

Selektivna tradicija na primjeru interpolacije elemenata narodne nošnje u kolekcije suvremenih hrvatskih modnih dizajnera

Lidija Fištrek, mag.ing., predavač visoke škole
 Veleučilište Vern', Zagreb, e-mail: lidija.fistrek@vern.hr

Sažetak:

Tema ovog rada je istraživanje procesa selektivne tradicije na primjeru interpolacije elemenata narodne nošnje u kolekcije suvremenih hrvatskih modnih dizajnera. Neposredan razlog za odabir ove teme jest to što je područje obuhvaćeno predloženim istraživanjem izuzetno aktualno, a nedovoljno istraženo. U doba globalizacije, usprkos najavljenom ujednačavanju, potreba za isticanjem nacionalnog identiteta i očuvanjem kulturne baštine i dalje je prisutna. Kult razlika i novosti u hiperproizvodnji, a ujedno i koketiranje fluidnog odnosa spram površine tijela kao teritorija upisivanja znakova identiteta vrlo je očit u iskazivanju pripadnosti određenoj skupini pomoću odjeće. Odjeća može označavati, komunicirati, semiotički prisvajati i odnositi se na sustav predmeta koji obavijaju i prate tijelo, a da pri tome nema direktan utjecaj na modu kao promjenu, niti sustav luksuza i visokog obrta koji se obično s njome poistovjećuje. Analizom praksi hrvatskih suvremenih modnih dizajnera, posebice onih koje uključuju uporabu elemenata narodne nošnje, pokušati ću ukazati na to da se radi o kompleksnom i višeznačnom procesu koji treba sagledavati kao svojevrsan proces selektivne tradicije. Pri tom selektivnu tradiciju shvaćam na način kako ju je objasnio Raymond Williams, kao proces odabira iz kultura pojedinih razdoblja onih elemenata koji odgovaraju pojedinim interesima življene kulture (Williams, 1961:67).

Cilj ovoga istraživanja prikazao bi i odredio način i važnost procesa selektivne tradicije kod interpoliranja elemenata narodne nošnje u kolekcije hrvatskih modnih dizajnera.

Ključne riječi: selektivna tradicija, nošnja, identitet, tijelo i modna industrija

1. UVOD

U doba globalizacije, usprkos najavljenom ujednačavanju, potreba za isticanjem nacionalnog identiteta i očuvanjem kulturne baštine, i dalje je prisutna. Istraživanje *selektivne tradicije* na primjeru interpolacije elemenata *narodne nošnje* u kolekcije suvremenih hrvatskih modnih dizajnera pokazati će koje su okolnosti utjecale na potrebu za iskazivanjem nacionalnog identiteta u modnoj industriji te značaj promidžbe identiteta putem odjeće, posebice u funkciji kulturnog turizma. Neposredan razlog za odabir ove teme jest to što smatram da je područje što ga obuhvaća ovo istraživanje izuzetno aktualno. Ako nije riječ o modi, nego odijevanju, očito je da su učinci smisla važni i manje udaljeni od uobičajene konfiguracije semiotičkih objekata. Da odjeća može označavati, komunicirati, semiotički prisvajati, odnosi se na sustav predmeta koji obavijaju i prate tijelo, a ne na modu kao promjenu, niti sustav luksuza i visokog obrta koji se obično s njime poistovjećuje. Kult razlika i novosti u hiperproizvodnji, a ujedno i koketiranje fluidnog odnosa spram površine tijela kao teritorija upisivanja znakova identiteta vrlo je očit u iskazivanju pripadnosti određenoj etničkoj skupini u suvremeno doba, a do sada je neobrađen u okviru hrvatske znanosti. Analizom praksi hrvatskih suvremenih modnih dizajnera, posebice onih koje uključuju uporabu elemenata narodne nošnje, pokušati ću ukazati na to da se radi o kompleksnom i višeznačnom procesu koji treba sagledavati kao svojevrsan proces selektivne tradicije. Pri tom selektivnu tradiciju shvaćam na način kako ga je objasnio Raymond Williams, kao proces odabira iz kultura pojedinih razdoblja onih elemenata koji odgovaraju pojedinim interesima življene kulture (Williams 1961:67).

