

## Dešifriranje mode: Kulturne vrijednosti i teorijska tumačenja

**Duje Kodžoman\***

Sveučilište u Zagrebu Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, Hrvatska

\*Dopisni autor: [duje.kodzoman@tff.unizg.hr](mailto:duje.kodzoman@tff.unizg.hr)

Pristiglo 9. prosinca 2023.

UDK 687.001

### Pregled

*Moda nije samo privlačan i značajan dio kulture, već i kompleksan odraz kulturnih vrijednosti, teorijskih tumačenja i ideja. Razumijevanje značenja odjeće ključno je jer moda odražava društvene odnose, kulturne vrijednosti i identitet zajednice odnosno društva. Ovaj pregledni rad prikazuje neke od najvažnijih teorijskih tumačenja korištenih za objašnjavanje fenomena mode. Analiza je podijeljena u dva tematska dijela: a) jezikoslovna distinkcija između mode i odjeće; te b) teorijski pristupi i interpretacije mode, koji obuhvaćaju marksizam i postmarksizam, strukturalizam i poststrukturalizam, semiotiku, britansku školu kulturalnih studija, ontologiju, antropološke i sociološke pristupe, nove vizualno-teorijske discipline te teorije prodiranja mode (trickle-down, trickle-up i trickle-across). Ovaj pregled literature ističe ključne reinterpretacije kulturnih vrijednosti kroz različite teorijske okvire i tumačenja te zaključuje da interdisciplinarna priroda mode, koja često obuhvaća različita akademska područja, čini modu posebno atraktivnim predmetom istraživanja, omogućujući dublje razumijevanje njezine uloge u društvu i kulturi.*

**Ključne riječi:** odjeća; teorija mode; semiotika; kulturne studije; interdisciplinarnost

### Review paper

*Fashion is not only a compelling and meaningful part of culture but also a complex reflection of cultural values, theoretical interpretations and ideas. Understanding the meaning of clothing is crucial, as fashion can reveal the underlying nature of a society and its culture. This review paper presents some of the most important theoretical interpretations used to explain the phenomenon of fashion. The analysis is divided into two thematic parts: a) the linguistic distinction between fashion and clothing; and b) theoretical approaches and interpretations of fashion, which encompass Marxism and post-Marxism, structuralism and post-structuralism, semiotics, the British school of cultural studies, ontology, anthropological and sociological approaches, new visual-theoretical disciplines, and theories of fashion diffusion (trickle-down, trickle-up, and trickle-across). This literature review highlights key efforts to reinterpret cultural values through the lens of various theoretical frameworks. It concludes that the interdisciplinary nature of fashion, often falling between distinct academic fields, makes it an especially compelling subject of study for scholars.*

**Keywords:** Clothing; Fashion Theory; Semiotics; Cultural Studies; Interdisciplinary Approaches

## 1. Uvod

Moda ima važnu ulogu u izgradnji identiteta. Ljudi su oduvijek koristili odjeću kao način izražavanja. Kroz odjeću možemo pokazati mnoge aspekte svog života, poput dobi, spola, statusa, stavova i raspoloženja.

Kroz povijest, odjeća je bila sredstvo kojim se označavala razlika između moćnih i slabih. U starom Egiptu, odjeća faraona i ljudi na visokim pozicijama drastično se razlikovala od odjeće robova i građana. Danas moda nadilazi okvire dizajniranja, proizvodnje, brendiranja i potrošnje te odražavanja povijesnih tradicija. Svojim tumačenjima i interpretacijama često prelazi granice različitih disciplina, što je čini izuzetno zanimljivim područjem istraživanja.

Moda je iznimno interdisciplinarna tema. Obuhvaća i utječe na mnoga istraživačka područja, uključujući povijest umjetnosti, kazalište (kostimografiju), fotografiju, kulturne i rodne studije, dizajn, antropologiju, komunikaciju, predviđanje trendova te poslovanje i marketing. U zapadnim kapitalističkim društvima, moda kao proces ima specifično značenje, jer su proizvodi dizajnirani s kratkim vijekom trajanja. Namjerno su osmišljeni da budu popularni samo kratko vrijeme. Taj proces poznat je kao „planirana zastarjelost“ i predstavlja temelj zapadnog modnog sustava. Planirana zastarjelost, ili ugrađena zastarjelost, u industrijskom dizajnu i ekonomiji označava politiku planiranja ili dizajniranja proizvoda s namjerno ograničenim vijekom trajanja, tako da postane zastario (odnosno nemoderan ili nefunkcionalan) nakon određenog razdoblja [1]. Cilj ove strategije je generirati dugoročnu prodaju smanjenjem vremena između ponovnih kupnji, poznatog kao „skraćivanje ciklusa zamjene“ [2]. Ako trend ne nestane, nema potrebe za njegovom zamjenom. Modni proizvodi dizajniraju se za jednu sezonu, imaju kratak i, nadamo se, uspješan životni vijek, a zatim se odbacuju nečim novim.

Intelektualni pristupi modi i odjeći imaju dugu povijest koja se može pratiti još od razmišljanja o modi u disciplinama kao što su filozofija i književnost [3-5]. U posljednjim su se godinama pojavili brojni izvori o odjeći, koji obuhvaćaju znanstvenu i popularnu literaturu. Akademski, proučavanje mode i odjeće duboko je oblikovano teorijama i pristupima koji su se razvijali u kontekstu formiranja i diversifikacije specijaliziranih sveučilišnih disciplina tijekom 19. i početkom 20. stoljeća, poput psihologije, antropologije, povijesti, ekonomije i sociologije. Pritom su neki istraživači sve više usmjereni na razumijevanje mode kao sveobuhvatnog sustava i društvene dinamike, povezane s usponom kapitalizma i procesima te diskursima „modernosti“ [6].

Danas teorijski i analitički okvir za proučavanje mode uvelike ovisi o samoj disciplini. Povjesničari umjetnosti analiziraju vizualne aspekte mode i njezine trendove, proučavajući kako se oni razvijaju i mijenjaju kroz različite povijesne periode. Sociolozi analiziraju kako se društvena struktura i klasne razlike odražavaju kroz modu. Psiholozi proučavaju temeljne motive koji se izražavaju kroz odabir i ideju „ukrašavanja“ odjećom. Etnolozi istražuju narodnu i regionalnu odjeću, dok povjesničari i antropolozi povezuju odjeću sa širim pitanjima društvenih, ekonomskih i kulturnih promjena. Moda se također značajno pojavljuje u proučavanjima luksuzne maloprodaje i fenomena glamura.

Sam fenomen mode, kao (nematerijalna) ideja i (materijalni) objekt, čini sve rasprave parcijalnim i stoga ograničenim na jedan ili drugi aspekt [7]. U literaturi su se pojavili različiti i često konkurentni pristupi koji pokušavaju objasniti modni proces. Svaka od tih perspektiva doprinosi dubljem razumijevanju modnog procesa.

Modu treba shvatiti kao jedinstveni znakovni sustav koji nije autonoman. U njoj su prisutni brojni društveni odnosi - od ekonomskih, rodnih i seksualnih, do ekoloških i političkih. Ovaj pregled pruža uvid u najvažnije teorijske sustave koji objašnjavaju modu. To uključuje: marksizam, postmarksizam, strukturalizam, poststrukturalizam, semiotiku, ontologiju, antropološke i sociološke studije mode, kao i britansku školu kulturnih studija koja je integrirala sve ove pristupe u uvjerljiv analitički alat za razumijevanje popularne kulture.

Ovaj pregledni rad nudi opći uvod u područje mode, ističući njezinu važnost unutar kulturnih studija. Također uključuje kratak pregled nekoliko teorijskih pristupa i tumačenja mode te na kraju donosi kratak pregled teorije "trickle down/up/across".

