

Ocene in poročila

Maja Gombač, »Modni pêle mêle« slovenske družbe v obdobju med svetovnimajima vojnama. Inštitut za novejšo zgodovino. Ljubljana 2011, 384 str., ilustr. (zbirka Razpoznavanja – Recognitions ; 13)

Maja Gombač je avtorica, katere zanimanje za modo sega, če smemo sklepati po njeni izbiri srednje šole, že v najstniška leta, ko je obiskovala Srednjo šolo za oblikovanje in fotografijo, smer moda. Po končani srednji šoli je vpisala študij zgodovine in sociologije kulture na ljubljanski filozofski fakulteti. Za diplomsko delo, ki ga je napisala leta 1999, je prejela fakultetno Prešernovo nagrado, nato pa je s pomočjo Zoisove štipendije študij nadaljevala na ISH – fakulteti za podiplomski humanistični študij v Ljubljani in Univerzi v Novi Gorici. Hkrati se je zaposlila v Arhivu Republike Slovenije, kjer je bila med drugim nekaj časa tajnica Arhivskega društva Slovenije in članica uredniškega odbora revije Arhivi in zbirke Viri. Februarja 2011 je pod mentorstvom dr. Brede Luthar uspešno zagovarjala svojo doktorsko disertacijo, katere sad je tudi obravnavana knjiga.

»Modni pêle mêle« slovenske družbe v obdobju med svetovnimajima vojnama prinaša vpogled na modne strani slovenskega časopisja v času, ko je bila slovenska družba na prehodu iz tradicionalne, kmečke, v veliki meri samozadostne v moderno, industrializirano in vedno bolj potrošniško družbo. Prinaša informacije o modnih straneh samih – o tem, kdo jih je pisal, kje so bile objavljene, kaj se je na njih nahajalo, predvsem pa avtorica na podlagi pregledanega slovenskega časopisja in literature analizira vrsto vprašanj, ki modne strani in njihove pisce umeščajo v prostor in čas – tako se na primer loti odnosa posameznih idejno-političnih opcij do mode ter povezave mode z razlikami med spoloma, razlikami med različnimi sloji družbe in povezave mode z nacionalno zavestjo.

Ob tem je nekakšna rdeča nit celotne knjige prav dihotomija med tradicionalnim in modernim, ki jo avtorica ves čas nakazuje s pravkar predstavljeno paleto različnih vprašanj in vidikov modnih strani. Zato ni naključje, da je v naslov knjige vključila ime modne rubrike, ki je mesečno izhajala v ženski reviji Žena in dom »Modni pel mel«, kar v prevodu pomeni modni križ kraž – v knjigi se nam namreč ves čas skozi prizmo



modnega sveta in modnih strani izrisuje križ kraž slovenske družbe v času med obema svetovnjima vojnama, križ kraž starega in novega, tradicionalnega in modernega, ustaljenega in ves čas spreminjajočega se.

Knjiga je razdeljena na šest vsebinskih poglavij ter uvodno in zaključno poglavje. Na koncu so povzetek v angleškem jeziku, seznam virov in literature ter osebno kazalo.

Avtorica v prvih dveh poglavjih pojasni temeljne pojme, s katerimi se je ukvarjala in srečevala pri svojem raziskovanju – pojme, kot so moda, modernizacija in množični mediji, med njimi pa se posebej posveti tiskanim medijem in modnemu tisku ter razlikam med elitnim in popularnim modnim tiskom.

Tako piše o tem, da moda ni le to, kar se vidi, ampak ravno tisto, česar se ne vidi, saj v sebi skriva celo paleto družbenih pomenov in interpretacij; ni samo določen oblačilni slog, pač pa tudi način komunikacije o vrednotah in prepričanjih določene družbe ali družbenega sloja. Zato je moda vsenavzoča, saj posega tako rekoč na vsa področja človekovega življenja in delovanja (vpliva lahko na način hoje, govorjenja, oblačenja itd.).

Avtorica predstavi tudi zgodovino mode ter različne teorije in poglede na modernizacijski proces, proces, v katerem si na obeh skrajnih polih stojita agrarna, samozadostna, zaprta družba z natanko določeno hierarhijo in pravili ter industrijska, odprta, kompleksna, razsrediščena, individualistična družba. V ta proces (množično) modo umesti kot nesporno spremljevalko modernizacije, hkrati pa kot dober primer navzkrižja med prilagajanjem družbi in individualizacijo, kjer s kombiniranjem oblačil dosegamo prilagojen, a hkrati edinstven, individualen oblačilni učinek. Opisuje razliko med tradicionalnim oblačilom, ki že samo po sebi, pa tudi po postopkih izdelave izkazuje tradicionalne vrednote, kot so pripadnost razredu, spolu itd., in modernim oblačilom, ki je pogosto industrijsko izdelano, cenejše in modno ter posebej potrošništvo in potrošniško družbo.