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA SELEKTIVNE TRADICIJE U KOLEKCIJAMA SUVREMENIH HRVATSKIH MODNIH DIZAJNERA

Interdisciplinarnim pristupom koristeći se prvenstveno kvalitativnom metodologijom (polustrukturirani intervjui, analiza studija slučaja, monografskom metodom promatranja, promatranje sa sudjelovanjem i metodom kritičke diskurzivne analize pristupila sam ovoj problematici. Kako bi se što cjelovitije obuhvatila tema i dobio dublji uvid u nju, osim klasične monografske metode promatranja (realiziranih modnih revija, izložbi i projekata ili onih u nastajanju) i neposrednog iskustva, iznijela sam stavove modnih dizajnera s

kojima sam razgovarala tijekom istraživanja. Navedenim metodama spoznala sam kako selektivna tradicija kroz neprestane procese odbacivanja i ograničavanja, omogućuje i nova prevrednovanja i tumačenja značenja. Strukturu osjećaja, taj središnji termin Williamsove teorije, moguće je na određeni način shvatiti kao kulturu nekog razdoblja.

Struktura osjećaja pokušaj je spajanja dvojstva kulture koja je istodobno i čvrsta i određena u smislu u kojem je to svaka „struktura“, ali i neodređena i neuhvatljiva jer se ne odnosi samo na materijalnu, objektivnu stvarnost nego i na življeno iskustvo, one najosjetljivije i najmanje opipljive sastavnice našeg djelovanja. Upravo je u tim primjerima zabilježene komunikacije sadržan stvarni osjećaj života, svojevrsno zajedništvo koje omogućuje prepoznatljivost. Sagledavanjem odjeće kao znaka ili simbola u procesu komunikacije, metoda *kritičke diskurzivne analize* (CDA) Ruth Wodak poslužit će mi kao analitičko sredstvo za bolje razumijevanje procesa koji se u toj komunikaciji odvijaju. Pristup istraživanoj temi je analitički, komparativan i sintetički, a okvir unutar kojeg je interpretirana i analizirana prikupljena građa temelji se na već ranije navedenim teorijskim pristupima koje predlažu navedni autori. Istraživanje se temelji na interdisciplinarnom pristupu temi, koji obuhvaća semiotičke interpretacije, analizu diskursa te teorijske postavke kulturalnih studija, kulturne antropologije, sociologije i teoriji mode.

3.PREGLED DOSADAŠNJIH ZNANSTVENIH SPOZNAJA I ISTRAŽIVANJA

S obzirom na to da je odijevanje kompleksna društvena činjenica, koja povezuje procese identifikacije i reprezentacije identiteta prema Drugima, za predloženo istraživanje važne su teorijske postavke Stuarta Halla prema kojima je identitet fluidan, dinamičan, promjenjiv i ovisan o kontekstu. S toga ističe da se procesi identifikacija neprestance rekonstruiraju, i kao takvi su podložni prevrtljivoj logici ponavljanja. Oni se neprestance trebaju postrojivati, konsolidirati, utvrđivati rogovima, boriti i u slučaju potrebe uzmaknuti (Hall 1993:105).

U teoriji suvremene mode odjevni predmet poprima sasvim novi identitet. Stvarno se tijelo preobražava kako odjećom tako i drugim oblicima protetičke ekstenzije tijela (proteze, plastična kirurgija) koje nazivamo ljudskim produžecima. Takvi produžeci dovode tijela do stanja „tekućeg tijela“. To je tijelo „bez određenih granica i identiteta, koje se stapa sa

izvanjkošću“ gdje više nema metafore za tijelo. Takvo tijelo je otvoreno za re-dizajn. U tekstu *Na rubovima mode i tijela*, Vladislavić govori o tijelu koje postaje „tijelo-medij“ i naziva ga cyber-tijelom koje ostvaruje identitet upravo zahvaljujući „unutarnjoj dijalektici ljudskog i umjetnog“ (Vladislavić 2006:104).