## 2. Dešifriranje mode

### 2.1. Jezikoslovna distinkcija: moda i odjeća

*The Oxford Concise Dictionary of English Etymology* nudi sljedeće definicije za riječ moda: oblikovati, oblik, način, uspostavljeni običaj i konvencionalna uporaba. Riječ moda potiče od latinskih riječi *factio* i *facere*, što znači napraviti ili učiniti. U romanskim jezicima, kao i u mnogim germanskim jezicima, riječ za modu je *mode* ili *moda*, koja potiče od latinske riječi *modus*, što znači oblik ili način, a također je korijen riječi "modernost", koja je povezana s brzim urbanim životom u europskim glavnim gradovima, gdje je moda postala simbol ili metafora [8].

Charles Baudelaire komentirao je povezanost mode i modernosti u svom eseju „The Painter of Modern Life“ iz 1863. godine. Moda je izraz sadašnjeg trenutka, ona svakom vremenu daje svoj prepoznatljiv izgled, a svako doba ima svoj hod, pogled i geste [8]. Sproles i Burns [9] definiraju odjeću kao bilo kakav prekrivač za ljudsko tijelo, dok modu smatraju stilom odijevanja koji privremeno usvaja određeni dio članova društvene skupine jer se taj odabrani stil percipira društveno prikladnim za određeno vrijeme i situaciju. Pojam „odjeća“ stoga se smatra širim izrazom za opis onoga što ljudi nose, dok pojam „moda“ označava promjenjivost stila, kako u okviru određenog vremena (sinkrona nestabilnost), tako i kroz povijest (dijakrona nestabilnost) [10]. Primjer sinkrone nestabilnosti u semiotici odjeće može se pronaći u nošenju čarapa do koljena među japanskim srednjoškolkama krajem 1990-ih. Dok je nošenje čarapa koje dosežu do koljena smatrano modernim među japanskim učenicima, nošenje čarapa koje su virile iz cipela smatrano je zastarjelim i previše konzervativnim među učenicima u Singapuru u istom razdoblju. Dijakrona nestabilnost može se ilustrirati i evolucijom traperica, koje su od praktične radne odjeće postale modni izričaj. Craik [11] primjećuje da su traperice bile radnička odjeća od početka 20. stoljeća, ali su postale modni simbol za mlade tek od 1950-ih, kada su ih filmske zvijezde poput Jamesa Deana i Marlona Branda nosile kao znak modnog bunta. Iako su srednje klase počele nositi traperice kao modni izričaj 1950-ih, radnička klasa ih je izbjegavala jer su ih smatrali podsjetnikom na svoje siromašne korijene [11].

Prema Polhemusu i Procteru [12], u suvremenim zapadnim društvima pojam „moda“ često se poistovjećuje s „odjećom“, „ukrasima“, „stilom“ i „oblačenjem“. Moda je usko povezana s odjećom zbog prirode tekstilne industrije i proizvoda koje ona nudi. Odjeća je materijalni proizvod izrađen od tkanine i nošen na tijelu, dok je moda društveni proces u kojem određeni odjevni predmet postaje prihvaćen i usvojen od strane velikog broja ljudi.

Odjeća, pokrivači i ukrasi na koži stvaraju tijelo, oblikuju ga u njegovoj ulozi u društvu. Odjeveno tijelo predstavlja kombinaciju znakova, uključujući odjeću, frizuru, šminku, tetovaže i ukrase [16]. Drugim riječima, sve što čini tijelo kulturnim fenomenom, a ne samo prirodnim. Vrijeme i jezik ključne su komponente mode: kroz modu „vidimo“ kako vrijeme prolazi, a moda „govori“ svojim mnogobrojnim znacima [16]. Sociolog Herbert Blumer je 1969. uveo pojam *Zeitgeist* kako bi objasnio da moda odražava duh vremena u kojem nastaje i koji se nosi. *Zeitgeist* je njemački izraz koji doslovno znači „duh vremena“ (*Zeit* = vrijeme, *Geist* = duh). Nystrom [13] je identi-

ficirao pet ključnih područja koja čine *Zeitgeist*: dominantni događaji, ideali, društvene skupine, stavovi i tehnologija. Budući da moda i stil odražavaju te čimbenike, ona postaje slika *Zeitgeista*, objašnjavajući zašto se određeni stilovi povezuju s određenim razdobljima. Moda ima dvostruku prirodu: označava kontakt između odjeće i tijela, pokrećući osjetila, dok s druge strane smješta tijelo pojedinca u širi društveni kontekst [14].

Proučavanje mode u posljednjim je godinama sve više privuklo pažnju, jer je postala važan kulturni fenomen [15]. U okviru društvenih znanosti, Manlow predlaže pet glavnih teorijskih pristupa modi: 1. Moda kao instrument za stvaranje i održavanje društvenih granica; 2. Moda u interakcijskom procesu; 3. Moda kao semiotički sustav; 4. Moda kao alat kapitalizma; i 5. Moda kao postmoderni fenomen.

Mnogi autori su predložili svoje definicije mode:

- Moda je sustav kroz koji se stvaraju individualne i kolektivne reprezentacije tijela i identiteta [16]
- Moda je prevladavajući običaj, uporaba ili stil [17]
- Moda je vječna ponovnost novog [18]
- Moda nije samo ideja, već stvarna vizualna reprezentacija društvene stvarnosti [15]
- Moda je kulturna tehnologija koja je namjenski oblikovana za specifična mjesta [10]
- Moda, u određenom smislu, *jest* promjena [19]
- Moda je varijacija u shvaćenom slijedu, kao odstupanje od neposredno prethodnog načina [20]
- Moda je opći mehanizam, logika ili ideologija koja, među ostalim, vrijedi za područje odjeće [21]
- Moda je specifičan oblik društvene promjene, neovisan o bilo kojem posebnom predmetu [22]
- Moda nije samo promjena stilova odijevanja i ukrašavanja, već sustavni, strukturirani i namjerni obrazac promjena stila [23]

Na temelju ovih definicija, može se sumirati sljedeće: moda je nematerijalna sila koja se očituje u materijalnim proizvodima, koji predstavljaju novost u odnosu na prethodne modne proizvode, a koje prihvaća skupina ljudi i koja utoliko postaje odraz društva i kulture [14].

## 2.2. Teorijski pristupi i interpretacije mode

### 2.2.1. *Marksizam i postmarksizam*

Marksizam je pogled na ekonomiju i društvo temeljen na političkim i ekonomskim teorijama Karla Marxa i Friedricha Engelsa. Iako bi bilo potrebno nekoliko svezaka da se objasne sve implikacije i posljedice marksističke društvene i ekonomske ideologije,

marksizam se u Encarta Reference Library sažima kao „teorija u kojoj klasna borba predstavlja središnji element u analizi društvenih promjena u zapadnim društvima“. Marksizam je teorijski okvir koji kritizira kapitalizam – ekonomski sustav temeljen na privatnom vlasništvu sredstava proizvodnje i distribucije dobara, obilježen konkurentnim tržištima i profitnim motivima. Marksizam zamišlja socijalizam kao prijelaznu fazu prema društvu bez države i klasa. Ova faza obilježava se kolektivnim ili javnim vlasništvom sredstava proizvodnje, distribucije i razmjene, zamjenjujući kapitalistički fokus na privatno vlasništvo i profit.

Prema ortodoksnim interpretacijama klasičnog marksizma, područja poput politike i ekonomije imaju vanjsku povezanost jedno s drugim, pri čemu „istina politike više nije smještena iznad politike kao njezina bit ili ideja. Ona se nalazi ispod ili iza nje, u onome što ona skriva i postoji samo da bi skrivala“ [24].

