobě hedvábných blůz, jemných vázanek, náušnic, malých ženských kabelek, manikúry a náhrdelníků. Kennedy Fraser popsal genderovou rozpolcenost, která je základem schématu šatů představujících úspěch: Kdybych měl shrnout současnou představu výkonného ženství - to je zjednodušování, protože se návrháři široce odchyľují od ztvárnění tématu, museli by přijít s velmi stroze střiženým oblekem. Tyto ukázkové obleky mají úzkou rovnou sukni končící nad koleny. Sako má často vycpaná ramena nebo jsou jinak zvětšena (Fraser 1981:228).

Kompromis módy pro pracující ženy, jestli o něm takto můžeme mluvit, zřetelně existuje, kvůli jasně rozdělené typizaci genderu, nejenže zachovává mnoho nestability identity, ale dává také vzniknout novým. Na jedné straně strach z potlačení ženskosti je tak patrný, že prostředky oblečení, jemné a očividné, se neustále snaží pracující ženy a jejich měnitele uklidnit, že nedošlo k žádným vážným genderovým změnám (Davis 1992:50).

K vnitřní nestabilitě genderového kompromisu „oblékání se pro úspěch“ přispívá, že ideologicky příliš mnoho žen - tak jak je typické pro příslušníky politických menšin, jakmile jednoho dne „vzroste jejich uvědomění“, cítí úporně, že jejich vstup a přijetí do světa obchodů a práce jim nařizuje vyzdobit se symbolickými produkty tohoto světa a to zejména v tom případě, kdy byly pouze výlučným rysem těch, kteří je ovládali (Davis 1992:53).

2.6.2 Oděv a ženskost

Oděv ženy v každé historické etapě odráží ideál ženy - vytvořený muži (Skarlantová 2007:54).

Zajímavým názorem je, podle McRobbie, že ženský styl v oblékání, který je obecně spojovaný s konvenčními představami ženské atraktivity a určuje ženu jako objekt touhy, vyjadřuje potěšení z vlastního zevnějšku. Přerod od pasivního k aktivnímu utváření vlastního feminního vzhledu vedl k tomu, že ženy přestaly být pasivní k mužským pohledům. Raději manipulací svého zevnějšku úmyslně usměřují mužský pohled. Důležitým se stal kromě mužského zájmu obdiv v ženských očích (McRobbie in Bennett 2005:104,105).

Ženskost v oblékání se postupem času vyvíjela. V 19. století to byl zcela nepraktický oděv, ženskost byla prezentována přezdobeným, složitým, nepohodlným a mobilitu omezujícím oděvem, ten se stal i viditelným znakem ženské role - žena přírodou i vlastní povahou jest poukázána na domov a na rodinu než do života veřejného (Skarlantová 2007:49).

První světová válka však radikálně proměnila společnost. Emancipace žen z diskusí se stala realitou. Mnoho žen bylo nuceno nastoupit na místa mužů. Zapojení žen do pracovního procesu rychle a radikálně zjednodušilo jejich složitý secesní oděv. Vznikl praktický kostým a masově se rozšířil jako moderní oděv. Svým vzhledem se velmi přiblížil pánskému obleku. Mladé ženy začaly v mnohem větší míře studovat i pracovat, stávaly se ekonomicky nezávislé a veřejně to demonstrovaly potlačením ženských znaků: odložily korzety, spodničky a všechny typické znaky ženství. Kalhoty, nejdříve jako sportovní oděv, později i jako součást šatníku moderních žen, se staly viditelným znakem nového postavení ženy ve společnosti (Skarlantová 2007:51,52).

Od 60. let dochází k postupným změnám v dámském a pánském oblékání. Ženská móda se částečně maskulinizuje, ženy si hromadně přisvojují oblečení pánského typu (kalhoty, bunda, kravata, klobouk). Největší průkopnicí v nošení pánského stylu byla Marlen Dietrich. I přes rozsáhlé změny, které výrazně přeměnily ženskou siluetu, nedošlo podle Lipovetskyho ke ztrátě tradičního ženského vzhledu. Šaty umožňují ženám hrát „velkou hru“ stejně tak jako působit diskrétně (Lipovetsky 2002:206). V 90. letech dochází k oživení výrazně feminního vzhledu. Prostřednictvím přehnaného oblékání a přílišného zdobení dochází k fetišizaci předešlých ikonických stylů, což můžeme hojně vidět v kolekcích světoznámých módních

domů. Prostřednictvím těchto kolekcí dochází k vytvoření nových ženských obrazů plných dominance a romantického looku (Arnold 2001:126).

Podle některých teoretiků má mužské oblékání vzbuzovat pouze znak užitečnosti, zatímco ženské oblečení naproti tomu má dávat najevo erotiku (Entwistle 2000:173).

Dámské šaty zároveň umožňují zvláštním způsobem zhodnotit ženské tělo, učinit je „vzdušným“, cudným nebo sexy, ukázat nohy, podtrhnout svody siluety; umožňují jak „velkou hru“ tak diskrétnost (Lipovetsky 2010:195). Lipovetsky říká, že ženy jsou k módě nadále vnímavé, avšak jiným způsobem: sledují ji s menší loajalitou, menšími obavami a větší svobodou. Direktivní mimentismus, jak byl vlastní módě jednoho sta let, ustoupil mimentismu volitelnému a přizpůsobivému. Každý napodobuje to, co chce a jak chce; móda již nedává příkazy, nýbrž vybízí, navrhuje, naznačuje. V době završeného individualismu si každý vybírá svůj look sám, podle společenských změn, jimiž prochází a v prostředí otevřeného mimentismu. Zároveň již móda nevzbuzuje stejný zájem ani stejné vášně (Lipovetsky 2010:210).

3. METODOLOGIE

V této části bych ráda nastínila, jakou jsem zvolila pro svůj výzkumný problém metodu, a proč jsem si ji pro uchopení a zpracování tohoto tématu vybrala.

3.1 Výzkumný problém, výzkumné otázky

Za svůj výzkumný problém jsem si zvolila postoj žen k módě, vliv módy na utváření feminity a úlohu dress codu ve vyzdvíhnutí nebo potlačení feminity.

Hlavní výzkumná otázka je: Chtějí ženy oblékáním zdůraznit ženskost?

1. Řeší ženy při výběru oblečení svoji ženskost?
2. Komunikují ženy prostřednictvím módy?
3. Oblékají se pro sebe nebo pro své okolí?
4. Co si myslí o dress codu na pracovišti?
5. Případá jim unisexová móda správná?

K výzkumnému problému jsem přistupovala s vědomím, že odpovědi na tyto otázky mohou být problematické, jelikož ženy nemusí o módě uvažovat v hlubších souvislostech a každá z informátorek ji může brát jinak a může pro ni představovat něco jiného.

3.2 Výzkumná strategie

Pro svůj výzkum jsem si vybrala kvalitativní výzkumnou strategii. Ta mi pomohla lépe porozumět, jak vybrané ženy přistupují k módě. Výhodou kvalitativního přístupu je získání hloubkového popisu případů. Citlivě zohledňujeme působení kontextu, lokální situaci a podmínky (Hendl 2005:53).

Musela jsem také brát v potaz, že během rozhovoru budu muset měnit některé otázky, neboť mě díky odpovědím informátorek mohou napadnout nové doplňující otázky, které se budou do mého výzkumu hodit. U kvalitativního výzkumu je tedy podstatné, že se data induktivně analyzují a interpretují (Hendl 2005:50). Protože jsem prováděla kvalitativní výzkum, nesestavovala jsem ze získaných dat skládanku, jejíž konečný tvar by byl předem známý, ale spíše jsem se pokusila vykreslit obraz, který získal kontury v průběhu sběru a

poznávání jeho částí (Hendl 2005:52). V kvalitativním výzkumu využíváme tzv. induktivní logiku, takže jsem postupovala od věcí konkrétních k obecným (Disman 2002).

Byla jsem předem srozuměna s tím, že zápornou stránkou kvalitativního výzkumu je fakt, že kvalitativní strategie je schopná pojmout jen malý vzorek zkoumaných lidí, v mém případě se jednalo pouze o deset žen z mého okolí. Výsledky kvalitativní výzkumné strategie se tedy nemohou aplikovat na všechny ženy (Disman 2002).

3.3 Techniky sběru dat

Jako hlavní metodologický nástroj jsem si vybrala polostrukturovaný typ rozhovoru, konkrétně „rozhovor pomocí návodu“ (Hendl 2005:174). Připravila jsem si seznam otázek a témat, jež bylo nutné v rámci interview probrat. Tímto návodem jsem zajistila, že se skutečně dostanu na všechna témata a otázky, na které chci znát odpověď. Záleželo tedy pouze na mně, jakým způsobem a v jakém pořadí získám informace, které osvětlí daný problém. Své otázky jsem formulovala podle toho, jakým směrem se rozhovor ubíral. Rozhovor s návodem dává tazateli možnost co nejvýhodněji využít čas k interview. Současně umožňuje provést rozhovory s několika lidmi strukturovaněji a ulehčuje jejich srovnání. Pomáhá udržet zaměření rozhovoru, ale dovoluje dotazovanému zároveň uplatnit vlastní perspektivy a zkušenosti (Hendl 2005:174).