Vanni Codeluppi u studiji o *Tekućem tijelu* govori o procesu metamorfoze (engl. metamorphing) koji je metafora za velike preobrazbe kojima su određene moda i društveno viđenje tijela u naprednim industrijskim društvima devedesetih godina 20. stoljeća (Codeluppi 2006:116).

Nove granice tekućeg tijela događaju se s kolektivnim identitetima. Manipulirano, fragmentirano i deformirano tijelo se na određenoj točki može pobuniti, unutar sebe ostati vitalno i steći vlastitu volju bez ljudskog nadzora. To isto tijelo u simulaciji je „metastazirano tijelo“ prema Baudrillardu. U doba novih medija, simulirane zbilje, kako navodi Baudrillard, tijelo i dalje izaziva i trpi velike posljedice. Kao da tijela više ne pripadaju *nama*, već postaju samostalni aparati. Ona postaju druga tijela kojima više *mi* nismo potrebni za opstanak. Time tijela postaju podvojena kao i identitet koji ne samo da više nego ikada nije fiksiran, već pripada svima i svakome (Baudrillard, 2001).

S obzirom na to da tijelo gubi važnost, u ovom radu polazim od pretpostavke da je odjeća ta koja određuje vizualni identitet, bilo individualni ili kolektivni. Suvremeni antropološki pristupi odijevanju i odjeći polaze od pretpostavke da odjeća predstavlja najširu zamislivu kategoriju materijalne kulture koja pokriva prostornu domenu koja se proteže od kilometara ručno tvornički ili ručno proizvedene tkanine svake godine pa sve do najintimnijih ukrasa ljudskog tijela i vremensku domenu čiji najraniji trenuci sežu u razdoblje prije neolitika (Schneider 2006:203). J.a.Hamilton polazi od pretpostavke da je odijevanje, zajedno s još nekim oblicima ljudskog ponašanja upotreba jezika, oruđa i sposobnost simboliziranja jedna od osobina koje opisuju sva ljudska bića u vremenu i prostoru (Hamilton 1987:1).

Pregledom dosadašnjih istraživanja na temu nošnje i mode u Hrvatskoj, izdvojila bih Dunju Rihtman-Auguštin, prema kojoj nošnja i moda, iako naizgled dijametralno suprotne, dijele neke funkcije: praktičnu, obilježavanje socijalnog položaja, te donekle i estetsku, obrednu i blagdansku. No, nošnja je odijevanje u relativno stabilnoj društvenoj situaciji, pa obuhvaća segmente društva (etničke grupe, sela, regije), koji su jače izloženi vlastitim unutrašnjim

pritiscima nego onima globalnog društvenog i komunikacijskog sustava. Za razliku od toga, moda obuhvaća pojave vezane uz odijevanje koje imaju izvorište u općoj razini društva, u ekonomskim procesima (industrija, potrošnja), te kao norma nailazi na različite prijeme u mikroorganizmima društva i doživljava povratne utjecaje (Rihtman-Auguštin, 1976).

Milivoj Vodopija povezuje funkcionalistička istraživanja Bogatyreva sa strukturalnom antropologijom C. Levi-Straussa, te govori o nošnji kao o sustavu funkcija i poruka (Vodopija, 1976).

Aida Brenko, prihvaćajući razlikovanje nošnje i mode prema socijalnim grupama i njihovom odnosu spram globalne razine društva, zalaže se za istraživanje s kulturno-povijesnog stajališta koje se bavi podrijetlom, razvojem i utjecajima, ali i za funkcionalno-strukturalni pristup koji odjeću tretira kao predmet komunikacije. S toga transformacije tradicijske nošnje, koja prihvaća nove materijale i forme, dovodi u vezu s mijenama njenih funkcija (Brenko, 1994).

Vjera Bonifačić interdisciplinarnim je pristupom povezala proizvodnju i potrošnju tekstila s njegovim materijalnim i estetskim karakteristikama, ali i s politikom, ekonomijom, religijom i ideologijom. Ovakav pristup narodnoj nošnji proizašao je iz prihvaćanja teorije o folklorizmu i primjeni polisistemske teorije, koja shvaća kulturu kao dinamičan, funkcionalan i otvoren (poli)sustav (Bonifačić, 1997).