Za Marxa, moda je bila pokretač industrijske revolucije. Engels je Marxu pružio uvid u tekstilnu industriju jer je njegov otac bio proizvođač pamuka. Moda je neraskidivo povezana s eksploatacijom – tekstilna industrija postavila je temelje tvorničkom sustavu iskorištavanja radne snage. U pamučnim mlinovima sredinom 19. stoljeća muškarci, žene i djeca radili su za niske plaće, šest dana u tjednu [25]. Marxov pogled na modu kao pokretača i metaforu kapitalističkog sustava ogleda se u djelima njemačkog teoretičara kulture i filozofa Waltera Benjamina (1892.–1940.). Benjamin je analizirao modernost, usmjeravajući se na način na koji tehnologija i urbanizacija preoblikuju ljudsko iskustvo, osobito kroz utjecaj kulturnih formi na mehanizaciju, industrijalizaciju i kapitalizam. Prema Benjaminu [18], kapitalizam diktira tempo mode, zahtijevajući neprestanu novost za očuvanje prodaje. Ovaj ciklus Benjamin je nazvao „vječnim ponavljanjem“ novoga. Istovremeno, uočio je modernistički poriv prema uniformnosti i masovnoj reprodukciji. Iz marksističke perspektive, modu je moguće sagledati ne samo kao pokretača ekonomskih i društvenih promjena, već i kao kulturni fenomen koji reflektira i perpetuira kapitalističke strukture moći, otvarajući prostor za kritičko promišljanje njezine uloge u oblikovanju suvremenih identiteta i vrijednosti.

### **2.2.2. Strukturalizam i poststrukturalizam**

Strukturalizam je metodologija koja podrazumijeva da se elementi ljudske kulture moraju razumjeti kroz njihove odnose prema širem, nadređenom sustavu ili strukturi. Cilj strukturalizma je razotkrivanje temeljnih struktura koje oblikuju ljudska djelovanja, mišljenje, percepcije i osjećaje. Strukturalizam se može definirati kao „uvjerenje da fenomeni ljudskog života

nisu razumljivi osim kroz njihove međusobne odnose. Ti odnosi čine strukturu, a iza lokalnih varijacija površinskih pojava postoje konstantni zakoni apstraktne strukture“ [26]. Pojam strukturalizam najčešće se povezuje s djelima škola i pokreta vezanih uz Saussurea, Piageta, Lévi-Straussa, Barthesa i drugih. Strukturalisti su kulturu smatrali ključnim predmetom proučavanja, a najčešće su se bavili analizom reprezentativnih tekstualnih formi. Njihova pažnja bila je usmjerena na oblike i strukture koje oblikuju kulturna značenja. Smatra se da strukturalizam vuče korijene iz rada švicarskog lingvističkog teoretičara Ferdinanda de Saussurea (1857.–1913.) s početka 20. stoljeća. Saussureov model znaka pokazao se kao vrijedan alat za analizu jezika mode. Prema njegovoj teoriji, stvarni odjevni predmeti, stilovi ili određeni modni trendovi predstavljaju „označitelje“, dok su ti predmeti, posredstvom društvenih kodova, povezani s određenim konceptima koji čine „označeno“ [27]. Kombinacija „označitelja“ i „označenih“ stvara specifične tipove značenja poznate kao „sustavi značenja“. Kako ističe Beasley [28], „Sustav značenja u oglašavanju može se definirati kao skup značenja koja nastaju kroz sustavnu povezanost različitih označitelja (naziv brenda, logotip, tekstovi oglasa itd.) s implicitnim označenima poput osobnosti, stila života, želja i slično.“

Poststrukturalizam je teorijski okvir u humanističkim i društvenim znanostima koji kritički preispituje i nadograđuje strukturalističke teorije, stavljajući naglasak na nestabilnost značenja, ulogu jezika u oblikovanju stvarnosti i isprepletenost moći i znanja. Od svog nastanka, poststrukturalizam nije predstavljao homogenu školu mišljenja; mnogi teoretičari povezani s ovim pristupom vjerojatno ne bi koristili taj pojam za opisivanje vlastitog rada [29]. Prema poststrukturalistima, razumijevanje stvarnosti zahtijeva „subjektivizaciju“ znanja umjesto njegove objektivizacije [30, 31].

Poststrukturalistički teoretičari, osobito Michel Foucault (1926.–1984.), dali su značajan doprinos razvoju teorije komunikacije. Foucault se bavio odnosima između položaja, moći i stvaranja pozicija subjekta. Njegova istraživanja pokazala su kako je politička moć neraskidivo povezana s komunikacijom i razvojem znanja.

### **2.2.3. Semiotika**

Semiologija i semiotika dvije su povezane discipline koje proučavaju semiozu, odnos označavanja koji uključuje znak, objekt i um, te klasifikaciju znakova [32]. Semiotika nam omogućuje da ispitamo kulturnu specifičnost reprezentacija i njihovih značenja korištenjem jednog skupa metoda i termina kroz cijeli spektar označavajućih praksi: geste, odijevanje, pisa-

nje, govor, fotografiju, film, televiziju i slično. Ključna ideja ovdje je pojam znaka. Znak se može smatrati najmanjom jedinicom komunikacije unutar jezičnog sustava. Može biti riječ, fotografija, zvuk, slika na ekranu, glazbena nota, gesta, odjevni predmet. Prema Palmeru [33], semiotika se odnosi na „teoriju znakova ili signalnih sustava“.

Semiotika, proučavanje znakova, postala je značajna disciplina unutar kulturnih studija. Potiče iz rada dvojice kulturnih teoretičara, švicarskog lingvистa Ferdinanda de Saussurea i američkog filozofa Charlesa Peircea (Peirce je to nazvao „semiotika“, a Saussure „semilogija“). Semiotika ili semilogija služi kao učinkovit alat za analizu načina na koji znakovi prenose i oblikuju značenje. Semiotika obuhvaća ne samo proučavanje jezičnih znakova već i svega što komunicira značenje [34]. Charles Morris, još jedan utjecajan semiotičar, također je istaknuo da semiotika ima interdisciplinarni doseg, obuhvaćajući znakove svih oblika [35].

Semiotika se može podijeliti u tri glavna područja proučavanja. Prvo, proučavanje samog znaka istražuje različite načine na koje znak komunicira značenje, kao i kako se odnosi prema ljudima koji ga stvaraju i koriste. Drugo, proučavanje kodova ili sustava u koje su znakovi organizirani objašnjava kako su se različiti kodovi razvili kako bi zadovoljili potrebe društva ili kulture. Treće, proučavanje kulture unutar koje ti sustavi djeluju istražuje kako članovi društva koriste određene znakove [36].

Svi oblici odijevanja mogu se smatrati semiotičkim jer su prožeti značenjem koje je podložno daljnjoj interpretaciji. Međutim, specifično značenje može se razlikovati među pojedincima, budući da je interpretacija pod utjecajem kulturnih normi i socijalizacije. U ključnoj studiji jednog od pionira u proučavanju semiotike odijevanja, Barthes [37] predložio je trodijelnu metodu za proučavanje semiotike odijevanja. Na temelju uvjerenja da za bilo koji odjevni predmet postoje tri odvojene i različite strukture: tehnološka struktura, odnosno sam odjevni predmet, ikonička struktura, odnosno slikovni prikaz odjavnog predmeta, i verbalna struktura, odnosno opis odjavnog predmeta. Barthes [37] predlaže sustav za proučavanje odijevanja i mode koji se temelji na proučavanju jezika i njegovih semiotičkih svojstava i interpretacija.

#### **2.2.4. Kulturne studije**

Novi pristupi i metode za istraživanje mode razvijali su se zajedno s novom poviješću umjetnosti, a osobito unutar područja kulturnih studija, gdje se skupina znanstvenika, uključujući Dicka Hebdigea, Johna Clarka, Angelu McRobbie i Paula Willis, fokusirala na postratne subkulturne stilove mladih u Britaniji. Pod utjecajem strukturalizma, poststrukturalizma i

semiotike, te uz korištenje radova Rolanda Barthesa, Antonija Gramscija i drugih, Hebdigeova knjiga *Subkultura: Značenje stila* [39] predstavlja pristup u kojem se subkulturni stilovi čitaju kao oblici otpora prema dominantnom društvenom poretku.