V prvem delu knjige avtorica predstavi tudi množične medije (knjige, časopise, radio, fotografijo, film), in sicer kot zveste spremljevalce modernizacijskega procesa in znanilce modernih družb, ter opozori na medijsko reprezentacijo družbe in s tem tudi mode, ki je le medijski konstrukt in ne posnetek realnosti (mediji ne predstavljajo sveta takšnega, kot je, pač pa konstruirajo pomen in tako v resnici spreminjajo svet). Avtorica prikaže razlike med tradicionalnimi in modernimi komunikacijskimi sredstvi, s katerimi so se v obdobju med obema vojnama v Evropi posredovala sporočila o modi – med cerkvenimi prižnicami (ki so bile po navadi mesto kritike mode in modernizacije), slikarskimi umetninami, tudi freskami na eni strani in saloni, klubi, knjigarnami, kavarnami ter pandorami (oblečenimi lutkami), manekenkami na »modnih paradah«, fotografijo in filmom na drugi strani. Še zlasti pa se Gombačeva posveti tisku, ki je lahko služil tako tradicionalnim avtoritetam, ki so modo zavračale, kot tudi akterjem, ki so prek tiskanih medijev bralstvo informirali o najnovejših modnih smernicah.

Tudi sama že v uvodu razloži, da »je v knjigi posebna pozornost namenjena tisku, prvemu modernemu množičnemu mediju, s katerim je v obdobju med sve-

tovnima vojnama v slovensko družbo vstopala tudi moda«, hkrati pa tudi osnovnemu viru, na podlagi katerega je nastala študija. Avtorica tako predstavi zgodovino modnega tiska v svetu in poudari, da je bil ta že od samega začetka povezan predvsem z ženskim spolom, posebej pa izpostavi tudi t. i. ženski tisk, katerega del je bila skoraj praviloma tudi moda. Ta je po eni strani ženske povzdignil v skupino potencialnih potrošnic (že s prodajo časopisov samih, pa tudi s pomočjo člankov o modi, dekoraciji, lepoticenju itd.), pogosto prinašal tudi politične in feministične vsebine, po drugi strani pa jih je vezal na domačo, družinsko sfero, s tem ko je prinašal vsebine o gospodinjstvu in vzgoji. Pojasni tudi pojav delitve na elitni in popularni tisk, do katere je v svetu prišlo v 19. stoletju. Prva vrsta tiska je bila kakovostnejša tako po izdelavi kot po vsebini, druga pa cenejša, polna lahkotnejših vsebin, po prvi svetovni vojni je bilo med njimi tudi vedno več slikovnih in fotografskih. Do tovrstne delitve je prišlo tudi pri modnem tisku in v modi sami (ki je bila prej sama po sebi elitna) – na eni strani se je tako izoblikovala visoka moda (*haute couture*), katere prestolnica je bil zlasti Pariz, sinonim zanjo na področju tiska pa elitna revija *Vogue*, na drugi strani pa popularna industrijska moda, katere zametki segajo na drugo stran Atlantika – v ZDA, kjer sta se razvila tako konfekcijska industrija kot tudi Hollywood in njegove filmske zvezde kot prezentacija popularnega modnega stila. Ta množična ali popularna moda se je prezentirala in oglaševala v popularnem modnem tisku ter v katalogih in cenikih, ki so jih v visokih nakladah tiskale veleblagovnice in pošiljale naročnikom na dom. V elitnem modnem tisku pa je bilo tedaj uveljavljeno t. i. umetniško oglaševanje – modne skice in slike so za Paoula Poireta, ki je na prehodu iz 19. v 20. stoletje predstavljal t. i. *haute couture*, torej visoko modo, prispevali celo umetniki, kot sta Henri Matisse in Pablo Picasso. Modno fotografijo pa je elitni modni tisk dolgo zavračal, tako da se je sprva pojavljala le v množičnem popularnem modnem tisku, šele v tridesetih letih 20. stoletja so jo sprejele tudi elitne modne revije.