Karakterističan kulturno-povijesni pristup potpuno je dominirao do 70-ih godina dvadesetog stoljeća, kada se javljaju funkcionalistički i strukturalni pristupi.

Branka Vojnović-Trživuk u članku o teorijskim razmatranjima o narodnoj nošnji govori o kompleksnosti fenomena kojeg podrazumijevamo pod dojmom narodne nošnje. Kritički se odnosi spram nestručnog i jednodimenzionalnog prezentiranja narodne nošnje i predlaže nove etnološke radove koji će uvažavati prethodne, njihovom razradom i konstruktivnom kritikom (Vojnović-Traživuk, 2001).

4. IDENTITET I ETNO MODA

Devedesetih godina 20. stoljeća pojava *etno mode* na modnoj sceni uzrokovana je isključivo radi potrebe za nečim drugačijim, novim. Izvor kreativnosti modni dizajneri pronalazili su u zemljama izvan teritorija SAD-a i Zapadne Europe. Potreba za interpretacijom etno mode kao mogućeg globalnog stila postala je prisutna kod većine modnih dizajnera. Stvaranje nove

politike identiteta koja dekonstruira „folklorizam“ potiče potrebu za isticanjem identiteta etničkih manjina u multikulturalnim društvima. Postavlja se vrlo često pitanje postmodernog identiteta kao vrlo jedinstvenog i znakovitog momenta na povijesnoj ljestivici kako politike tako i mode. „Ali nikad kao u doba suvremene mode na Zapadu od pada Berlinskog zida 1989. godine nije bilo većeg izazova za pitanje postmodernog identiteta negoli što je to prekrivanje lica velom djevojaka i žena iz islamskog kruga zemalja u multikulturalnim društvima Europe“ (Paić, 2007:203). Potreba za isticanjem svoje vjerske i nacionalne pripadnosti doprinosi u isticanju različitosti i pojavi revivala i recikliranja nekih dijelova etničke odjeće. Koliko god modni dizajneri poput Karla Lagerfelda i drugih pokušavali stvoriti jedan jedinstven modni kod u smislu istog modnog nazivnika s fragmentima tradicije upisane u njega, izazivaju isto tako mnogo nerazumijevanja i negodovanja, kako političkog tako i vjerskog. Borba za različitosti, naglašavanjem nacionalnog, kulturološkog identiteta vrlo je čvrsta i prisutna diljem svijeta. Proces globalizacije doprinosi još više naglasku na jačanju identiteta i otporu modnoj asimilaciji. Globalizacija kao univerzalna ideologija novog svjetskog poretka predstavlja kulturu postmoderne kao potrošačku kulturu, kulturu stilova života i hibridno-transnacionalnu kulturu promjenjivih identiteta. Moda kao fenomen ima svoj zagaranirani opstanak u svjetskom sustavu potreba, koji sačinjava bit nove postmoderne kulture. Neokolonijalne postmoderne tvorevine koje čine zemlje Trećeg svijeta vode borbu za političko priznanje vlastitosti protiv dominacije Zapada (o kojem ovise ekonomski i kulturno) pomoću visoke tehnologije, medija, komunikacija i mode, za novi identitet.

„Ako je moda sloboda tijela u neprestanom iskazivanju vječne novosti u društvenom, kulturnome i životnome svijetu čovjeka, tada je zabrana prikazivanja tijela kao vizualnoga ikonoklazma mode korak do njezine druge simboličke smrti“ (Paić, 2007:205).

Kultura kao svrha identiteta u doba globalizacije postaje nova ideologija. Moć nove ideologije pokazuje se u svim područjima društvene zbilje koja uz religiju, ekologiju, sport, stilove života podrazumijeva i modu. Borba za vlastiti nacionalni ili individualni identitet postaje borba za obranu ugroženog identiteta. Obrat ideologije u doba globalizacije u 21. stoljeću djeluje kulturalno pod imenom sudara ili sukoba civilizacija (Paić 2007:205).