Područje studija mode svoje postojanje duguje različitim pristupima i perspektivama koje informiraju proučavanje mode i odijevanja, uključujući rad filozofa, sociologa, teoretičara umjetnosti i dizajna, antropologa, ekonomista i povjesničara. Pojam „studije mode“ međutim, počeo se koristiti tek u novijim desetljećima u angloameričkim kontekstima. S druge strane, pojam kulturnih studija danas je široko poznat kao naziv za važan skup teorija i praksi unutar humanističkih i društvenih znanosti. Kao što to ističe njihov međunarodni časopis *Cultural Studies*, ovo područje posvećeno je uvjerenju da je proučavanje kulturnih procesa, a posebno popularne kulture, važno, složeno i teoretski i politički korisno. Iako je ovo područje danas postiglo prepoznavanje, ono nije jedinstvena niti homogena formacija, niti ga je lako definirati.

Od 1980-ih godina, nova generacija istraživanja počela se razlikovati od prethodnih pristupa. Više se ne oslanja isključivo na analize objekta, već ono što danas nazivamo „studijama mode“ obuhvaća različite pristupe proučavanju mode koji nisu samo multidisciplinarni (integrirajući sociologiju, antropologiju, etnografiju itd.), već također „deduktivni“. Često, dolazeći iz samih temelja teorije (od Simmela do Bourdieua, od Veblena do šireg okvira poput Kulturnih studija), predstavljaju stilizirane ideje o tome kako moda nastaje, kako ulazi u društvo, reproducira se i oblikuje društvene i moćničke odnose između pojedinaca i šire zajednice [5].

Jedna od najprepoznatljivijih i vjerojatno najvažnijih teorijskih strategija koje su kulturne studije razvile jest pristup „čitanju“ kulturnih proizvoda, društvenih praksi pa čak i institucija kao „teksta“. Ovaj pristup, koji je izvorno posuđen iz književnih studija, a zatim široko primijenjen, duguje mnogo semiotici Barthesa i Eca. Tekstualna analiza postala je izuzetno sofisticiran skup metoda, osobito za čitanje proizvoda masovnih medija [40].

Europski utjecaj na britanske kulturne studije u početku je dolazio iz strukturalizma. Strukturalizam ima mnoge varijante, ali ono što im je zajedničko jest fokus na sustave, odnose i formalne strukture koje omogućuju stvaranje značenja. Originalni poticaj strukturalizma u britanskim kulturnim studijama nije bila teorija kulture, već teorija jezika.

#### **2.2.5. Ontologija**

Ontologija je filozofska disciplina koja proučava bitak. Šire gledano, ona se bavi pojmovima koji su izravno povezani s bićem, posebice postajanjem,

stvarnošću, kao i osnovnim kategorijama bića i njihovim međusobnim odnosima. Formalnu ontologiju uveo je Husserl [41], no pristup je najbolje prikazan kroz rad Nina Cocchiarelle, koji tvrdi da je „Formalna ontologija rezultat kombiniranja intuitivne, neformalne metode klasične ontologije s formalnom, matematičkom metodom moderne simboličke logike, a na kraju i prepoznavanja njih kao različitih aspekata iste znanosti... formalna ontologija je znanost koja prethodi svim drugim znanostima, u kojoj se proučavaju posebni oblici, načini ili vrste bića“ [42].

Kako bi se razumjeli ontološki pristupi specifične za različite tradicije poststrukturalizma, važno je priznati utjecaj Martina Heideggera. Heidegger je imao značajan utjecaj na razvoj poststrukturalizma, a njegov rad i danas oblikuje naš način razmišljanja o ontologiji. Za stare Grke, ontologija je bila grana metafizike koja se bavila prirodom „bića“ ili pitanjem „što jest“. Međutim, Heidegger je ukazao na to da su tradicionalni pristupi ontologiji, osobito od Platona i Aristotela nadalje, često temeljeni na kategorizaciji osnovnih vrsta fenomena koji se smatraju stvarima koje postoje izvan svijeta pojava [43].

Bilo je mnogo pokušaja izrade ontoloških reprezentacija modne domene. Jedan od njih je BodyXML, koji je definirao europski standard „XML omotača“ za integraciju reprezentacija tijela i proizvoda [44]. U BodyXML-u, „osoba“ je jedinstvena individua. Osoba ima dva atributa: „detalje“ – specifične informacije poput imena, podataka za kontakt, boje kose, očiju i kože, preferencija za kupovinu i boje i drugo; te višestruke „reprezentacije“ – svaka od njih može biti slika dijela tijela, točkasti oblak sa skeniranja, set mjera tijela itd. U BodyXML-u, „proizvod“ označava odjevni predmet, koji također ima dva atributa: „detalje“ – specifične informacije poput imena trgovca, proizvođača, materijala, uputa za održavanje i sl.; te višestruke „reprezentacije“ – svaka od njih može biti slika određenog odjavnog predmeta, poput crvene haljine veličine 8, i njezinih mjera i dr. Drugi pokušaj stvorio je ontologiju za odjevne predmete [45]. Ova ontologija uključivala je apstraktni opis ljudskog tijela i ontologiju krojeva odjeće. Ontologija je uvela klasu „odjavnih predmeta“ za pojedinačne komade odjeće, koji se definiraju kao zbirka krojeva odjeće sašivenih zajedno. Uobičajeni opisi odjavnih predmeta, kao što su jakne, hlače, suknje i haljine, mogu se uvesti kao potklase odjavnih predmeta. Vogiatzis i sur. [45] predložili su metodologiju nazvanu SERVIVE modna ontologija (SFO), semantički ciklus koji započinje i završava ontologijom. Na početku, konkretan pojedinac mapira se u ontologiju, a na kraju mu se preporučuje odjevni predmet koji odgovara njegovim potrebama, temeljen na ontologiji. Na taj način, sve informacije o modnoj domeni pohranjuju se u zajed-

ničku bazu podataka, opisuju se zajedničkim jezikom i iskorištavaju putem zajedničkog sučelja.

### **2.2.6. Antropološke perspektive**

Od kasnih 1980-ih antropolozi su redefinirali pristup istraživanju odijevanja, stavljajući površinu tijela u središte svojih analiza. Tradicionalne teme antropologije, poput rituala, ceremonija, odijevanja, tijela, roda, seksualnosti, identiteta, značenja i globalizacije, prirodno su povezane sa studijama mode. Međutim, istraživanje odjeće nije izdvojeno područje unutar antropologije, već dio šireg disciplinarnog zaokreta koji obuhvaća i koristi pristupe iz drugih znanstvenih polja koja proučavaju odjeveno tijelo. Istraživanja u muzejima o tekstilu i tkaninama često se preklapaju s antropološkim proučavanjem odijevanja, čime se brišu granice među disciplinama. Antropolozi crpe inspiraciju iz interdisciplinarnih istraživanja tekstila i odijevanja, povijesti kostima i odjeće, povijesti dizajna i umjetnosti te društvene i ekonomske povijesti. Radovi o reprezentaciji i tekstualnoj analizi unutar kulturnih i medijskih studija također pružaju značajan poticaj. Za razliku od drugih disciplina, antropologiju odlikuje holistički i kontekstualni pristup međukulturnom proučavanju odijevanja te njegovih simboličkih i kulturnih značenja [46].