Tento typ rozhovoru se mi zdál nejvhodnějším. Mohla jsem měnit pořadí otázek a díky tomu se mi naskytl prostor pro další vhodné otázky, které mě během rozhovoru napadly, ale zároveň byly zodpovězeny všechny otázky, které jsem si připravila. Na některé otázky jsem se ptala detailněji než na jiné a tyto jsem dále rozvíjela. Jednotlivé otázky jsem se snažila pokládat tak, aby měly dotazované vždy dostatečný prostor k vyjádření, a pokoušela jsem se o formulaci, která by byla jasná, ne dvojsmyslná a nevnucovala by jim předem žádnou odpověď. Informátorkám jsem pokládala otázky typu: „Cítíš soulad mezi svým vnitřkem a vnějším zjevem?“, „Oblékáš se pro sebe nebo pro své okolí?“, „Cítíš tlak na to oblékat se jako žena?“, „Chceš svým oblékáním potlačit feminní znaky?“, „Zajímáš se o módní trendy?“, „Měníš přes den oblečení podle příležitosti?“, „Jak chodíš doma oblékaná?“, „Podle čeho se ráno rozhoduješ, jak se oblečeš?“, „Cítíš, že by ses měla oblékat podle nějakého dress codu např. ve škole, v zaměstnání?“, „Oblékáš se pro sebe nebo pro své okolí?“, „Chceš svým zjevem něco vyjádřit?“, „Myslíš, že můžeš svůj styl hodnotit jako ženský?“, „Znáš pojem unisex?“.

Záznam rozhovoru jsem přepisovala formou doslovné transkripce. Rozhovor jsem prováděla se ženami z mého okolí, které jsem nejdříve uvedla do tématu a poté jsem se jich zeptala, jestli by byly ochotné odpovídat na mé otázky, sejít se se mnou a jestli mi vše umožní nahrát na diktafon.

Abych mohla informátorkám klást otázky na jejich názor na dress code na pracovišti, musela jsem si nejprve sama zjistit, jaké typy dress code jsou běžně užívané, vybrala jsem si šestnáct firem z oblasti bankovníctví a personalistiky, u kterých jsem předpokládala, že by mohly dress code užívat a oslovila jsem je s požádáním, zda by mi mohly dát informace o užívání a vzhledu dress codu na jejich pracovištích.

3.4 Výběr vzorku; prostředí výzkumu

Pro svůj výzkum jsem si vybrala deset žen se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním z mého okolí ve věku 22-29 let. Jde tedy o výběr účelový a homogenní (stejně pohlaví, podobný věk, prostředí). Nechtěla jsem oslovovat zcela neznámé ženy, o kterých bych nic nevěděla, záměrně jsem zvolila ženy, se kterými jsem občas v kontaktu a z nich jsem vybrala ty, o kterých si myslím, že je móda zajímavá a jako protipól jsem zvolila ty, o kterých si myslím, že módu neřadí mezi své koníčky. Jedním z kritérií pro výběr informátorek bylo i to, aby byly všechny někde zaměstnány, na hlavní pracovní poměr nebo brigádně, což jsem potřebovala pro výzkumnou část dress code. Chtěla jsem mít na toto téma dostatečné množství odpovědi. Jelikož informátorky znám, domnívala jsem se, že si k nim mohu dovolit důvěrnější otázky a ony se mi také mohou více svěřit. Ani jedna z informátorek neměla s důvěrností mně svěřovaných informací žádný problém. Také alespoň částečně znám jejich styl oblékání, takže se mohu domnívat, že mi ve svých odpovědích nelhaly. Do svého výzkumu jsem nezařadila muže, jelikož jsem otázky postavila na zodpovězení od žen. Rozhovory jsem prováděla na neutrálním prostředí, v kavárně, vždy s jednou informátorkou, čas i kavárnu si informátorka vybrala sama. Vždy jsem ji ještě předem upozornila, že může kdykoliv od rozhovoru odstoupit a neodpovídat, kdyby jí byla některá z otázek nepříjemná.

3.5 Analytické postupy

K dosažení cíle výzkumu jsem volila analytický postup založený na kódování a segmentaci. Je vhodný pro zkoumání sociální reality. Segmentaci jsem využívala pro lepší práci s nasbíranými daty a pro nalézání vzorů a pravidelností v nich. Kódováním jsem třídila a popisovala sesbírané informace tak, abych identifikovala relevantní jevy a „ukázala“ je. Jelikož jsem prováděla kvalitativní výzkum, používala jsem otevřené, induktivní kódování a popisné, interpretativní typy kódů. Postupovala jsem od tvorby konkrétních kategorií ke kategoriím obecnějším, tudíž pro tvorbu kódů jsem zvolila metodu zobecňování. Zároveň jsem, pro interpretaci analyzovaných dat, používala poznámky zapisované do svého zápisníku, vyznačovala jsem si klíčová slova, a pokud mě něco zaujalo, zvýraznila jsem si celou odpověď pro účely citace.

Ve svých poznámkách jsem si zachycovala předběžné úvahy a komentáře k nasbíraným datům a vytvořeným kódům. Sběr dat, jejich analýzu a interpretaci jsem prováděla v průběhu celého výzkumu. Kvalitativní materiál ve formě transkripcí rozhovorů se transformuje a interpretuje s cílem zachytit smysluplně komplexitu zkoumaných jevů a případů sociálního světa. Při kvalitativní analýze a interpretaci jde o systematické nenumerné organizování dat s cílem odhalit témata, pravidelnosti, datové konfigurace, formy, kvality a vztahy. Kvalitativní analýza je uměním zpracovat data smysluplným a užitečným způsobem a nalézt odpověď na položenou výzkumnou otázku (Hendl 2005:223).

3.6 Hodnocení kvality výzkumu

Jelikož jsem se zabývala kvalitativním výzkumem, jehož standardizace je vždy slabá, má tento můj výzkum nutně nízkou reliabilitu. Správnost provedení výzkumu a z něj vyplývajících závěrů je tedy hůře ověřitelná a těžko aplikovatelná na jinou než zkoumanou skupinu osob. Pokud jsem však výzkum dobře zpracovala a získaná data správně interpretovala, mohou mít vysokou validitu, tedy platnost. Pro dosažení vysoké kvality svého výzkumu jsem analyzovala a interpretovala shromažďovaná data již v průběhu jejich sběru a na základě dosažených výstupů jsem poté volila a doplňovala techniky sběru dat.

Byla jsem si vědoma, že nízká reprezentativita vzorku by mi mohla způsobit problém. Vzhledem k mému výběru vzorků není totiž možná zobecnitelnost, protože vzorek informátorek je homogenní (ženy, přibližný věk, stejná úroveň vzdělání).

3.7 Etické otázky společenskovedního výzkumu

Abych předešla případným etickým problémům, všechny mé informátorky jsem předem seznámila s průběhem a pravidly výzkumu. Kladla jsem důraz na souhlas, že se účastnily mého výzkumu dobrovolně. Před zahájením rozhovorů jsem informátorkám sdělila, že mohou kdykoliv rozhovor přerušit nebo od něj zcela odstoupit. Ujistila jsem je i o zachování anonymity. Ve své práci uvádím o zúčastněných ženách jen nutné a relevantní údaje jako jsou věk, fakulta/profese a pro účely citace používám pouze jejich křestní jména. Některé si přály zůstat zcela v anonymitě, takže uvádím smyšlené křestní jméno. Informátorky byly také srozuměné o nahrávání rozhovoru na diktafon a o jeho použití do mé bakalářské práce.

4. ANALYTICKÁ ČÁST

V této části prezentuji výsledky, ke kterým jsem pomocí rozhovorů s informátorkami a materiálem získaným od vybraných firem dospěla.

Nejdříve jsem v analytické části rozebírala dress code oslovených firem, zkoumala jsem, jakou úlohu v něm hraje ženskost, zjišťovala jsem, zda moje informátorky mají dress code na pracovišti, jak se v něm samotné cítí a zda by pro ně byl nějaký dress code nepřijatelný. Poté jsem analyzovala rozhovory z pohledu ženskosti ve volnočasovém oblečení. Tuto oblast jsem rozdělila na podtémata tak, aby korespondovala s mými otázkami z rozhovorů a teoretické části. Od počátku rozhovorů jsem se snažila své informátorky směřovat k zamyšlení nad ženskostí v oblékání. Jak jsem předpokládala, odpovědi na otázky týkající se ženskosti v oblékání shledaly mé informátorky za nejsložitější, musely se nad nimi více zamýšlet a mnohdy si nebyly jisté, jak mají odpovídat.

Ačkoliv se jedná o informátorky podobného věku a vzdělání, tak některé jejich odpovědi byly různorodé, až mě to samotnou udivilo. U některých otázek se jejich odpovědi z větší části shodovaly.

U informátorek, které znám delší dobu, jsou to moje dlouholeté kamarádky, jsem shledala za problém to, že jsem částečně tušila jejich odpovědi a mnohdy jim zapomněla pokládat doplňující otázky. Svádělo mne to k tomu, že se jich nemusím podrobněji vyptávat, protože jsem si myslela, že znám jejich odpověď. Přesto mě ve své reakci některé z nich velice překvapily. Z těchto příkladů jde vidět, jak je móda individuální a že ji každý vnímá jinak, proto si myslím, že můj výzkum je z tohoto pohledu přínosem. Rozhovory s informátorkami jsem do analytické části vkládala kurzívou, abych dodržela přehlednost.