Postmoderna igra razlikovanja pojma kolektivnih identiteta pod geslom mode koja zagovara slobodu tijela i kult promjene, pokušava opravdati neotradicionalizam odijevanja kao posljednji znak identiteta. Upravo kada je riječ o vizualnom nacionalnom identitetu, primjećujemo kako je on inspirativan u osmišljavanju kolekcija modnih dizajnera. Takozvane egzotične zemlje ili etnička odjeća s područja Balkana, Afrike, Azije, poput pandemije širi se na modnim pistama 90-tih godina 20-tog stoljeća.

Možemo li govoriti o zasićenju u kreativnom izražavanju utjecajnih modnih dizajnera ili je riječ o nepresušnoj potrebi za modnom inovativnošću javnosti nepoznatim zemljama, koje rado nazivamo egzotikom?

Taj poriv u čovjeku koji se javlja kada ugledamo nešto sasvim drugačije od svakodnevnog i već konzumiranog doprinosi uvelike u potpuno nesvjesnom očuvanju identiteta „drugih“. Hiperkonzumerističko društvo kao društvo spektakla ima stalnu potrebu za inovacijama, hiperprodukcijom, konzumacijom i samim tim doprinosi očuvanju „kulta novoga“ na kojem počiva moda. O konzumerizmu i hiperprodukciji, te razlici između odijevanja

i ukrašavanja tijela i mode kao oznake za neprestanu promjenu svijeta života koja određuje razliku između tradicionalne kulture i modernosti govori i Žarko Paić (Paić 2007:263). Moda u 21. stoljeću postaje povijesno-epohalni projekt slobode čovjeka u okvirima liberalne demokracije, individualizma i kapitalističke društvene organizacije.

5. ISTRAŽIVANJE; STUDIJA SLUČAJA KORIŠTENJA ETNO MOTIVA U KOLEKCIJAMA HRVATSKIH MODNIH DIZAJNERA

Cilj ovoga istraživanja prikazati će način i važnost *selektivne tradicije* kod interpoliranja elemenata *narodne nošnje* u kolekcije hrvatskih modnih dizajnera. Način, selekcija i interpolacija dijelova narodne nošnje koje koriste hrvatski modni dizajneri u osmišljavanju svojih kolekcija izuzetno je zanimljiv i važan za ovo istraživanje. Utjecaj hrvatske tradicijske odjeće na modu vidjeti ćemo na primjerima projekta „Etno Art-Tradicijsko u suvremenom” PIRN-a iz Zagreba, dizajnerskog branda „Etna Maar“ i modnog dizajnera Igora Galaša. U ovim primjerima prikazati će načine integriranja etno motiva u suvremenu odjeću. Pristup kod navedenih dizajnera zasnovan je na inspiraciji hrvatskom tradicijskom baštinom (nošnje iz područja, Dubrovnika, Krka, Cresa, Prigorja i Slavonije). Integriranjem etno motiva u suvremenu odjeću i dekonstrukcijom narodne nošnje dolaze do funkcionalnog kostima pomoću kojeg jasno pokazuju etničku pripadnost. Zanimljiva je činjenica spoja tj. modne simbioze koja nastaje fuzijom tradicijske odjeće i modne tkzv. trendovske odjeće. Takav primjer možemo vidjeti u projektu „Etno Art-Tradicijsko u suvremenom“ gdje se koriste hrvatski etno motivi integrirani u suvremenu odjeću. Projekt motiva na suvremenoj odjeći uključuje tradicijske elemente u današnje modne tokove, svakodnevni život, kulturu stanovanja i uređenja prostora. Na nosivu suvremenu odjeću primjene tradicijskih aplicirani su motivi izrađeni različitim tradicijskim tekstilnim tehnikama (tkanjem, pletanjem, svilovezom, pečkim vezom, toledom, šlingerajem, kukičastom i paškom čipkom). Kao inspiracija poslužile su narodne nošnje i tradicijska baština različitih hrvatskih regija-zagrebačkog Prigorja, Slavonije, Baranje, otoka Paga i Cresa, Konavala, te austrijskoga Gradišća i mađarskog dijela Baranje. U svijetu je već zadnje desetljeće prisutan trend primjene tradicijskih elemenata prilikom izrade odjeće i raznih dekorativnih predmeta. Tradicija na taj način postaje dio svakodnevnice.