Na Slovenskem je do tovrstne delitve na elitni in popularni tisk, ugotavlja Gombačeva, prišlo z zamikom. Kot prvi modni časopis na Slovenskem izpostavi *Ilustrovani modni list*, ki je konec 19. stoletja začel izhajati v Ljubljani, kot prvi slovenski ženski časopis, ki je prav tako objavljal modne vsebine, pa *Slovenko*, ki je na prelomu stoletja izhajala v Trstu. Do prve svetovne vojne so se modne vsebine začele pojavljati tudi v nekaterih drugih časopisih, še ugotavlja avtorica, v času med obema vojnama pa je modne vsebine našla zlasti v liberalnem *Ženskem svetu*, ki je redno objavljal modne prispevke, v katoliški *Vigredi* in socialističnem *Ženskem listu* (ki sta se mode dotaknila le s predstavljanjem odnosa do nje), v nepolitičnih listih *Žena in dom* (modne strani so bile tu redno objavljane) ter v *Praktični gospodinjji* oziroma *Ženi*. Moda se je pojavljala tudi v elitnih mesečnikih *Vesna*, *Razgled* in *Ilustracija*, ki so bili bogato ilustrirani, izhajali pa so le krajši čas. Poleg tega je Gombačeva analizirala še nekatere druge liste, med dnevniki pa liberalno *Jutro* in katoliškega *Slovenca*. Med modni popularni tisk je uvrstila in zato analizirala tudi *Katalog trgovine Rudolfa Stermeckega*, ki je bil izdan v veliki nakladi in razposlan na številne naslove.

V nadaljevanju knjige avtorica analizira različne dejavnike na strani ponudbe slovenskih tiskanih medijev (in s tem tudi modnih strani) ter povpraševanja na strani njihovih potrošnikov. Najprej opiše sam videz posameznih listov, zlasti glede uporabe modnih ilustracij in fotografij. Tudi tu opozarja na procese modernizacije, ko ugotavlja, da so bile modne fotografije v slovenskem tisku sprva precej konservativne – večina naj bi bila posnetih v studiu, modeli pa togi in statični, včasih so se objavljale tudi samo fotografije oblačil brez modelov. Posveti se avtorjem modnih prispevkov, ilustracij in fotografij ter urednikom in pri tem ugotavlja, da je bila večina prispevkov nepodpisanih ali podpisanih samo z inicialkami, nato pa predstavi nekaj tistih, ki jih je uspela identificirati – med njimi politika in obrtnika Matijo Kunca, obrtnico Marijo Šarc, novinarko Milko Martelanc, obrtnico Albino Hity, obrtnika Alojzija Paulina, Miro Kramer in Nado Souvan. Kot ilustratoriko navaja Nado Lampret, pa tudi umetnika Ivana Vavpotiča in Maksima Gasparija, med fotografi pa omenja Marjana Pfeiferja in Josipa Pogačnika. Analizira cene, naklade in dolžino izhajanja posameznih listov, ki so se ukvarjali z modo, ter ponudbo tujega modnega tiska v času med svetovnjima vojnama.

Najzanimivejši je drugi del knjige, v katerem Gombačeva na podlagi pregledanega slovenskega tiska v medvojnem obdobju raziskuje »kateri tradicionalni elementi (npr. v obliki neformalnih prepovedi, kot sta meščanska in religiozna moralna) so se ohranili in kateri moderni elementi (npr. nacionalna zavest) so se že kazali ter kako so se oboji reprezentirali v medijih«. V zvezi s tem jo je zanimal odnos do mode glede na idejno-politično opredelitev, natančneje, kako so v različnih svetovnonazorskih taborih »reprezentirali sam pojem (fenomen) mode oziroma kako in s kakšnimi pojmi so jo opisovali ter katere značilnosti so ji pripisovali; kako so reprezentirali proizvajalce mode oziroma kako in s kakšnimi besedami so opisali tiste, ki so modo izdelovali. Kako se je reprezentiralo potrošnike oziroma kako in s kakšnimi besedami so opisovali tiste, ki so se ravnali po modi, ter ali je bil v te reprezentacije vključen tudi neki določen sloj ali spol«. Opazuje tudi, kakšen je bil odnos med modo in razlikami v spolu in družbenemu sloju ter odnos med modo in nacionalno zavestjo.

V katoliškem taboru avtorica analizira časnik Slovenec in njegovo prilogo Ilustrirani Slovenec, tednik Domoljub ter mesečnika Vigred in Mladika ter ugotavlja, da so v Vigredi, Mladiki in Domoljubu o modi pisali skoraj izključno z vzgojno-moralnega vidika, v Slovencu, ki je bil namenjen predvsem mestnemu prebivalstvu, pa so objavljali tudi modne rubrike. Tam in v Ilustriranem Slovencu so objavljali prispevke o modnih smernicah, sem ter tja pa objavili tudi kak posmehljiv prispevek o »modnih norostih«, torej o modnih skrajnostih. Šlo je torej za poudarjanje zmernosti pri modi (estetska, spodobna moda) in odklanjanje skrajnosti, kar so označevali kot neokusno, nedostojno in nemoralno modo. Pogosto so, piše Gombačeva, v omenjenem časopisju pozivali tudi k nacionalni zavednosti in oblačenju v narodne noše.