4.1 Dress code a feminita

4.1.1 Oslovené firmy a jejich dress code

K image firmy nepatří pouze dobré pracovní výsledky jejich pracovníků, ale přispívá k němu také jejich příjemný vzhled. Zaměstnanci svým oblečením vyjadřují úctu a respekt ke svým kolegům, ke svým nadřízeným a hlavně k zákazníkům. Jedním z cílů dress codu je obstát v konkurenci, vytvářet dlouhodobé vztahy s klienty a vytvářet a udržovat pozitivní

vnímání firmy. Vhodně zvolené oblečení přidává na důvěryhodnosti, profesionalitě a dotváří celkovou image společnosti. To jsou stěžejní důvody, proč firmy dress code uvnitř své společnosti vyžadují.

Ke zjištění, jaký dress code panuje ve firmách a jaký důraz je zde kladen na feminitu, jsem oslovila celkem 16 firem, převážně z bankovního sektoru a personální agentury. Z tohoto vzorku mi personalisté šesti oslovených firem sdělili, že mají pouze nepsaný dress code, o kterém mi nechtěli nebo nesměli poskytnout více informací. Personalisté zbývajících deseti firem mi ochotně svůj dress code písemně zaslali, ve většině těchto společností se jednalo o veřejný dokument. V podstatě se v žádné z těchto společností dress code nijak závažně nelišil. Patrné rozdíly byly závislé na tom, zda se zaměstnanci setkávají s klienty, anebo zda jsou pouze na centrále a do žádného styku s klienty nepřijdou. Dress code byl většinou rozdělen na tři styly: business formal, business smart a business casual.

Business formal je nejformálnější styl oblékání na pracovišti. Tento styl zahrnuje u žen kostýmek nebo kalhoty, blůzu, punčochové kalhoty a uzavřenou obuv, která by měla být sladěna s oblečením. Halenky by většinou měly být decentní barvy, bez větších výstřihů, reklamních sloganů, odhalených ramen a neměly by být z průsvitných materiálů. Nevhodné je také velké množství šperků, za nevhodnější doplněk je považován pouze šátek. Některé firmy dovoluují nenosit punčochy v letních měsících.

Styl **business smart** už povoluje místo blůzy tričko s límečkem nebo svetr, je zde povoleno nosit výraznější barvy a kalhoty ve tříčtvrtinové délce. Tento styl nedovoluje nosit nepřiměřené rozparky ani věci z džínoviny, některé firmy povolují nosit i otevřenou obuv. Pokud si ženy obléknou šaty na ramínka, tak se i zde stále vyžaduje sako na zakrytí ramen.

Poslední nejvolnější styl je **business casual**, který většina firem svým zaměstnancům dovolí uplatnit v pátek. Tento den si zaměstnanci mohou vzít pohodlnější a uvolněnější oblečení. Jsou povoleny i tmavé džíny doplněné elegantními svršky, ovšem i zde se ve většině firem vyžaduje uzavřená obuv.

Některé firmy mi sdělily, že nemají přísně stanovený dress code, jelikož si to ani jejich samotní klienti nepřejí. Například u jedné banky by mělo oblečení dokonce zohledňovat identitu zaměstnance a jeho věk. Ovšem i tyto společnosti, které nevyžadují striktně dress code, považují za nevhodné nošení sportovních triček a sportovních kalhot, džín, nošení výstředního a příliš odhalujícího oblečení. Není tolerováno oblečení špinavé, potrhané a vytahané, dále sportovní a domácí obuv a příliš nápadité šperky. Ve většině případů se po

ženách vyžaduje délka sukně ke kolenům nebo pod kolena, jen u některých firem mohou být ve stylu business casual sukně nad kolena, minisukně jsou všude nepřipustné. Uzavřenou obuví se myslí lodičky, v pátek se mohou lodičky vyměnit i za baleríny. V otázce dress codu také záleží na tom, zda zaměstnanci mají jednání s klienty. Pokud jednání připadne na pátek, vyžaduje se na tomto zaměstnanci i v pátek styl business formal.

Z informací poskytnutých od firem, jsem došla k závěru, že z jejich dress codu nevymizela feminita a ani jedna z mnou oslovených firem se nesnaží o smazání genderových rozdílů v oblékání mezi muži a ženami.

4.1.2 Postavení informátorek k dress codu

V rozhovorech jsem informátorkám pokládala otázky týkající se dress codu. Zjišťovala jsem, zda mají ve své práci nařízený dress code, jestli se jeho používáním cítí omezené nebo jej striktně nedodržují a přizpůsobují si pracovní oblečení své osobnosti. Také mne zajímalo, zda je nějaký dress code, ve kterém by se cítily zcela nesvobodné a nedovedly by jej přijmout.

Výsledky této části výzkumu prezentuji v několika následujících kapitolách.

4.1.3 Omezení dress codem

Většina mnou oslovených informátorek mi sdělila, tak jak jsem předpokládala, že mají na svém pracovišti psaný dress code. Jedné z těch, které jej předepsaný nemají, by dress code žádný problém nedělal a byla by schopna nosit jak vyloženě ženské oblečení s minisukněmi, tak i vysoké podpatky, ale jiné, která jej na pracovišti nařízený nemá, by toto jeho nošení vadilo.

Klára: *Já bych asi nemohla chodit v takových kostýmkách, přijde mi to hrozně proti srsti i podpatky. Když vidím ty ženský, tak to bych teda nechtěla... Ale nevím, jakoby šaty ok, ale zase člověk nemá tolik šatů, aby si mohla mít každý týden nějaký jiný a nenosit je každý týden ty samý. Ale kostýmky mi přijdou hrozný. Určitě by tohle pro mě bylo nepřijatelný. Většinou by mě v těhle firmách nebavilo pracovat a ani bych se tam nehlásila.*

Podobný názor zastává i jedna z informátorek s předepsaným dress codem. I tato dotazovaná přiznala, že pokud by pracovní oděv vyžadoval pouze nošení šatů a sukni, tak by se nikdy na takovou pozici nehlásila. Ovšem tato informátorka by se dress codem cítila omezená z důvodu pocitu nedokonalosti své postavy, necítila by se dobře ani ve vysokých podpatcích.

Vanesa: No, asi proto jsem se nikdy neucházela o recepční, protože si sama sebe nedokážu představit jako v šatech, v sukni. No já jsem to nikdy nenosila a myslím, že ani se svojí postavou bych to nosit neměla. Jako kdyby po mě chtěli v práci šaty, tak to by byl určitě problém. No prostě bych se na takovou práci nikdy nepřihlásila. Kdyby bylo třeba v inzerátu, že je nutnost nosit každý den podpatky, tak s tím bych taky měla problém.

Většině dotazovaných by nošení vysokých podpatků nevadilo, ale necítily by se v nich pohodlně. Podpatky viděly jako určité omezení, které by jim bránilo v pohybu, nemohly by například dobíhat tramvaj nebo po práci chodit nakupovat, jak doslovně uvedly.

Linda: Třeba do práce si neberu tak krátký sukně a velký výstřihy. A snažím se oblíkat adekvátně k té příležitosti, třeba když jsme v té práci a pracuju v bance tak vím, že bych asi neměla chodit třeba v kapsáčích a džínách a teniskách. Takže si vezmu ty podpatky, sukni, ale zase si nevemu žádnou krátkou, něco vyzývavého. Protože to zase vnímám tak, že ty lidi mě nějak posuzují a ten vzhled ovlivňuje nějak to hodnocení mě jako zaměstnance.

Na základě analýzy uskutečněných rozhovorů jsem dospěla k závěru, že se všechny mé informátorky cítí dress codem omezené. Každá k tomu má sice jiné důvody, některé mají pocit ztráty volnosti, jiné jsou příliš kritické ke své postavě a domnívají se, že by dress code odhaloval jejich nedokonalosti, ale omezení pocítují všechny.

4.1.4 Nutnost různorodějšího šatníku

Další omezení, které informátorky vnímají v případě nošení dress codu je nutnost různorodějšího šatníku. Většina dotazovaných musí svůj šatník obohacovat o oblečení, které

jinak nevyužije. Už při nákupu oblečení musí rozlišovat, co by si mohly dovolit nosit do zaměstnání a co na „ven“. Pokud by to jejich profese nevyžadovala, některé oblečení by do svého šatníku nikdy nezařadily.

Karolína: Ze začátku jsem si říkala: já budu si moct kupovat košile a tak a byla jsem z toho nadšená a teď mě to začlo štít, člověk si vážně musí kupovat víc oblečení než by potřeboval. Protože když jsem venku nebo doma, tak se oblikám jinak. Takže kdyby vážně nezáviselo na tom, co si mám vzít do práce, tak si kupuju jiný věci. A teď si musím kupovat věci jak do práce a ty co se mi líbí. Teda něco bych si vzala i ven, ale něco vážně ne. Rozhodně bych měla míň oblečení...

Z toho vyplývá, že dress code je pro informatorky finančně nákladný, omezující a necítí se v něm svobodně. Informatorky utratí za oblečení více, než v případě, že by žádný dress code neměly.

4.1.5 Přizpůsobení si dress codu své osobnosti

Mnoho informaterek uvedlo, že se s dress codem úplně neztotožňují a nezobrazuje jejich osobnost a styl, neboť je pro ně důležité, aby i oblečení na pracovišti vypovídalo něco o jejich stylu. Všechny by raději sáhly po vlastním výběru oblečení.

Laura: No, (pauza), cítím se v tom, je to jakoby trošku omezení, ale, zjistila jsem, že se ten dress code dá nějakým způsobem upravit, takže ten člověk nevypadá stejně, jako ten vedle něj. Takže se dá, prostě nějak osobně upravit, aby to tomu člověku vyhovovalo. Ale je to určitě omezení, vnímám to tak.