U nastojanju za održanjem i isticanjem nacionalnog identiteta u odjeću se integriraju Hrvatski tradicijski etno motivi, koji čine prepoznatljiv proizvod u smislu modnog odjevnog predmeta ili kadkad nacionalnog obilježja. Modna dizajnerica Andrijana Subotić Pjajčik i njen brand „Etna Maar“ vrlo su prepoznatljivi i vizualno autentični na modnim pistama diljem svijeta. Inspiraciju pronalazi u hrvatskim tradicijskim motivima širokog spektra. Vrlo često za nju i uporabni tekstil uz dijelove narodne nošnje predstavljaju inspiraciju i određeni izazov pri osmišljavanju novih krojeva inspiriranih tradicijskom kulturnom baštinom.

Volumen i način tkanja tradicijskog tekstila prisutni su i kod modnog dizajnera Igora Galaša. Metodom selektivne tradicije pri izboru etno motiva kod izrade kolekcija nosive odjeće oba dizajnera nameću se već vrlo zasićenom modnom tržištu. Prepoznatljivi motivi sa narodnih nošnji iz područja Slavonije sada postaju sastavni dio svakodnevnice.

U 21. stoljeću slobodno možemo govoriti o potrebi isticanja, sada ne više tako bitnog pripadanja nekoj vizualno određenoj subkulturi ili direktno politički usmjerenoj reakciji, već potrebi u doba globalizacije za isticanjem nacionalnog identiteta i očuvanjem kulturne baštine i tradicije. Upravo kada je riječ o vizualnom nacionalnom identitetu, primjećujemo kako je on inspirativan u osmišljavanju kolekcija modnih dizajnera.

Odjevni kod tzv. „Istok-Zapad“ karakterističan je za regiju u kojoj živimo, a koji je u povijesti umjetnosti i geografski definiran kao Balkan. Utjecaj tijekom povijesti Osmanlijskog carstva i Habzburške dinastije upravo doprinosi sličnosti vizualnog identiteta etničke odjeće ovih prostora. Modni odjevni predmet tretira se kao vizualni kod vremena i prostora. Odjeća predstavlja vizualno komuniciranje tijela. Možemo li govoriti o kreativnom stvaralaštvu utjecajnih modnih dizajera ili je riječ o nepresušnoj potrebi za modnom inovativnošću javnosti nepoznatim zemljama?

Taj poriv u čovjeku koji se javlja kada ugledamo nešto sasvim drugačije od svakodnevnog i već konzumiranog doprinosi uvelike u potpuno nesvjesnom kreativnom stvaralaštvu i očuvanju identiteta. Etno motivi, redizajn i dekonstrukcija narodnih nošnji u simbiozi sa modnom odjećom i tkaninom vrlo su prisutni u svakodnevnici. Kombinacija etničke odjeće sa traper hlačama ili mini suknjom, jedan je od vrlo čestih primjera koje možemo susresti na ulicama svjetskih metropola. Takva vrsta identiteta može slobodno pripadati uličnoj modi. Razlika između odijevanja i ukrašavanja tijela i mode kao oznake za neprestanu promjenu stila života određuje razliku između tradicionalne kulture i modernosti. S toga je moda povijesno-epohalni projekt slobode čovjeka u okvirima liberalne demokracije, individualizma i kapitalističke društvene organizacije (Paić 2007: 263).

6. KULTURNI TURIZAM I KULTURNA BAŠTINA

Turizam vezan uz kulturu i kulturnu baštinu omogućuje opisivanje prošlosti i sadašnjosti. Pojam kulturne baštine vezan je uz pojam kulturnog turizma kao jedan od njegovih najsnažnijih resursa. Prema Rihtman-Auguštin, *pojam kulture ne podrazumijeva samo tzv. narodnu, tradicijsku kulturu, niti kulturu shvaćenu kao umjetnost i obrazovanje, nego kompleksnu cjelinu vrijednosnih obrazaca i normi koji utječu na ponašanje, kao i sve ono što je čovjekovim ponašanjem stvoreno. Tako je koncipirana kultura predmet etnologije, odnosno kulturne antropologije* (Rihtman-Auguštin 1970:11).