Važnost odijevanja varira u različitim dijelovima svijeta [46]. Osim istraživanja učinaka globalnih procesa, poput kolonizacije i globalizacije, regionalni pristupi često naglašavaju specifične aspekte. Primjerice, istraživanja iz Latinske Amerike usredotočuju se na „autohtonu odjeću“ i njezine transformacije [47-49]. Afrička istraživanja ističu važnost dotjerivanja i njegovu ulogu u dinamikama odijevanja u suvremenim kontekstima. Studije o afričkom odijevanju istražuju trajnu privlačnost i promjene odjeće te utjecaje kolonizacije, modernosti i globalizacije na identitet i odijevanje, kao i pitanja odijevanja u dijaspori. U Južnoj Aziji, znanstvenici istražuju promjenjivu kulturnu važnost sarija u interakciji s drugim oblicima odijevanja. Tarlo [50] pruža vrijedne uvide o odijevanju u Indiji tijekom posljednjih 100 godina. Muška i ženska odjeća u prošlosti se sastojala od tkanina koje su se specifično presavijale oko tijela. Odijevanje je postalo javno pitanje 1920-ih godina kada je Gandhi promovirao upotrebu domaće tkanine kako bi ojačao individualnu duhovnost i javni patriotizam. Istraživanja u istočnoj i jugoistočnoj Aziji istražuju višestruke utjecaje na lokalnu modu te izvoz i uvoz „azijskih šik“ stilova, dok istraživanja o odijevanju u Pacifiku otvaraju nova pitanja o učinkovitosti materijalnih površina.

Suvremena antropološka istraživanja koriste odijevanje kako bi ispitala pitanja klase, roda i generacijskih razlika [51, 52], uključujući teme nacionalne kul-

ture [53] i revolucije [54]. Ključni fokus antropoloških studija o odijevanju u ovoj regiji usmjeren je na dinamiku moći i smjerove utjecaja u modi i dizajnu u kontekstu globalizacije [55]. Rasprave o rodu značajno su prisutne u antropološkim teorijama i studijama mode. U knjizi „Muško i žensko“ Margaret Mead ističe kako u svim društvima postoji podjela rada po spolu, pri čemu je skrb o djeci više ženska nego muška zadaća, a razlike među spolovima prelaze reproduktivne funkcije. Istraživanja među različitim etničkim skupinama u Americi pokazuju da izrazi ženstvenosti mogu znatno varirati među kulturama. U antropologiji su rasprave o rodu i seksualnosti usko povezane.

### **2.2.7. Sociološke studije mode i identiteta**

U sociološkim i kulturnim studijama odnos prema odjeći najčešće se analizira kroz prizmu mode i identiteta, s naglaskom na to kako odjeća služi kao sredstvo našeg predstavljanja svijetu i unutar njega. U tom kontekstu, radovi klasičnih i suvremenih autora iz područja sociologije i kulturnih studija mode obuhvaćaju širok spektar perspektiva. Ovi pristupi kreću se od makroanaliza, u kojima se odjeća tumači kao simbol strukturnih varijabli poput klase, roda, rase i društvenog statusa, do mikroanaliza, koje odjeću promatraju kao scenske rekvizite koje pojedinci koriste pri pripremi i izvedbi svojih društvenih uloga [56,57].

Među sociološkim doprinosima 20. stoljeća, najjaču povezanost sa Simmelovim tumačenjem mode pokazuje temeljno djelo Freda Davisa. Poput Simmela, Davis u svojoj knjizi *Fashion, Culture, and Identity* [58] polazi od gotovo hegelijanskog dualizma, tvrdeći kako je glavna uloga mode u društvenom životu posredovanje između suprotstavljenih dijalektičkih pojmova.

Sličnu preokupaciju istraživanjem veze između mode i identiteta pokazuje i Joanne Finkelstein, koja također priznaje snažan utjecaj Simmelove misli na studije mode. Ona opisuje odjeću i modu kao sredstva kojima pojačavamo svoju društvenu personu, privlačeći pažnju i divljenje drugih. U njezinoj analizi, odjeća postaje sredstvo samopromocije, kojim svijetu predstavljamo složeniju verziju vlastitog ega [56].

Entwistle [59] zagovara pristup koji uvažava složenost i raznolikost svakodnevnih praksi odijevanja. Takav okvir može se razviti oslanjanjem na strukturalističke teorije (Douglas, Foucault, Mauss), koje istražuju „način na koji kultura daje značenje tijelu“ [58], fenomenologiju Merleau-Pontyja, koja naglašava odijevanje kao utjelovljenu praksu, te radove Goffmana i Bourdieua, koji nude sociološki pristup poduprt empirijskim dokazima društvenih praksi [58].

Teorija simboličke interakcije, poznata i kao simbolički interakcionizam, ključni je okvir sociološke teorije. Ova perspektiva temelji se na simboličkom značenju koje ljudi razvijaju i koriste kroz društvenu interakciju. Teorija vuče korijene iz tvrdnje Maxa Webera da ljudi djeluju u skladu sa svojom interpretacijom značenja svijeta. Simbolički interakcionizam povezuje pojedinca i društvo, objašnjavajući kako pojedinci razumiju značenja i simbole putem društvene interakcije. George Herbert Mead, filozof zaslužan za razvoj ove teorije, definirao je tri osnovna principa: 1. Ljudi daju značenje stvarima i ponašaju se u skladu sa značenjem koje tim stvarima pridaju; 2. Značenja se oblikuju kroz društvenu interakciju; 3. Značenja se interpretiraju prema vlastitom shvaćanju.

Ova teorija sugerira kako ljudi koriste simbole za međusobnu interakciju, pri čemu se ti simboli stvaraju i tumače individualno. Ljudi ne djeluju prema objektima samima po sebi, već prema značenju koje im pridaju. Na primjer, pri susretu sa strancem u policijskoj uniformi, reagiramo na značenje koje uniforma za nas ima, a ne na samu uniformu. Za nekoga uniforma može simbolizirati sigurnost, dok za druge može predstavljati opresiju.

Istraživači mode Kaiser, Nagasawa i Hutton [60] ističu kako su ambivalencija i nejasnoće ključni elementi koji pridonose promjenama u trendovima. Ambivalencija označava osjećaj sukoba ili privlačenja različitim smjerovima. Tijekom 20. stoljeća crna kožna jakna imala je ambivalentna i višeznačna značenja u američkim i europskim društvima, odražavajući promjene u muškom identitetu. Kaiser i sur. tvrde kako svi ljudi doživljavaju ambivalenciju te da proizvodi u kapitalističkim tržištima (poput američkog i europskog) izražavaju tu ambivalenciju. Crna kožna jakna tako je postala simbol ambivalencije muškog identiteta. Njezino nošenje od strane različitih arhetipskih muških skupina stvaralo je višeznačna značenja koja su se društveno pregovarala. Uspješno pregovaranje značenja temelji se na postizanju društvenog konsenzusa. Istraživači odijevanja DeLong i Park [61] istaknuli su kako je crna kožna jakna simbolizirala vojnički šik u Njemačkoj tijekom Prvog svjetskog rata, zatim totalitarnu vojnu moć u Njemačkoj tijekom Drugog svjetskog rata, dok je tijekom Drugog svjetskog rata u Americi bila percipirana kao simbol hrabrosti, osobito među vojnim časnicima. Crna kožna jakna tako postaje primjer simboličke interakcije. Ambivalencija muškog identiteta stvarala je višeznačna značenja koja su se razjašnjavala kroz društvene interakcije i situacijski kontekst.

### **2.2.8. Nove vizualno-teorijske discipline**

Nove vizualno-teorijske discipline, uključujući znatnost o slici (njem. Bildwissenschaft), vizualne studije

i *fashion studies*, usmjeravaju istraživanja mode prema interdisciplinarnim pristupima. One se temelje na prepoznavanju mode kao vizualnog i kulturnog fenomena koji se ne može svesti isključivo na tradicionalne društvene procese. U tom kontekstu ključnu ulogu igra slikovni obrat (*iconic turn*), koji označava pomak prema prioritetnom istraživanju vizualnog i njegovih značenja u društvenim i humanističkim znanostima. *Iconic turn* stavlja naglasak na slike kao osnovne nositelje značenja, prelazeći s tekstualnog na vizualno kao dominantni medij reprezentacije kulture, čime se otvara prostor za dublje proučavanje mode kao vizualnog fenomena u odnosu na društvene i povijesne promjene [62]. Ovaj pristup omogućava dekodiranje modnih objekata kroz analizu njihovih oblika, konstrukcije i simboličkih mreža značenja, koristeći metodologije vizualne semiotike, vizualne antropologije, te znanosti o slici u kombinaciji s postfenomenološkim okvirom [63, 64].