Všem informatorkám by dělalo velký problém, kdyby dress code byl chápán jako uniforma, kterou musejí mít všichni stejnou. Velmi oceňovaly, že si dress code mohly přizpůsobit své osobnosti a mohly dát najevo svoji individualitu, nechtěly by, aby všechny ženy ve firmě vypadaly stejně jako ony.

4.1.6 Problém se striktním dress codem

V průběhu výzkumu jsem zjistila, že informatorky pracují ve firmách a na pozicích, kde se po nich nevyžaduje striktní dodržování dress codu.

Karolína: *Jako samozřejmě by se měl dodržovat, ale není úplně striktní. Jako určitě to dodržuju. Když si nakupuju věci, tak se i soustředím, aby se to hodilo do práce. Jsou tu lidi, kteří ho třeba vůbec nedodržují. Už mě teda ten dress code dost otravuje (smích).*

Toto nepsané pravidlo jim velice vyhovuje, neboť si oblečení na pracoviště mohou alespoň částečně přizpůsobit svému vkusu. Shodně uváděly, že si nejsou jisté, jaké stanovisko by zaujaly, pokud by po nich zaměstnavatel vyžadoval striktní dodržování předepsaného dress codu, takže jim zcela vyhovuje možnost přizpůsobení si dress codu své osobě.

Všechny informatorky si jsou vědomy, že špatná volba dress codu by je mohla poškodit před nadřízenými.

Katka: *Myslím si, že ne, že je to spíš pěkný mít dress code... Ale kdyby to vysloveně někdo po mě vyžadoval, ale přitom bych se nesetkávala s žádnými lidmi, tak by mi to přišlo přitažený za vlasy. Na druhou stranu, ani teď se nesetkávám vysloveně s lidmi a oblíkám se slušně. Asi to tak vnitřně cítím, než že by to nakazovala firma... Teda nevím, jaký bych měla s dress codem, kdyby byl striktně napsán, ale myslím si, že bych s nim asi taky problém neměla...*

4.1.7 Nepřijatelný dress code

Jediný dress code, který by byl pro mé informatorky zcela nepřijatelný, je dress code se sexistickým podtextem.

Jana: *No, (smích). No kdybych musela mít třeba jen podprsenku a spodní prádlo (smích). Jinak nemám problém ani s holinkama a lacláčema, kdybych pracovala v zahradnictví, tak nemám s tím problém. Takže bych neměla ani problém nosit kostýmky, lodičky.*

Analýzou výzkumné části dress code jsem došla k závěru, že firmy svými pravidly pro oblečení na pracovišti nepotírají feminitu, genderové rozdíly mezi muži a ženami spíše zdůrazňují, a že většině informátorek běžný dress code nevadí, pokud není striktně daný a nehledí se tolik na jeho dodržování. Pokud si tento dress code mohou částečně přizpůsobit svému stylu a povaze, tak s ním nemají problém, ale všechny se shodly, že pevně stanovený dress code by jim mohl působit potíže, až tak velké, že by se na pozici se striktně předepsaným dress codem raději ani nehlásily.

4.2 Šaty v kontextu místa, času a nálady

Otázku šatů vnesly do rozhovoru samy informátorky, v odpovědích na otázku stylu a ženskosti.

4.2.1 Šaty v kontextu denní doby

Výzkumem jsem zjistila, že se informátorky v průběhu dne převlékají, některé i vícekrát za den. Oblečení, které měly v práci nebo ve škole, si všechny kromě jedné ihned po příchodu domů vymění za domácí oblečení, většinou jsou to tepláky nebo legíny a tričko. Některé kladou důraz i na estetickou stránku a chtějí, aby jim i domácí oblečení ladilo a slušelo, ostatním je to lhostejné, jedinou jejich prioritou je pohodlí. Shodly se ale všechny na tom, že oblečení na doma nesmí být špinavé a roztrhané a musí se v něm cítit uvolněně a pohodlně.

Zuzana: *Doma většinou v létě jen ve spodním prádle, ale jinak v teplákách a starém tričku, většinou si vyřazuju věci, co jsem nosila do práce a už je nechci nosit, tak je začnu nosit na doma. Převlíkám se, ale ne vždy. Většinou se převlékám, když přijdu domů a jdu vařit nebo uklízet, tak se převleču, ale když se jdu jenom koukat na seriál, tak se někdy převleču, když se koukám na ten seriál z postele, ale když si jen sednu na gauč tak se nepřevlíkám, že mě to třeba ani nenapadne. Převlíkám se, abych si to neušpinila a spíš kvůli pohodlí třeba u úklidu.*

Další okamžik převlékání nastává, když se informátorky chystají jít po práci nebo po škole někam do společnosti. Pokud jdou například s kamarádkami do baru nebo s přítelem na večeri, tak chtějí vypadat více žensky a zvolí sukně, šaty nebo úzké kalhoty a hezké halenky.

Ženské oblečení volí hlavně proto, aby se zalíbily opačnému pohlaví. Jedna z informátorek mi sdělila, že šaty si obléká kvůli ostatním kamarádkám, se kterými někam jde, protože jinak by si mezi nimi připadala nepatřičně. Svůj styl večerního oblečení přizpůsobují i prostředí, ve kterém se budou bavit. Informátorka Jana mi sdělila, že pokud jde do baru, snaží se vypadat žensky, ale pokud jde na pivo s kamarády, tak tomu přizpůsobí i své oblečení. Takže si vezme zase jen džíny a tenisky.

Z odpovědí informátorek je patrné, že své oblékání přizpůsobují denní době a prostředí, ve kterém se nacházejí, svým oblečením rozlišují části dne podle práce, svého osobního času a zábavy. Šaty v kontextu denní doby tedy přicházejí na řadu spíše až večer, s výjimkou pracovního dress codu, pokud jsou v něm požadovány, a informátorky je volí z ryze ženských důvodů - chtějí vypadat svůdně a žensky.

4.2.2 Šaty v kontextu počasí a nálady

U velké většiny informátorek hraje ve výběru oblečení roli počasí a nálada. Špatné počasí se u nich projevuje téměř přímou úměrou s nechutí oblékat se do barev a do šatů. Pokud je ošklivě, nemají, jak uvedly, náladu na hezké oblečení. Samozřejmostí je, že své oblékání přizpůsobují roční době. Překvapilo mě, že pouze jedna informátorka ve své odpovědi zmínila otázku barevnosti oblečení podle roční doby. Uvedla, že ji v zimě vůbec nebaví nosit barvy, proto se obléká jen do černé a dalších tmavých barev a s tím jak slunce svítí více a více, přidává do svého šatníku také barvy. Zajímavou odpověď na otázku počasí jsem získala od jedné informátorky, která mi sdělila, že ji počasí nijak neomezuje, proto na ně nebere ohled. Byla to však ojedinělá odpověď.

Vanessa: Počasí pro mě nehraje žádnou roli, teda spíš nějak ho nezjišťuju. Pro mě je únor, takže je asi zima, takže asi nebudu chodit v krátkým rukávu a nálada taky ne. Takže se spíš ráno oblíkám podle toho, co už mám osvědčený, takže to nosim pořád tak nějak dokola.

Zjistila jsem, že i na nošení šatů má vliv počasí. Informátorky si šaty většinou spojují s létem. Uvedly, že v letním období nosí šaty a sukně mnohem častěji než v zimě. Některé dokonce v zimě nenosí šaty vůbec, ale v létě se bez nich neobejdou. V létě se cítí ve výběru oblečení více svobodně.

Oblékání podle nálady zmínily všechny informátorky. Některé si připravují oblečení den předem nebo si alespoň promýšlejí, co si ráno oblečou. Všechny však shodně uvedly, že pokud se probudí ve špatné náladě, tak klidně svůj výběr změní.

***Karolína:** A podle nálady to záleží vážně, jak se ráno probudim, večer si řeknu, že bych si mohla vzít třeba sukni, ale pak se probudim a nemám náladu na to, abych si ji vzala, nechtějí se mi oblíkat silonky. Vyloženě se mi nechce oblíkat třeba hezky, ale zase někdy mám náladu, že jo, tak si zase vezmu sukni a halenku, ale jinak kalhoty, ty jsou většinou to, že chci být pohodlně oblečená.*

Tato odpověď se opakovala vícekrát, informátorky mi sdělily, že když se probudí „bez nálady“, tak si šaty ani sukni nevezmou, přestože je měly připravené. Opět jsem dospěla k závěru, že oblékání v ženském stylu jim činí problém a ne vždy jej upřednostňují.

4.2.3 Šaty a styl v čase

Velmi mě zajímalo, jak informátorky hodnotí svůj vlastní styl, jakým způsobem k němu dospěly, zda se měnil v čase a co na tento vývoj mělo vliv.

Přes existenci mnoha módních stylů ani jedna z informátorek neuvedla, že by měla vyloženě vyhraněný styl oblékání. Pouze mi sdělily, že se snaží o elegantní styl, ale ne vždy se jim jejich záměr podaří. Shodně vypovídaly o absenci šatů a sukní v období studia na střední škole. V této době se každá z nich oblékala pouze do džín a triček.

***Linda:** Určitě, já jsem právě hodně nosila kalhoty, vlastně už od dětství. Teda já nevím, mně přijde, že když se projdeš po ulici tak devadesát devět procent lidí má modrý džíny a něco k tomu a to znamená, že i já jsem byla vychovávána, že normální oblečení jsou modrý džíny a něco k tomu, maximálně nějaký manšestráky, myslím si, že to odívání závisí i na tom, v čem*

vyrosteš, já třeba byla vychovávána v tom, že je nemyslitelný si na sebe vzít něco jinýho, takže jsem vždycky nosila takový věci, možná jako dítě víc barevný. Ale vážně od těch 15 to byly jedny džíny za druhýma, maximálně béžový manšestráky...