Svjedoci smo sve većega privrednog značaja turizma u većini europskih i velikom broju svjetskih zemalja. Turizam ne samo da donosi zaradu već je za neke zemlje generator zapošljavanja i značajan izvozni proizvod. Zbog društveno-ekonomskih i tehničko-tehnoloških promjena u društvu turizam se počeo transformirati iz „tvrdog“ (hard) u „meki“ (soft) humaniji oblik koji je više okrenut pojedincu. Turistički tržišni interes usmjerava se na kulturne resurse. Najveći značaj kulturnog turizma očituje se u promjeni načina privređivanja u kulturi kao sektoru koja je ovisila o državnom proračunu bez vlastitih prihoda.

Promjena u načinu privređivanja u kulturi i koncepta iz pasivnoga kulturnog resursa u aktivan omogućuje aktivno sudjelovanje na konkurentnom tržištu, mijenja način, strukturnu organizaciju rada, uvodi aktivniju promidžbu i kreira nove kulturne proizvode. U skladu s promjenom tržišnih interesa kultura i kulturni turizam dobivaju sve veću ulogu. Kulturni turizam kao pojam uključuje mnoge aspekte života i vidove ljudskih djelatnosti koje se ne odnose samo na materijalne, odnosno izgrađene oblike kulture, već uključuje i način života receptivne zajednice. Moda je u svojoj konzervativnosti fluidni pokazatelj tendencija. Veliki ekonomski i društveni razvoj, osamdesetih godina, omogućio je narcisoidno poimanje tijela, koje je postalo njegovom osovinom. Tijelo danas sve teže podnosi uklapanje u strogu krletku narcisoističkog modela i nastoji slobodno proteći prema van, te se raspršiti. To znači da moda više ne može računati s čvrstom i trajnom jezgrom kakvu predstavlja narcisoidno tijelo, jedino još može računati s razmjenama spolnih identiteta, kao što potvrđuje sve veća androginizacija društvenog života. O modi se danas više ne može govoriti da je površna, frivolna i varljiva, ona danas igra važnu ulogu, ne samo kao ukras tijela nego i kao ono što oblikuje moderno, refleksivno sebstvo. Želja za neograničenošću prostorom i vremenom osnovna je odrednica i same suvremene mode, koja počiva na kultu novoga. Karakterističnost osamdesetih i devedesetih godina 20 stoljeća bazira se u analiziranju tj. ispitivanju tijela, njegovih granica, sputavanju, potom oslobađanju, provociranju, ispitivanjem forme, erotičnosti, pitanjem identiteta, seksualnosti i gender-podjela na rodno-spolno. Možemo zaključiti da je pitanje tijela i njegova prezentacija u prostoru osnovna odrednica načina prikaza na modnim revijama krajem 20 stoljeća. Upravo takav prikaz tradicijske odjeće pomoću modnih revija i izložbi postaje reprezentacijska slika identiteta u svrhu kulturno-turističkog proizvoda vrlo je prisutan u doba globalizacije.

Potreba za isticanjem nacionalnog identiteta u 21. stoljeću postaje sve prisutnija kako na modnoj tako i na političkoj sceni. Osmišljavanje odjevnog proizvoda koji prezentira određenu naciju kroz tradicijsku kulturnu baštinu u svrhu promocije identiteta određene nacije bitna je odrednica kulturnog turizma.