Caroline Evans, u svojoj knjizi „Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, Deathliness“ [65], na paradigmatičan način ilustrira primjenu metoda vizualnih studija na modu. Kroz iscrpnu analizu vizualnih elemenata mode kraja 20. stoljeća, Evans istražuje ambivalentnu narav mode, koja spaja ljepotu i užas, luksuz i „prnje“, pri čemu moda reflektira nestabilnosti uzrokovane tehnološkim i društvenim promjenama tog razdoblja. Oslanjajući se na teorijske uvide Benjamina, Derridaea, Foucaulta i drugih, Evans koristi Benjaminovu metaforu povijesti kao labirinta, koja omogućuje povezivanje slika prošlosti i suvremenosti. Ova metoda ne izjednačava prošlost i sadašnjost, već ukazuje na načine na koje povijesne slike rezoniraju u sadašnjosti, otvarajući mogućnosti za dublje razumijevanje suvremene kulture [66].

Pritom interdisciplinarni pristup mode ne prestaje samo na analizi vizualnih elemenata. Primjerice, znanost o slici doprinosi sustavnom bavljenju vizualnim reprezentacijama, dok vizualni studiji istražuju odnose između mode, identiteta i društva, uključujući analize modnih prikaza u digitalnom medijskom prostoru. Osim toga, moda se promatra i kroz prizmu kulturnog kapitala, gdje ona ne samo da reflektira društvene hijerarhije, već služi kao ključni alat u procesu akumulacije simboličkog kapitala. Na taj način moda omogućuje pojedincima i skupinama afirmaciju društvenog statusa kroz vizualne signale ukusa, stila i pripadnosti [67, 68].

Ovakav interdisciplinarni okvir naglašava važnost mode ne samo kao estetskog fenomena već i kao društvenog, kulturnog i ekonomskog procesa. Vizualni studiji, znanost o slici i *fashion studies* time pružaju nove perspektive koje kombiniraju humanističke i društvene pristupe, omogućujući analizu mode u širem kontekstu društvenih promjena i identitetskih dinamika.

### 2.2.9. Teorija Trickle Down/ Up/ Across

Teorija „trickle down“ klasičan je primjer razumijevanja promjene stilova. Razvio ju je sociolog George Simmel 1904. godine, a temelji se na klasnoj strukturi i razlikama među klasama. Prema ovoj teoriji, moda započinje u višoj društvenoj klasi. Klasa neposredno ispod promatra što viša klasa nosi i oponaša ih. Taj se proces potom ponavlja među nižim klasama, sve dok većina društvenih slojeva ne prihvati isti modni stil. U tom trenutku, viša klasa više ne želi nositi ono što niže klase nose te mijenja stil, čime cijeli ciklus počinje iznova. Ovaj fenomen odražava ono što je McCracken [69] nazvao društvenom distancom – korištenje odjeće za prikazivanje društvenog statusa i stvaranje razlike u odnosu na druge društvene slojeve. Kada niže klase oponašaju više, ta društvena distanca se smanjuje, dok diferencijacija više klase ponovno uspostavlja razliku.

U novijim istraživanjima, Huun i Kaiser [70] pokazali su kako osnovni elementi imitacije i diferencijacije mogu objasniti promjene u modi dojenčadi i male djece, ovisno o dobi i spolu. Cook i Kaiser [71] reinterpretirali su teoriju „trickle down“ kako bi objasnili nedavno „smanjivanje“ modnih stilova tinejdžera i odraslih u dječju modu i stilove za tzv. „tweens“. Iako se hijerarhijski (klasni) tijek modnih trendova ove teorije može osporiti, osnovna dinamika Simmelove analize imitacije i diferencijacije ostaje ključna za teoriju mode.

S početkom postmodernog razdoblja, teorija „trickle down“ više nije dovoljno objašnjavala promjene u modi. Modni stilovi počeli su nastajati među običnim ljudima i bili su preuzeti s ulice. Alternativa ovoj teoriji je teorija „trickle up“ (kap po kap prema gore), koja objašnjava ovaj novi fenomen: moda započinje u nižim društvenim slojevima i usvaja se u sve višim slojevima dok ne dospije do najviših klasa. Ovu teoriju je razvio znanstvenik Field [72], koji ju je nazvao „fenomen plutajućeg statusa“. Antropolog Polhemus [10, 21] nazvao ju je „bubble up“. Modna znanstvenica Behling [73] sugerirala je da smjer mode – prema gore ili prema dolje – ovisi o srednjoj dobi stanovništva. Tvrdila je da će uzorci dolaziti iz srednje dobi populacije: kada je srednja dob starija, uzori su iz viših slojeva i moda ide prema dolje, dok mlađa srednja dob potiče uzore iz nižih slojeva, što omogućava modi da ide prema gore.

Teorija „trickle across“, također poznata kao „masovno tržište“ ili „istodobno usvajanje“, predlaže da modni trendovi istovremeno dosežu sve društvene slojeve. Prema ovoj teoriji, širenje trenda ne slijedi klasni obrazac kao u teorijama „trickle up“ i „trickle down“. Umjesto toga, modni sustav koordinira uvođenje trendova kroz različite kanale, omogućeno masovnom komunikacijom, masovnom proizvodnjom i

rastućom srednjom klasom [74]. Behling [73] tvrdi da dizajn ne doseže sve tržišne slojeve istodobno, već mu je potrebno barem godinu dana. Međutim, u modelu „trickle across“ vremenski razmak između prihvaćanja trenda među različitim skupinama minimalan je. Primjeri ove teorije vide se kada dizajneri istovremeno prezentiraju određeni stil u različitim cjenovnim kategorijama, od luksuznih do komercijalnih linija. Robinson [75] podržava teoriju „trickle across“ tvrdeći da svaka društvena skupina uzima smjernice od susjednih skupina unutar društvenog sloja. King [76] iznosi razloge za ovaj obrazac distribucije, uključujući brzu masovnu komunikaciju, promotivne aktivnosti proizvođača i trgovaca te izloženost modnim stilovima putem modnih lidera. Ključne ideje ove teorije uključuju: istovremeno usvajanje novih trendova od strane svih socioekonomskih skupina, sklonost potrošača prema širokoj paleti postojećih trendova, prisutnost modnih inovatora unutar svake socioekonomske skupine koji zadovoljavaju svoje preferencije, protok modnih informacija i individualni utjecaj u svijetu mode koji se „horizontalno prenosi“ kroz sve društvene slojeve. Premda „vertikalni prijenos“ i dalje postoji, on je prvenstveno vidljiv unutar same modne industrije, primjerice među modnim urednicima [7].

Teorije distribucije mode dijele zajednički fokus na identifikaciju lidera i sljedbenika. Modni lideri prvi prihvaćaju određeni stil te ga prenose drugima. Sljedbenici, koji čine većinu potrošača, prihvaćaju i nose stilove koji su im vizualno preneseni.

Osnovne napetosti koje moda adresira u zapadnoj kulturi uključuju status, rod, prigodu, tijelo i društvenu regulaciju. Craik [9] identificira potencijalne nestabilnosti mode, poput sukoba između mladosti i starosti, muževnosti i ženstvenosti, androginih i singularnih stilova, inkluzivnosti i ekskluzivnosti, te rada i igre [9]. Modni sustavi često pružaju sredstva za samoprofiliranje kroz odjeću, ukrašavanje i geste, pokušavajući regulirati ove napetosti, sukobe i dvosmislenosti. Društvena promjena definira se kao niz događaja koji tijekom vremena zamjenjuju postojeće društvene obrasce novima. Taj proces je sveprisutan i može mijenjati uloge muškaraca i žena, stilove života, strukture i funkcije obitelji. Modni teoretičari vjeruju da moda reflektira društvene, ekonomske, političke i kulturne promjene, ali i izražava modernost te simbolizira duh vremena [77, 78].