Žádná z informátorek v nižším věku neupřednostňovala ženské oblečení a ani žádnou nenapadlo, že by se mohla takto oblékat. Některé informátorky uvedly, že na střední škole tíhly ke „skejtáckému“ stylu oblékání, který vymizel, jednak díky tomu, že se přestěhovaly do Prahy, začaly pracovat, nebo se jim tento styl začal zdát neadekvátní jejich věku. Přiznávaly, že v tomto období bylo, z pohledu volby oblečení, pro ně prioritní pouze přání splynout s ostatními, prostě se nějakým způsobem „zařadit“. Ženské – dívčí oblečení tehdy volily pouze při zvláštních příležitostech.

Lenka: *Asi se oblíkám pohodlně. Ale nemám vyhraněnej styl, skejták ze mě není (smích), ale bývala jsem (smích). No nenosila jsem dřív sukně a šaty vůbec, protože jsem měla furt odřený kolena z volejbalu (smích). Nosila jsem i volný kraťasy, teda nenosila jsem úplně skejtový věci, ale jako DC oblečení jsem měla a pak jsem se přehodila na úplně holku (smích). Asi mě zrovna tenhle styl bavil, neměla jsem ráda takovej ten dámskej styl...*

Karolína: *Jak člověk začal chodit do práce...teda na veřejce jsem už taky tenhle styl moc neměla. Asi to teda souviselo s tou pubertou, že jsem byla asi v rebelii. Pak už jsem z toho nějak vyrostla, že jsem si řekla, že to není zas tak důležitý, jako ten vzhled. Že neznamená, že když tuhle hudbu posloucháš, že to musíš i prezentovat navenek svým oblékáním. Už mám jiný věci na starosti, jestli mám punkerskej pásek nebo ne (smích).*

Styl oblékání informátorek se začal měnit až nástupem na vysokou školu a přestěhováním se do Prahy. I tím jak postupně dospívaly, cítily potřebu se oblékat více žensky. Tenisky se jim k jejich věku už nezdály adekvátní. Jedna informátorka dokonce uvedla, že ženské oblečení začala více nosit, aby vypadala starší a nepůsobila už jako malá, v šatech a sukních se cítí dospěleji a má pocit, že i okolí ji takto bere.

4.2.4 Změna stylu a oblékání v kontextu místa

Ve svém výzkumu jsem zaznamenala závislost stylu oblékání na místě, ve kterém se informatorky pohybují. Některé mi sdělily, že se ve svém rodném městě oblékají méně atraktivně. Jedna informatorka mi dokonce řekla, že v jejím rodném městě je jí víceméně jedno, co si vezme na sebe.

***Zuzana:** ... A jinak přemýšlím, jednu dobu když jsem přijela do Prahy, tak jsem občas nosila podpatky, že i třeba zimní boty jsem měla na klínku, ale hm, ale že to možná měla vliv Praha. Ta možná má vliv na to, jak se oblíkáš. Takže jsem měla pocit, jako že se chci oblékat trochu líp, jako ty podpatky, ale v podstatě se ten styl nějak nezměnil. I když je pravda, že teď když přijedu do Zlína, tak vůbec neřeším, co si obleču, takže bych klidně šla ven v tom, v čem jsem byla na doma. I když teda v teplácích ne, ale hlavně v létě moc neřeším. Když chodím doma ve volnějších šatech tak v nich jdu ven. V teplácích bych asi ven nešla.*

K zajímavému zjištění jsem dospěla u informatorek, které svým původem nepocházejí z Prahy, u všech těchto devíti žen nastala výrazná změna stylu oblékání přestěhováním se do tohoto města. Uvedly, že si zde začaly více uvědomovat svou identitu, do svého šatníku zařadily šaty a sukně, neboť chtěly svým oblečením působit jako ženy.

***Lenka:** Ale jak jsem se přestěhovala do Prahy, tak to dost změnilo můj styl a taky práce. A taky jsem z toho stylu, co jsem měla předtím i vyrostla, přestalo se mi to líbit. Chtěla jsem vypadat spíš jako holka. Přestaly mi vadit ty sukně a šaty.*

4.3 Vztah k módě

V této části výzkumu prezentuji názory informatorek na nakupování oblečení, sportovní a unisexovou módu.

4.3.1 Nakupování z nutnosti

V otázce zájmu o módu a oblékání se téměř všechny informátorky shodly, že je nakupování už nebaví tolik, jako je bavilo dříve a potřebují mít na nákupy klid. Tři informátorky uvedly, že na nákupy musí mít tu správnou náladu, jinak si nic nekoupí.

Zuzana: *Zároveň mě nebaví nakupovat. Protože jsem dost náročná, takže se rozhoduju, jestli si to koupit, nebo se rozhoduju často nad dvěma věcmi, kterou si koupit, protože zase nechci moc utrácet a už moc nakupovat nechodím, už na to nemám moc nervy...*

Některé mi také sdělily, že se zajímají o módní blogy a čtou občas módní časopisy a baví je sledovat módní trendy, ale získané poznatky neaplikují na sobě, protože nemají takový cit zkombinovat věci dohromady, nevidí, co by se k sobě mohlo hodit a co ne. I toto byl jeden z důvodů, proč je nebaví nakupovat oblečení.

Lenka: *... Ale kdybych třeba šla do obchodu a viděla bych jenom tu halenku tak si to třeba nekoupím, protože by se mi na tom ramínku tak nelíbila. Ale kdyby mi třeba někdo řekl, že to jde třeba s nějakou sukní, tak bych si to vzala. Neumím to prostě zkombinovat a ani mě to nakupování nějak nebaví.*

Překvapilo mě, že radost z nakupování jsem zaznamenala pouze u jedné informátorky.

Vanessa: *Taky, myslím, že asi každou ženskou (smích)... Jo určitě to mě baví, ať už se dívám na blogy nebo do časopisů, a pokud se mi něco líbí tak jsem ochotná to koupit, jsem i ochotná se nekoukat na cenu...*

Ze získaných odpovědí jsem dospěla k závěru, že nákup oblečení není pro mé informátorky otázkou peněz ani radostí z nákupu, ale spíše nutností.

4.3.2 Unisexová móda

Jak uvedl Lipovetsky, žena může být ženou i mužem, zato muž jen mužem. V tom spočívá základní asymetrie mezi pohlavími. Móda je více otevřená ženám, ale muži jsou nadále výrazně svázáni konvenčními představami (Lipovetsky 2010: 192,193).

Zjišťovala jsem, co si informátorky představují pod pojmem unisexová móda, jestli vůbec tento pojem znají, zda se někdy v tomto stylu oblékají a co si o něm myslí.

Všechny pojem unisex znaly a věděly, co znamená. Jejich odpovědi nebyly jednoznačné, ale většinou se shodly na názoru, že ženy by se měly oblékat především žensky. Dvě informátorky byly zcela proti unisexové módě, vůbec se jim nelíbí a zastávají názor, že by se ženy takto rozhodně oblékat neměly.

Nikola: *Jo jo, jakože to může nosit kluk i holka a myslím, si, že by to takhle asi fungovat nemělo. Myslím si, že by mělo být rozdělený co je pro ženskou a co je pro chlapa. Aby to přesně podtrhovalo, co přesně je pro ně. Aby to vyjádřilo to jejich pohlaví. Myslím, že když se žena oblíkne v pánském stylu, tak už to na mě působí divně, (přemýšlí), že to nevypadá tak žensky a že chce třeba tu svoji ženskost potlačit... Podle mě by přesně v tom stylu mělo být vidět kdo je muž a žena, podle tohohle stylu se vůbec neoblíkám.*

Protikladem byla odpověď jiné informátorky, která mi sdělila, že se s tímto stylem ztotožňuje a plně jí vyhovuje. Tato odpověď, ale častá nebyla.

Vanessa: *(smích) Unisex? To je asi většina mého šatníku. (smích) Něco co můžou nosit chlapi i ženský, ale v dnešní době se to už hodně prolíná, že už se to fakt prolínulo několikrát. Třeba černý trička, ať už jsou do věčka nebo kulatej výstřih, černý svetry, šedý svetry.*

V pojmu unisexová móda se informátorky částečně ztrácely, neboť nedovedly přesně definovat, jaké oblečení je v ženském šatníku ještě ženské, samozřejmě kromě šatů a sukní, a jakému už přísluší pojem unisex. Uvědomují si vytrácející se rozdíl mezi pánským a dámským šatníkem, ale neví, jak se k němu postavit. Je zcela běžné, aby ženy nosily kalhoty, tenisky, saka, pánské klobouky. Muži zase těsné kalhoty, trička s květinovými vzory a náušnice, ale většině mých informátorek se toto mužské přejímání ženského šatníku nelíbí.

Informátorky mě tak utvrdily v pravdivosti citace Lipovetskyho, kterou jsem uvedla v úvodu této kapitoly.

4.3.3 Problém se sportovní módou

Téměř všechny mé informátorky jsou sportovně založené, přesto jsem u dvou z nich zaznamenala, že mají problém se sportovní módou. Jsou přesvědčené, že sportovní oblečení má být určeno pouze pro sport a ne na denní nošení.

Jedna informátorka dokonce uvedla, že se už několik let chystá jet na hory, ale nemůže najít odpovídající oblečení, které by podtrhovalo její ženskost, vypadalo by hezky a necítila by se v něm jako muž.