7. ZAKLJUČAK

Utjecaj procesa selektivne tradicije pri iskazivanju i očuvanju nacionalnog identiteta u doba globalizacije i konzumerizma vrlo je snažan. Moda u službi identiteta se još uvijek pokušava shvatiti poput nekog neodređenog pojma društvene diferencijacije ili znaka novog kulturnog identiteta. U nezapadnjačkim svjetskim kulturama, moda se kao globalna svjetska kultura prilagođava kulturnim razlikama u svijetu, dijalogu kultura i interkulturalnim procesima prožimanja identiteta u multikulturalnim društvima. Izlazak tijela iz okvira društveno-kulturnog odijela ili mode koji tijelu određuje formu, možemo proglasiti najznačajnijim događajem novog doba. Nastaju hibridi koji su produkt upravo multikulturalne raskorijenjenosti. U doba univerzalizma globalizacije i kulturnih razlika kao ideologije s kojom ulazimo u politiku zapadnih liberalnih demokracija, kultura preuzima pod svoje okrilje ono što je preostalo od nacije - identitet. Politika identiteta započinje s našim tijelom, pomoću kojeg identiteti u bitci za kulturne kodove kao temeljem ponašanja i novih institucija, uspijevaju zadobiti moć u određenim područjima društvene strukture. Identiteti se opiru uništenju povezujući na poseban način prirodu, povijest, zemljopis i kulturu.

POPIS LITERATURE

- Baudrillard, J. (2001). *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Jesenski i Turk
- Bauman, Z.(2009). *Identitet*. Zagreb: Pelago
- Brenko, A.(1994). *O modi i narodnoj nošnji*. U: *Zagrebačke uspomene etnografske slike grada*. Katalog izložbe. Zagreb: Etnografski muzej Zagreb, 21-34.
- Bonifačić, V. (1997). *O polisistemske teoriji, folklorizmu i suvremenim pristupima istraživanju tekstila*. Narodna umjetnost, 34/2: 137-151.
- Castells, M. (2002). *Moć identiteta*. Zagreb: Golden marketing
- Codeluppi, V. (2006) .*Tekuće tijelo*.U: *Tvrđa, Časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti*. Zagreb: Hrvatsko društvo pisaca, 119-122.
- Evans, C .(2003). *Fashion at the Edge*, Yale University Press, New Haven, London
- Fištrek, L. (2012). *Moda u službi identiteta - Tradicijsko u suvremenome*, u: Muhoberac, Mira: “Međunarodni znanstveni interdisciplinarni simpozij: *Hrvatska folklorna i etnografska baština u svjetlu dubrovačke, svjetske i turističke javnosti*”, FEB 2012 Zbornik radova, Folklorni ansambl Linđo, Dubrovnik, 401-411.
- Hall, S. (2001). „*Kome treba identitet?*“ Prijevod: Sandra Veljković. Zagreb: *Časopis za književnost i kulturu i društvena pitanja*
- Hamilton, J. A. (1987). *Dress as a Cultural Sub-system*. A Unifying Matatheory for Clothing and Textiles, *Clothing and Textiles Research Journal*, 6,..1-7
- Hebdige, D.1979.*Subculture: The Meaning of Style*.London – New York: Routledge
- Paić,Ž.(2007). *Vrtoglavica u modi*.Zagreb: Altagama
- Paić,Ž. (2007). *Traume razlika*. Zagreb: Meandar
- Paić,Ž. (2005). *Politika identiteta*.Zagreb: Antibarbarus
- Polhemus, T .(2004). *Hot Bodies, Cool Styles: New Techniques in Self-Adornment*. London: Thames & Hudson
- Rihtman-Auguštin, D. (1988). *Narodna nošnja i moda*.U: *Etnologija naše svakodnevice*. Zagreb: Školska knjiga, 107-115
- Schneider,J.(2006). *Cloth and Clothing*.*Handbook of Material Culture*,ed.Tilley, Chris,Keane, Web; Kuchler, Sussane, Rowlands, Mike, Spyer, Patricia, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, 203-220
- Vujnović-Trživuk,B.(2001). *Teorijska razmatranja o narodnoj nošnji*. *Etnologica Dalmatica*. Split 81-87
- Vladislavić, A.T.(2006). *Na rubovima mode i tijela*. U: *Tvrđa, Časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti*.Zagreb: Hrvatsko društvo pisaca, 130-106
- Williams, R.(1961). *Analysis of Culture. The Long Revolution*. Harmondsworth: Penguin, 57-88
- Wodak, R.(2006). *Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis, Handbook of Pragmatics, 10*, Ostman,Jan-Ola, Verschueren,Jef; Versluys, Eline(ur.) Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 1-24