### 3. Zaključak

Moda je ultimativno interdisciplinarno područje koje obuhvaća razna istraživačka područja, poput povijesti umjetnosti, kazališta (posebice dizajna kostima), fotografije, kulturnih i rodnih studija, dizajna, antro-

pologije, komunikacije, identiteta, luksuza, predviđanja trendova te poslovanja i marketinga. Njezin utjecaj nadmašuje isključivo estetske aspekte, jer oblikuje društvene i ekonomske dimenzije na način da nijedno područje suvremenog društva nije imuno na njezin prepoznatljiv trag.

Modni proces ima ključnu ulogu kao tržišni fenomen, jer utječe na sudbine mnogih tvrtki i brojnih industrija. On je dinamičan i razvija se kroz niz međusobno povezanih simboličkih izjava koje se pojavljuju s vremenom i koje su oblikovane od strane pojedinaца unutar šire društvene strukture. Moda nije samo pitanje dizajniranja, izrade, brendiranja, potrošnje ili povijesnih tradicija; ona se pojavljuje na na sjecištima različitih disciplina, što je čini bogatom i izazovnom temom za znanstveno istraživanje.

Analizirana su istraživanja i radovi koji objašnjavaju ključne teorije u vezi s modom. Korištena metodologija temelji se na sustavnom i analitičkom pregledu literature, s posebnim fokusom na kulturne teorije mode, pri čemu su podaci analizirani objektivno uz pristup objavljenim i recenziranim znanstvenim člancima i knjigama. Dan je i pregled razvoja interdisciplinarnog područja modnog dizajna. Objašnjena je uloga odjeće u psihološkim i sociološkim kontekstima, predstavljajući sveobuhvatan okvir teorijskih pristupa koji ilustrira kako izbor odjeće oblikuje, odražava i izražava individualne i kolektivne identitete.

### Literatura:

- [1] Bulow, J. An Economic Theory of Planned Obsolescence. *Q. J. Econ.* **1986**, 101, 729–749. DOI: 10.2307/1884176
- [2] Bidgoli, H. *The Handbook of Technology Management, Supply Chain Management, Marketing and Advertising, and Global Management*; John Wiley & Sons Ltd.: Chichester, UK, 2010; pp. 296.
- [3] Johnson, B.H.; Richard, N.N.; Peters, K. Clothing Style Differences: Their Effect on the Impression of Sociability. *Home Econ. Res. J.* **1977**, 6, 58–63. DOI: 10.1177/1077727X7700600107
- [4] Kawamura, Y. *Fashionology: An Introduction to Fashion Studies*; Berg Publishers: Oxford, UK, 2005.
- [5] Entwistle, J. The Dressed Body. In *Body Dressing*; Entwistle, J., Wilson, E., Eds.; Berg: Oxford, UK, 2001; pp. 33–58.
- [6] Jense, H. *Fashion Studies: Research Methods, Sites, and Practices (Dress, Body, Culture)*; Bloomsbury: London, UK, 2016.

- [7] Riello, G. The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion. *J. Aesthet. Cult.* **2011**, 3, 1–9. DOI: 10.3402/jac.v3i0.8865
- [8] Baudelaire, C. The Painter of Modern Life. In *Selected Writings on Art and Literature*; Charvet, P.E., Trans.; Viking: London, UK, 1972; pp. 395–422.
- [9] Sproles, G.B.; Burns, L.D. *Changing Appearances: Understanding Dress in Contemporary Society*; Fairchild: New York, NY, USA, 1994.
- [10] Owyong, Y.S.M. Clothing Semiotics and the Social Construction of Power Relations. *Soc. Semiot.* **2009**, 19, 191–211. DOI: 10.1080/10350330902816434
- [11] Craik, J. *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*; Routledge: London, UK, 2003.
- [12] Polhemus, T.; Procter, L. *Fashion and Anti-fashion: An Anthropology of Clothing and Adornment*; Thames and Hudson: London, UK, 1978.
- [13] Nystrom, P.H. *Economics of Fashion*; Ronald Press: New York, NY, USA, 1929.
- [14] Reilly, A. *Key Concepts for the Fashion Industry*; Bloomsbury Academic: London, UK, 2014.
- [15] Manlow, V. *Designing Clothes: Culture and Organization of the Fashion Industry*; Transaction Publishers: New Brunswick, NJ, USA, 2009.
- [16] Calefato, P. *Fashion, Time, Language*; Éditions Universitaires Européennes: Saarbrücken, Germany, 2017; 78-82.
- [17] Merriam-Webster. Fashion. Dostupno na: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fashion> (pristupljeno 30/10/2023).
- [18] Benjamin, A. Boredom and Distraction: The Moods of Modernity. In *Walter Benjamin and History*; Benjamin, A., Ed.; Continuum: London, UK, and New York, NY, USA, 2005; pp. 156–170.
- [19] Wilson, E. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*; University of California Press: Berkeley, CA, USA, and Los Angeles, CA, USA, 1987.
- [20] Sapir, E. Fashion. In *Encyclopedia of the Social Sciences*; Seligman, R.A., Ed.; Macmillan: New York, NY, USA, 1959; pp. 139–144.
- [21] Svendsen, L. *Fashion: A Philosophy*; Reaktion Books: London, UK, 2006; pp. 38-47.
- [22] Lipovetsky, G. *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*; Princeton University Press: New York, NY, USA, 1994.
- [23] Polhemus, T. *Fashion & Anti-Fashion: Exploring Adornment and Dress from an Anthropological Perspective*; Polhemus: Hastings, UK, 2011.
- [24] Rancière, J. *Dis-agreement*; University of Minnesota Press: Minneapolis, MN, USA, 1999.
- [25] Blackburn, S. *Oxford Dictionary of Philosophy*, 2nd ed.; Oxford University Press: Oxford, UK, 2008.
- [26] Hall, S. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*; Sage: London, UK, 1997.
- [27] Beasley, R.; Marcel, D. *Persuasive Signs: The Semiotics of Advertising*; Mouton de Gruyter: New York, NY, USA, 2002.
- [28] Angermüller, J. *Why There Is No Poststructuralism in France: The Making of an Intellectual Generation*; Bloomsbury: London, UK, 2015.
- [29] Viveiros de Castro, E. *Cannibal Metaphysics: For a Post-structural Anthropology*; Univocal Publishing: Minneapolis, MN, USA, 2015.
- [30] Viveiros de Castro, E.; Goldman, M. Introduction to Post-Social Anthropology: Networks, Multiplicities, and Symmetrizations. *HAU: J. Ethnogr. Theory* **2012**, 2, 421–433. DOI: 10.14318/hau2.1.015
- [31] Shepperson, A.; Tomaselli, K. Semiotics in an African Context: Science vs. priestcraft - "semiology vs. semiotics". *Acta Semiot. Fenn.* **1993**, 4, 159–175. DOI: 10.1177/1367877998001001
- [32] Palmer, F.R. *Semantics*; Cambridge University Press: New York, NY, USA, 1993.
- [33] Bignell, J. *Media Semiotics: An Introduction*; Manchester University Press: New York, NY, USA, 2002.
- [34] Nöth, W. *Handbook of Semiotics*; Indiana University Press: Bloomington, IN, USA, 1996.
- [35] Fiske, J. *Introduction to Communication Studies*; Routledge: London, UK, 1990.
- [36] Barthes, R. *The Fashion System*; Hill and Wang: New York, NY, USA, 1983.
- [37] Breward, C. Cultures, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress. In *The fashion business*; Berg: Oxford, UK, 2000; pp. 301–314.
- [38] Hebdige, D. *Subculture: The Meaning of Style*; Routledge: London, UK, 1979.
- [39] Turner, G. *British Cultural Studies: An Introduction*, 3rd ed.; Routledge: London, UK, 2002.
- [40] Husserl, E. *Formal and Transcendental Logic*; Martinus Nijhoff Publishers: The Hague, The Netherlands, 1969; pp. 86.