Linda: *Já dobře, já když mám jít někam třeba do lesa (smích), ne že bych neměla ráda procházky, to jo, to je super, ale to oblečení mi trošku vadí, že to není ženský. Fakt kapsáče bych si na sebe nevzala, cítím se pak jako kluk. I kdybych měla dlouhý vlasy a byla bych namalovaná. Tak s tím mám obrovskéj problém. Každý rok řeším, že pojedou na hory a nemám žádný kalhoty. A v legínách tam rozhodně lézt nebudu, když přes to nebudu moct mít šaty, to je blbost a nemůžu ani si vzít džíny, to je nepohodlný. Vždycky si chci koupit nějaký ty kalhoty, ale nemůžu sehnat nějaký slušivý, nemůžu sehnat jediný, ve kterých bych si nepřipadala jako chlap a už to řeším asi 4 roky.*

Další informátorka mi zase sdělila, že má problém s nošením batohů.

Nikola: *Třeba bych si nikdy nevzala na sebe batoh, ten sportovní. Koženej jo, do školy. Ale batoh jinak ne.*

Na problém nošení sportovního oblečení mimo sport jsem se dostala spíše náhodou, samy tyto informátorky na něj poukázaly. Ostatní se ve svých rozhovorech o sportovní módě nezmínily, ani já jsem otázky v tomto směru nekladla, takže nedovedu posoudit, zda jsou tyto názory pouze ojedinělé nebo zda se s nimi ostatní ztotožňují.

4.4 Oblékání a okolí

„Náš vzhled je náš posel - je to veřejné prohlášení. Některá přestrojení jsou úzce spojena s našimi nejnítěrnějšími obavami a v takových případech funguje oblečení jako štít, který kryje a chrání.“

Gianni Versace

4.4.1 Oblečení jako prostředek komunikace

Zajímalo mě, jestli informátorky chtějí svým zevněškem ukázat své nitro. Jestli oblečením dávají ostatním informaci, jak je mají chápat a jaké jsou. Na otázku, zda oblečení slouží jako prostředek komunikace, jsem pouze u dvou odpovědí zaznamenala, že informátorky chtějí svým oblékáním ukázat okolí, jak je má vnímat. Snaží se, aby jejich oděv působil jako komunikátor. Podle Allholffa oblečení vysílá množství odlišných zpráv o nás. Od osobního stylu, preferencí, nálady, estetického citění, až po morální zásady, sexualitu atd. (Allhoff 2011:6).

Laura: *Chci vypadat spořádaně, chytře, upraveně, hezky, že nemám úplně laciný oblečení, třeba trochu na úrovni, ale občas mám náladu, že si vezmu hipsterský oblečení a cítím se fajn a aby mě tak viděli. Prostě záleží na tom, kam jdu, do kavárny chci zapadnout, obleču si to, protože se tak chci cítit...*

Ostatní informátorky si neuvědomovaly, že by jejich oblečení mohlo vystupovat jako komunikační prostředek. Ale pokud se hlouběji zamyslely, připustily, že vlastně ano, prostřednictvím svého oblečení ostatním něco sdělují. Tuto komunikaci oblečením si uvědomují především, pokud zvolí vyloženě ženské oblečení. Obléknou si šaty a chtějí, aby je okolí vnímalo jako ženy, chtějí působit sexy.

Katka: *Hm, asi ne (smích). Ani nevím, jak bych to jako udělala. Nad tím vůbec neuvažuju. Jen si to oblékám, protože se mi to líbí a cejtím se v tom pohodlně. Ale to je jako s tou náladou. Stane se, že si chci vzít sukni a vezmu si třeba tričko bez zad, že chci ukazovat*

záda. Ale není to úplně pravidlo, to se spíš stává výjimečně, že bych chtěla ukázat skrz to oblečení něco ze sebe, ze svého nitra. Tak to spíš jako míň.

S Katkou jsem nakonec dospěla i ke známé pravdě, že „šaty dělají člověka“, takže souhlasila, že k oblečení lze přistupovat jako ke komunikačnímu prostředku.

Katka: *Asi tím oblečením neumím moc komunikovat, určitě oblečení vyjadřuje hodně o tom člověku, ale já si to neuvědomuju, že bych tím vyjádřila něco hlubšího. Ale určitě si myslím, že když člověk vidí člověka napoprvé, tak první co o něm vypovídá je vzhled.*

4.4.2 Oblékání se pro sebe

Podle Lipovetského se v současné době oblékáme především sami kvůli sobě, podle svých vlastních zálib, a ne kvůli jednotné neporušitelné normě (Lipovetsky 2002:235).

Chtěla jsem zjistit, zda mé informátorky s tímto výrokem souhlasí, anebo se oblékají pro okolí, aby je přijalo a nevybočovaly. Nesoulad v jejich odpovědích mě velice překvapil.

Nikola: *Pro sebe hlavně, není mi úplně ale jedno, jak mě okolí bude vnímat. Chci, aby mě vnímali prostě, (pauza), aby mě brali vážně.*

Jednoznačnou odpověď jsem získala pouze na oblékání se do práce. Shodně mi sdělily, že do práce volí oblečení, ve kterém je ostatní přijmou.

Karolína: *Určitě pro své okolí, když je to do práce, to určitě není pro mě. To bych šla v teplákách (smích).*

V této části výzkumu jsem na základě získaných odpovědí dospěla k závěru, že se informátorky snaží oblékat pro sebe a jsou o tom i přesvědčené, ale stále cítí tlak okolí. Při výběru oblečení volí takové, ve kterém je ostatní budou vnímat pozitivně a nebudou

vzbuzovat přílišnou pozornost. Současně si uvědomují, že pokud se ony v něčem cítí dobře, i okolí je takto vnímá.

Ojedinelou odpověď jsem získala od Karolíny, u které dochází k vývoji z oblékání se pro okolí na oblékání se pro sebe.

Karolína: *Ve svém volném čase to záleží...Občas si řeknu: Ježíš co budou říkat ostatní, když si něco vezmu a občas je mi to zase úplně jedno. To záleží na situaci, ale připadá mi, že čím jsem starší, tak se spíš oblíkám pro sebe, že mi je to jedno, teda do té práce ne. Tam mi to jedno není. Až teď pro mě hraje roli pohodlí, předtím mi vážně záleželo na tom, co řekne okolí, abych se třeba víc líbila.*

4.4.3 Tlak na oblékání podle posledních módních trendů

Dalším tlakem, který na informatorky působí je „oblékání se podle posledních módních trendů“. Přestože si toto omezení nepřipouštějí, podvědomě je pociťují. Vnímají reklamy na nové módní trendy, sledují, co ostatní v jejich okolí nosí a samy tomuto novému módnímu stylu někdy podlehnou, i když je zpočátku nezaujal.

Katka: *Myslím si, že ho necejtím přímo, ale ono to funguje takovým stylem, to jsem cítila na sobě, že člověku se to třeba nelíbí, ale že čím víc lidí to nosí, tak se mi to pak začne líbit. Takže není to přímo, ale nakonec k tomu člověk dojde.*

Také se shodly, že minimálně okrajově se o módu zajímají a vědí, co se asi nosí a co je úplně „out“. Všechny také souhlasily, že by si nikdy nevzaly na sebe to, co by se jim nelíbilo, i kdyby to bylo v módě.

Zajímavou odpověď mi podala Laura, která cítí tlak na oblékání se podle posledních módních trendů, ráda by se oblékala stejně jako ostatní, ale nakonec si uvědomí, že se jí tento styl nelíbí a proto jej nezvolí.

Laura: *Hm,(přemýšlí) ani ne. Jako občas vidím hodně lidí v něčem stejném a řeknu si, že by bylo hrozně fajn to mít, ale pak si řeknu, že to přece nechci. Že to mají jen všichni*

ostatní. Tak proto bych to chtěla, ale já to doopravdy nechci. Takže si to nekoupím. Jsem schopná rozlišit, jestli se to líbí fakt mně nebo se to líbí okolí a většinou se to líbí jen tomu okolí a mně ne.

Na základě Lauřiny odpovědi se nedá jednoznačně říci, že by se informátorky nechaly stoprocentně ovlivňovat módními trendy. Pokud nový módní trend zvolí, tak musí být v souladu s jejich vkusem.

4.5 Manifestace ženskosti

V poslední části mého analytického výzkumu jsem se pokusila ozřejmit, čím informátorky manifestují svoji ženskost, jestli mají problém s nošením šatů, jak se v šatech cítí a jak je v nich vnímá okolí.

4.5.1 Pohodlnost versus ženskost

Z odpovědí informátorek vyplynulo, že pohodlné oblečení pro ně neznamena ženské oblečení. Pokud se chtějí cítit pohodlně, tak si oblečou tenisky, džíny a tričko.

Katka: *Jestli chci, aby to bylo pohodlný nebo jestli chci dobře vypadat.*

Uvedly, že v ženském oblečení se musí více hlídat, nemohou si dovolit to, co v teniskách a džínách. Mají strach, aby neukázaly něco, co nechtějí. Lze z toho vyvodit, že se v ženském oblečení necítí tak svobodně a vnímají ho omezujícím způsobem. Tato odpověď byla patrná u více informátorek, může souviset i s faktem, že všechny informátorky dříve šaty nenosily a pokud ano, tak jen při zvláštních příležitostech a nejsou na ně zvyklé. Staví pohodlnost proti ženskosti.

4.5.2 Šaty a sebevědomí

V průběhu rozhovorů jsem od informátorek zjistila, že se v Praze oblékají více žensky, tedy do šatů a sukni, ale jakmile jsem své otázky rozšířila na nošení výraznějšího prvku ženského oděvu, tedy na minisukně a výstřihy, překvapilo mě jejich nízké sebevědomí. Bylo patrné, že si nejsou jisty samy sebou a stydí se za svoji postavu a ženskost.

Karolína: *Ovlivňuje mě moje postava a taky velké výstřih, mně rozptyluje, že mi tam všichni koukají. Teda minisukni bych si ani normálně nevzala, jen na dovolený, protože tam mě nikdo nezná. (smích) Takže tam můžu ukázat svoje nohy (smích).*

Mnohé měly problém s výstřihy, uváděly, že do něj nemají „co dát“, i když opak je pravdou.

Zuzana: *A stejně tak si nevemu výstřihy, protože mi to vadí a moc se jako v tom necítím a navíc si myslím, že tam prostě do toho nemám co dát.*

I na nošení minisukni a krátkých šatů si málokterá z nich troufne. Jedna informátorka dokonce uvedla, že by ráda nosila šaty, ale vzhledem ke své postavě si myslí, že si je nemůže dovolit.

Lenka: *Taky jsem předtím vážila dost, měla jsem 68 kg, měla jsem fakt svaly, jsem posilovala a nelíbily se mi na mě tílka a sukně, a když jsem shodila, tak už to šlo (smích). Takže jsem si je pak už mohla víc dovolit.*

Zjistila jsem, že informátorky necítí svobodu v tom, co si vzít na sebe. Snaží se sice volit ženské oblečení, ale jejich sebevědomí je svazuje, mají pocit, že jejich tělesné proporce jim neumožňují nosit krátké šaty a minisukně, netroufnou si ani na nošení jednoho z největších atributů ženského oblékání a to hlubšího výstřihu, neboť jsou přesvědčené, že ve svém dekoltu nemají co ukázat. Vzhledem k tomu, že mé informátorky jsou mladé, hezké ženy, tak mě jejich nízké sebevědomí velice překvapilo.

4.5.3 Identita (ne)ztotožňující se s oblečením

Zjistila jsem, že ženská identita mých informátorek není podřízena šatům. Ve svých odpovědích mi totiž některé informátorky sdělily, že se jako ženy cítí v jakémkoliv oblečení i s absencí šatů.

Nikola: Myslím, že holka, která má tenisky tak vypadá stále jako žensky...

Jsou si neustále vědomy své ženskosti, a přestože někdy svým oděvem nevysílají okolí informaci o tom, že jsou ženy, přejí si, aby je ostatní i v těchto chvílích tak vnímali. Žádná z informátorek si nemyslí, že by vypadala nebo se cítila vyloženě jako muž, pokud zvolí kalhoty nebo jinou část mužského šatníku, neboť toto jejich „mužské oblečení“ je v jemnější ženské variantě – jiný vzor, barvy. Stále se cítí žensky a domnívají se, že i okolí na ně tak nahlíží.

Katka: Ale nosím jak pohodlný kalhoty, tak i sukni a šaty, ale nemyslím si, že je to víc mužský. Nenosím ty vytahány věci, nebo vysloveně košile. Když košile tak vysloveně zase dámský...Třeba tepláky nosím volný, ale vždycky si myslím, že i v tomhle oblečení jde vidět, že jsem žena.

Odpověď na soulad ženské identity s ženským oblečením jsem získala pouze od jedné informátorky. Sdělila mi, že má problém s nošením kalhot, jednak kvůli nepohodlí, ale také kvůli tomu, že si v kalhotách nepřipadá dostatečně žensky, obléká se raději do šatů a sukni.

Linda: Kromě toho, že mi to je nepohodlný, džíny konkrétně jsou mi fakt nepohodlný. Je to tvrdá látka, ty knoflíky tam a vždycky mi vadilo, že mám třeba ucouraný nohy, jakoby ty nohavice a necejtim se v tom ani žensky, připadá mi to spíše jako mužský oblečení. Připadám si v tom, když mám sukni, tak mi přijde, že jsem víc ženský, že mě to podtrhuje.

4.5.4 Šaty a pozornost okolí

Informátorky mi v průběhu rozhovorů sdělily, že pokud si obléknou vyloženě ženské oblečení, připadají si lépe, jemněji a vnímají i zájem okolí jinak. Tento názor sdílejí všechny informátorky, všimly si větší pozornosti opačného pohlaví, mají pocit, že jsou k nim muži galantnější, otevírají jim dveře, více je poslouchají. Jedna informátorka dokonce uvedla, že se v tomto stylu cítí lépe i mezi ženami, ale neuměla přesně vyjádřit, proč tomu tak je.

***Katka:** (dlouze přemýšlí) No, já vlastně nevím jak to říct, jak už jsem předtím řikala, že se cítím příjemně, že se na mě chlapi koukaj jinak. Tak si myslím, že to nejsou jenom chlapi, že si občas ty šaty vezmu i že se cejtím mezi holkama dobře, ne že by na mě nějak víc zíraly (smích), ale připadám si prostě dobře, připadám si, nevím, jak bych to řekla, ne že bych se do té skupiny víc hodila, to určitě ne, možná prostě jakoby jemněji a nevím jak jinak to říct....*

Další informátorka poznamenala, že se v ženském oblečení cítí jistější v jednání s ostatními lidmi. Takže v jejím případě jí ženské oblečení dodává sebevědomí.

***Laura:** A víc se mi třeba líbí jednat s lidma i třeba v práci, anebo i když jdu někam do obchodu. Líp se mi komunikuje s těma lidma, mám pocit, že to je moje identita a že výraznější, když mám na sobě to ženské oblečení.*

Informátorky celkem shodně vypověděly, že si pozornosti mužů užívají podle nálady, někdy jim vůbec nevadí a vychutnávají si ji, ale někdy je jim vyloženě nepříjemná.

***Klára:** Ale třeba když si vezmu krátký kraťasy, tak si všímám, že hlavně mužské pohlaví si toho všímá (smích). Takže si určitě všímám pohledů, nebo třeba když si namaluju pusku tak taky, ale nevadí mi ta pozornost. Teda jak u koho, když je to někdo hezkej, tak mě to i potěší, ale když to jsou třeba dělníci, tak to se vždycky začnu smát.*

Došla jsem k závěru, že všechny mé informátorky si uvědomují, jakou pozornost vyvolávají šaty.

4.5.5 Nutnost naučit se nosit šaty

Některé informátorky nebyly zvyklé nosit šaty, nejčastěji uváděly jako důvod to, že už od dětství jim je rodiče neoblékaly nebo se více pohybovaly v mužském prostředí a bylo tedy pro ně přirozenější upřednostňovat mužský styl šatníku, jako jsou džíny, tenisky a mikiny. Takže, jak doslovně uvedly, teď se musí naučit nosit šaty. Případá jim, že vzhledem ke svému věku, by se měly prezentovat v ženském oblečení.

***Karolína:** Až časem jsem se naučila oblíkat jako holka, odmalička jsem chodila v mikině a tričku. Takže si třeba koupím ty šaty a nenosím je, až časem se je naučím nosit. Asi že si na ně zvyknu a že nastane ten správný čas, že asi se mi naskytne ta nálada, nebo možná odvaha na to si je vzít.*

Informátorky také několikrát uvedly, že pokud se rozhodnou obléknout si šaty, musí se nad svým oblečením více zamyslet, než když si na sebe jenom „natáhnou“ tričko a kalhoty. Tento fakt mě zaujal, jelikož já sama vnímám šaty jako jednoduchou část oblečení, nad kterou se nemusí tolik přemýšlet.

***Jana:** Když bych měla špatnou náladu, tak si šaty nevemu, bych si spíš vzala právě kalhoty a tenisky, protože nad tím nemusím tolik přemýšlet. Vemu si kalhoty, tenisky, tričko a jdu...*

4.5.6 Ženskost prostřednictvím doplňků

Ženskost se dá znázorňovat mnoha způsoby, jedním, jak uvedly moje informátorky, je nošení doplňků. Toto téma samy zmínily. Většina mých informátorek nošením doplňků podtrhuje svoji ženskost, přidává k tomu i líčení a nošení dlouhých vlasů. Některé mají dokonce pocit, že by se v krátkých vlasech cítily méně žensky.

***Karolína:** Teda mám hrozně ráda náušnice a tak. Prostě mám ráda šperky a to bych hodnotila, že je to vážně ženský. Protože když má kluk náušnice, tak už mi to připadá takový ženský. Teda řetízek je na nich v pohodě. Myslím, že u mě se ženskost zobrazuje skrz ty*

šperky. Jako to ženský oblečení jako jsou šaty, sukně, podpatky, tak to neodsuzuju, to se mi moc na ženských líbí. Už je jen otázka jak často to nosím. U mě se to nezobrazuje úplně na oblečení...

***Nikola:** Volím třeba i ke kalhotům podpatky a to líčení a hlavně kabelky jsou pro mě znakem ženství, ty mám moc ráda a ráda je obměňuju a nakupuju je... Myslim si, že v mém oblékání je ženskost hlavní. Ráda ji podtrhuju i doplňkama, náušnice nosim, občas náhrdelníky a v létě náramky.*

Z těchto zjištěných skutečností je zřejmé, že ne pro všechny ženy jsou šaty a sukně atributy ženství. Ženy mohou svou ženskost vyjadřovat i jiným způsobem.