- [41] Burkhardt, H.; Smith, B. *Handbook of Metaphysics and Ontology*; Philosophia Verlag GmbH: Munich, Germany, 1991.
- [42] Heidegger, M. *Being and Time*; Blackwell: Oxford, UK, 1998.
- [43] Kartsounis, G.; Douros, I.; Treleaven, P.C. BodyXML—An XML-Based High-Level Representation Framework of Human Bodies. In *Proceedings of 3D Modelling*; Paris, France, 23–24 April 2003; pp. 1–12. Dostupno na: <http://douros.org/upload/461353/documents/kartsounis-douros-treleaven-3dmodelling2003.pdf> (pristupljeno 30/10/2023).
- [44] Fuhrmann, A.; Gross, C.; Weber, A. Ontologies for Virtual Garments. In *Proceedings of Workshop Towards Semantic Virtual Environments*; Villars, Switzerland, March 2005; pp. 101–109. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/228508102\\_Ontologies\\_for\\_virtual\\_garments](https://www.researchgate.net/publication/228508102_Ontologies_for_virtual_garments) (pristupljeno 30/10/2023).
- [45] Vogiatzis, D.; Pierrakos, D.; Paliouras, G.; Jenkyn-Jones, S. Exploiting Knowledge about Fashion to Provide Personalized Clothing Recommendations. *Semantic Web Journal* **2009**, 1, 1–10.
- [46] Hansen, K.T. Dressing Dangerously: Miniskirts, Gender Relations and Sexuality in Zambia. In *Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress*; Allman, J., Ed.; Indiana University Press: Bloomington, IN, USA, 2004; pp. 166–185.
- [47] Root, R.A. *The Latin American Fashion Reader*; Berg: Oxford, UK, 2004.
- [48] Femenias, B. *Gender and the Boundaries of Dress in Contemporary Peru*; University of Texas Press: Austin, TX, USA, 2004.
- [49] Schulte Nordholt, H. *Outward Appearances: Dressing State and Society in Indonesia*; KITLV Press: Leiden, The Netherlands, 1997.
- [50] Tarlo, E. *Clothing Matters: Dress and Identity in India*; University of Chicago Press: Chicago, IL, USA, 1996.
- [51] Byfield, J. Dress and Politics in Post-World War Abeokuta (Western Nigeria). In *Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress*; Allman, J., Ed.; Indiana University Press: Bloomington, IN, USA, 2004; pp. 31–49.
- [52] Moorman, M. Putting on a Pano and Dancing Like Our Grandparents: Nation and Dress in Late Colonial Luanda. In *Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress*; Allman, J., Ed.; Indiana University Press: Bloomington, IN, USA, 2004; pp. 84–103.
- [53] Ivaska, A. Anti-Militants Meet Modern Misses: Urban Style, Gender and the Politics of “National Culture” in 1960s Dar es Salaam, Tanzania. In *Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress*; Allman, J., Ed.; Indiana University Press: Bloomington, IN, USA, 2004; pp. 102–124.
- [54] Burgess, T. Cinema, Bell Bottoms, and Miniskirts: Struggles over Youth and Citizenship in Revolutionary Zanzibar. *Int. J. Afr. Hist. Stud.* **2002**, 35, 287–313. DOI: 10.2307/3097615
- [55] Niessen, S.; Leshkovich, A.M.; Jones, C. *Re-Orienting Fashion: The Globalization of Asian Dress*; Berg: Oxford, UK, 2003.
- [56] Finkelstein, J. *The Art of Self-Invention: Image and Identity in Popular Visual Culture*; Tauris: London, UK, 2007.
- [57] Goffman, E. *The Presentation of the Self in Everyday Life*; Doubleday: Garden City, NY, USA, 1959.
- [58] Davis, F. *Fashion, Culture, and Identity*; University of Chicago Press: Chicago, IL, USA, 1992.
- [59] Entwistle, J. The Dressed Body. In *Body Dressing*; Entwistle, J., Wilson, E., Eds.; Berg: Oxford, UK, 2001; pp. 33–58.
- [60] Kaiser, S.B.; Nagasawa, R.H.; Hutton, S.S. Fashion, Postmodernity, and Personal Appearance: A Symbolic Interactionist Formulation. *Symb. Interact.* **1991**, 14, 165–185. DOI: 10.1525/si.1991.14.2.165
- [61] Delong, M.; Park, J. From Cool to Hot to Cool: The Case for the Black Leather Jacket. In *Men’s Fashion Reader*; Reilly, A., Cosbey, S., Eds.; Fairchild: New York, NY, USA, 2008; pp. 166–179.
- [62] Sachs-Hombach, K. *Znanost o slici—discipline, teme, metode*; Antibarbarus: Zagreb, Croatia, 2006.
- [63] Paić, Ž.; Purgar, K., Eds. *Vizualna Konstrukcija Kulture*; Antibarbarus–HDP: Zagreb, Croatia, 2008.
- [64] Paić, Ž. Technosphere—A New Digital Aesthetics? The Body as Event, Interactivity and Visualisation of Ideas. In *Theorizing Images*; Paić, Ž., Purgar, K., Eds.; Cambridge Scholars Publishing: Newcastle, UK, 2008; pp. 121–143.
- [65] Evans, C. *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity & Deathliness*; Yale University Press: New Haven, CT, USA; London, UK, 2003.
- [66] Martinis, R. *Nove paradigme teorije: znanost o slici i fashion studies*. Master’s Thesis, University of Zagreb, Faculty of Textile Technology, Zagreb, Croatia, 2017.

- [67] Bourdieu, P. *Distinkcija: Društvena kritika suđenja*; Milinković, J., Transl.; Antibarbarus: Zagreb, Croatia, 2011.
- [68] Teunissen, J. Fashion and Art. In *Fashion and Imagination*; Brand, J., Teunissen, J., Eds.; d'jonge Hond/ArtEZ Press: Arnhem, The Netherlands, 2009; pp. 10–25.
- [69] McCracken, G. *Culture and Consumption*; Indiana University Press: Bloomington, IN, USA, 1988.
- [70] Huun, K.; Kaiser, S.B. The Emergence of Modern Infantwear, 1896–1962: Traditional White Dresses Succumb to Fashion's Gender Obsession. *Cloth. Text. Res. J.* **2001**, 19, 103–119. DOI: 10.1177/0887302X0101900302
- [71] Cook, D.; Kaiser, S.B. Betwixt and Be Tween: Age Ambiguity and the Sexualization of the Female Consuming Subject. *J. Consum. Cult.* **2004**, 4, 203–227. DOI: 10.1177/1469540504043682
- [72] Field, G.A. The Status Float Phenomenon: The Upward Diffusion of Innovation. *Bus. Horiz.* **1970**, 13, 45–52. DOI: 10.1016/0007-6813(70)90157-6
- [73] Behling, D. Fashion Change and Demographics: A Model. *Cloth. Text. Res. J.* **1985**, 4, 18–23. DOI: 10.1177/0887302X8500400103
- [74] Brannon, E.L. *Fashion Forecasting: Research, Analysis and Presentation*; Fairchild: New York, NY, USA, 2002.
- [75] Robinson, D. The importance of fashions in taste to business history: An introductory essay. *The Business History Review.* **1963**, 37, 5–36. DOI: 10.2307/3112090
- [76] King, C. Fashion Adoption: A Rebuttal to the 'Trickle Down' Theory. In *Toward Scientific Marketing*; Greyser, S., Ed.; American Marketing Association: Chicago, IL, USA, 1963.
- [77] Lehmann, U.T. *Tigersprung: Fashion in Modernity*; MIT Press: Cambridge, MA, USA, 2000; pp. 123–126.
- [78] Blumer, H. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociol. Q.* **1969**, 10, 275–291.