5. ZÁVĚR

Záměrem mé výzkumné práce bylo zjistit, jakou roli hraje feminita v oblékání žen. V úvodu jsem uvedla, že mám pocit vytrácení se ženskosti z oblékání. Analýzou získaných informací jsem ale zjistila, že na tento fenomén nelze pohlížet tak jednoznačně. Nyní se pokusím shrnout, k jakým poznatkům jsem dospěla.

Ženy, které nenosí vyloženě ženské oblečení, se nesnaží potlačit svou identitu, neboť si jí jsou neustále vědomy a vyžadují od svého okolí, aby na ně bylo stále jako na ženy nahlíženo. Svou ženskost nevnímají pouze prostřednictvím oblečení, spojují ji i s ženskými doplňky jako jsou šperky, kabelky, ale také s líčením a dlouhými vlasy.

Ženské oblečení, tedy šaty a sukně, by mnou oslovené ženy rády nosily, ale většina z nich se cítí omezena svými tělesnými proporcemi. Jsou k sobě příliš kritické, hledají nedostatky tam, kde nejsou a proto raději než po šatech a sukních sáhnou po kalhotách, protože mají pocit, že v nich na sebe tolik neupozorňují a neodkryjí to, o čem se domnívají, že by mělo zůstat skryté. I přes toto zjištění mi ale většina oslovených žen sdělila, že se v ženském oblečení cítí lépe. Ženy neřeší výběrem oblečení svou ženskost, protože si myslí, že oblečení ženskost nevytváří.

Ačkoliv si ženy uvědomují, že se dá prostřednictvím módy komunikovat, svým zevnějškem a oblékáním sdělit okolí „informace“ o sobě a pohrát si s tím, jak je mají ostatní chápat a nahlížet na ně, pouze málokterá z informátorek tak činí záměrně.

Ze získaných odpovědí je ale patrné, že ke komunikaci prostřednictvím módy dochází u všech informátorek, ale u některých pouze podvědomě.

Na otázku, zda se ženy oblékají pro sebe nebo pro své okolí mi všechny odpověděly, že pro sebe. Při hlubším zkoumání jsem ale zjistila, že se ženy cítí ve výběru oblečení nesvobodné, neboť neustále vnímají tlak svého okolí na oblékání, přemýšlejí o vhodnosti zvoleného oděvu, většina z nich chce spíše splynout s ostatními, necítí se na to nějakým způsobem vybočovat.

Názor na nošení dress codu na pracovišti měly mé informátorky téměř shodný. Běžně používaný dress code ženám nevadí, pokud se nemusí striktně dodržovat a mohou si jej částečně přizpůsobit ke své identitě. Omezení by cítily, pokud by byl pevně daný a na pracovišti by se vyžadovalo jeho dodržování.

Odpovědi na unisexovou módu byly různé. Všechny oslovené ženy tento pojem znají, některé se tímto stylem i oblékají, ale jiné se domnívají, že by se ženy takto oblékat neměly, protože nošením unisexové módy ztrácejí svoji ženskost.

Přestože mou práci nelze generalizovat, neboť jsem oslovila pouze malý homogenní vzorek žen, domnívám se, že je přínosná, protože vypovídá o dnešních mladých ženách a pomáhá hlouběji nahlédnout na oblast feminity nejen v oblékání. Dospěla jsem totiž k zajímavému poznatku, že feminita je v ženách přítomna neustále, i když ji ženy někdy svým oblékáním navenek zastírají, nikdy ji však nepotlačují.

Závěrem lze říci, že se všechny mé informátorky zajímají o módu, není jim lhostejné, jak chodí oblékané, snaží se svým oblékáním o vyjádření sebe sama, ale ne vždy tak činí, protože se cítí svázané nejrůznějšími okolnostmi a vlivy. Myslím, že by bylo zajímavé oslovit tyto mé informátorky za několik let a sledovat, jak se postupem času jejich názory změnily. Na základě odpovědi jedné z nich se totiž domnívám, že by se začaly cítit více svobodně a nepřipouštěly by si tolik tlak svého okolí. A právě toto by se mohlo stát tématem na další bakalářskou nebo diplomovou práci.

6. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ADELMAN, M., 2008-09-01. *Reviews: Gender Matters. International Sociology*. vol. 23, issue 5, s. 735-739. DOI: 10.1177/02685809080230050611. Dostupné z: <http://iss.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/02685809080230050611>

ARNOLD, R., 2001. *Fashion, desire, and anxiety: image and morality in the twentieth century*. London: I.B. Tauris. ISBN 18-606-4555-0. [cit. 2014-05-05]. Dostupné z <http://bookzz.org/book/1447847/ddfa40>

BARKER, Ch., 2006. *Slovník kulturních studií*. Vyd. 1. Překlad Irena Reifová, Kateřina Gillárová, Michal Pospíšil. Praha: Portál, 206 s. ISBN 80-736-7099-2.

BARNARD, M., 2002 *Fashion as communication*. Repr. d. 2. ed.. London [u.a.]: Routledge, ISBN 04-152-6017-5.

BEAUVOIR, S., 1968. *Druhé pohlavie*. 2.zväzok. Bratislava: Obzor, 475 s.

BOČÁK, M – RUSNÁK, J., 2010. *Gender v elektronických médiách*. In: Rusnák, Juraj a kol.: *Texty elektronických médií: Stručný výkladový slovník*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, s.71 – 73. Dostupné z: <http://michalbocak.weebly.com/gender.html>

CALEFATO, P., 1997-02-01. *Fashion and Worldliness: Language and Imagery of the Clothed Body*. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body* [online]. vol. 1, issue 1, s. 69-90 [cit. 2014-05-16]. DOI: 10.2752/136270497779754534. Dostupné z: <http://openurl.ingenta.com/content/xref?genre=article>

CRAIK, J., 1993. *The face of fashion cultural studies in fashion* [online]. London: Routledge,[cit.2014-05-09].ISBN0203409426.Dostupné z:<http://bookzz.org/book/2083534/43df9d>

CRANE, D., 2000 *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*. Chicago: University of Chicago Press. ISBN 02-261-1799-5.

DAVIS, F., 1992. *Fashion, culture, and identity*. [4.] paperback ed. Chicago, Ill. [u.a.]: Univ. of Chicago Press. ISBN 978-022-6138-091.

DISMAN, M., 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum

ENTWISTLE J.,2015. *The fashioned body:fashion, dress and modern social theory*.Malden,MA 02148, ISBN: 978-0-7456-4938-2

ENTWISTLE, J., 2000. *The fashioned body: fashion, dress, and modern social theory*. Malden, MA: Blackwell, ISBN 07-456-2007-8.

- FAFEJTA, M. 2004. *Úvod do sociologie pohlaví a sexuality*. Věrovany: Nakladatelství Jan Piszkiwicz
- FISCHER MIRKIN, T., 1996. *Tajná řeč módy. Co říkáme svým oblečením*. Praha: NLN, ISBN 80-7106-136-0
- FRASER K., 1981. *The Fashionable Mind*. New York:Knopf.
- GARBER, M., 1992. *Vested Interests : Cross dressing and cultural anxiety*. Harmandsworth: Penguin
- HENDL, J., 2005. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- KAWAMURA, Y., 2005. *Fashion-ology: an introduction to fashion studies*. New York: Berg., x, 124 p. ISBN 18-597-3814-1.
- KICZKOVÁ, Z., SZAPUOVÁ, M., 2011. *Rodové štúdia v umení a kultúre: Súčasné diskusie, problémy a perspektívy*. Vyd. 1. Editor Jana Oravcová, Monika Mitášová.
- KOLEKTIV AUTORŮ, 1995. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia.
- LIPOVETSKY, G., 2002. *Říše pomíjivosti. Móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha:Prostor, 2002, ISBN 80-7260-063-X
- LIPOVETSKY, G., 2010. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. V českém jazyce vyd. 2. Překlad Martin Pokorný. Praha: Prostor. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-229-2.
- LURIE, A., 1983c1981. *The language of clothes*. 1st Vintage Books ed. New York: Vintage Books. x, 272 p., [8] p. of plates. ISBN 03-947-1713-9.
- MÁCHALOVÁ, J., 2003. *Dějiny odívání. Móda 20. století*. Praha: NLN, ISBN 80-7106-587-0
- MÁCHALOVÁ, J., 2012, *Budiž móda: Průvodce dějinami módy 20. století*. Praha: Nakladatelství BRÁNA
- MCROBBIE, A., 2006. *Aktuální témata kulturních studií*. Vyd. 1. Překlad Denisa Šmejkalová. Praha: Portál. 236 s. ISBN 80-736-7156-5.
- RENZETTI, Claire M., 2003. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum
- SIMMEL, G., 1997. *Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*. Praha: SLON, ISBN 80-85850-50-8
- SKARLANTOVÁ, J., 2007. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta. ISBN 978-80-7290-330-
- VEBLEN, T., 1999. *Teorie zahálčivé třídy*, Praha: SLON. ISBN 80-85850-71-0
- WILSON, E., 1985. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: Virago

WOODHOUSE, A., 1989. *Fantastic Women: Sex, Gender and Transvestism*. London: Macmillan.

7. PŘÍLOHY

Ke své bakalářské práci přikládám jako přílohu CD s přepisy deseti rozhovorů, které jsem provedla v únoru 2016 a seznam firem, které mi poskytly informace o svém dress codu a nevadilo jim jejich zveřejnění. Firmy jsem kvůli dress codu kontaktovala v říjnu 2015.