Med liberalnim časopisjem je avtorica analizirala dnevnik Jutro, tednik Domočina in mesečnik Ženski svet. Ti so o modi redko pisali z moralno-vzgojnega vi-

dika, a so bili, kot ugotavlja avtorica, vendarle precej zadržani do nje – poudarjali so praktičnost in dober okus.

V socialističnem oziroma delavskem časopisju (analizirala je Svobodo, Vzajemno svobodo in Ženski list) modnih rubrik ali prilog ni bilo, le občasno pa so bili objavljeni posamezni prispevki o modi. Modo so opisovali z besedami, kot so »kaprica, navlaka, dekoracija, fasada (lepo zunaj / znotraj brez vsebine), meščanska oprava, tipično kapitalistično blago«. Sicer pa naj bi se ženske oblačile predvsem poceni in enostavno, brez dodatkov, kot so volančki, pentlje, nakit, čipke itd.

Za politično neopredeljen tisk, med katerim je avtorica analizirala revije Žena in dom, Praktična gospodinja oziroma Žena, Vesna, Razgled, Ilustracija, Domači prijatelj in Roman oziroma Družinski tednik, je ugotavljala, da se o modi praviloma ni pisalo negativno. Tu so se bolj pojavljali praktični modni nasveti, modo pa so najpogosteje opisovali kot »'kraljico', gospodarico, vladarico, gospo, ki predpisuje, zahteva ali zapoveduje, kako naj se oblačimo«.

O modi in njenih povezavah s spolnimi opredelitvami Gombačeva ugotavlja, da so bile modne informacije v časopisju, razen redkih izjem, namenjene ženskam, sicer pa, da se je položaj žensk v slovenski družbi odražal tudi v vsebinah ženskih revij – te so namreč posegale zlasti na tri področja – dom in družina, javno življenje in vprašanja o ženski izključenosti iz njega (feminizem, volilna pravica, izobrazba) ter prosti čas in potrošnja. Sem so spadali tudi modni nasveti. Ob tem pa je morala biti ženska, tako so jo, kot piše Gombačeva, redno opozarjali v modnih rubrikah, varčna in razumna (konec koncev je trošila denar, ki so ga težko prislužili moški!).

V podpoglavju o modi in slojnih vprašanjih avtorica prikaže, kako je moda sčasoma izgubljala svoj elitni značaj (sprva je bila rezervirana le za plemstvo, nato so se začeli po modi oblačiti meščani in nazadnje je prodrla tudi na vas), vendarle pa se poskusi najrazličnejših formalnih ali neformalnih prepovedi, ki bi modo rezervirale le za nekatere, nikdar niso nehali. Te so bile v slovenskem prostoru v času med obema vojnama raznovrstne. Bontoni so na primer prinašali pravila, kako naj bi se posameznik vedel, prehranjeval in oblačil glede na svoj status, Katoliška cerkev je pričakovala, da se njeni verniki ravnaajo (oblačijo) moralno, dostojno in stanu primerno, delavski tisk je modo zavračal kot nepotrebno in nepraktično, za nekatera tipična meščanska zbirališča, kot so bile kavarne, gledališča in nekatere prireditve, pa so veljala stroga nepisana pravila o oblačilnem videzu. Vse to se je seveda odražalo tudi na modnih straneh v slovenskem tisku, ki se je že tudi sam po sebi delil na kakovostnega, namenjenega petičnejšim bralcem, in popularnega, namenjenega širšim krogom. Podobno »razslojena« oziroma namenjena različnim družbenim slojem je bila tudi proizvodnja modnih oblačil – ta se je delila na industrijsko, obrtniško in domačo. Industrijska proizvodnja je napravila (modna) oblačila cenovno dostopna vsem slojem, obrtniško izdelana oblačila so bila dveh tipov – kakovostna in draga, pa tudi cenejša, dostopna kmečkemu prebivalstvu, pri doma izdelanih oblačilih pa so se s pomočjo krojnih pol, objavljenih v nekaterih revijah, kmečkemu prebivalstvu zdaj pridružile tudi meščanke in delavke ali gospodinje v delavskih družinah.

Gombačeva, kot je bilo že omenjeno, razišče tudi modo v luči nacionalne zavesti. V zvezi s tem ugotavlja, da je po eni strani za središče visoke mode in kraj, ki ga je v modnem svetu glede zapovedi treba ubogati in mu slediti, tudi v slovenskem prostoru med obema vojnama nesporno veljal Pariz. Modni saloni so svoje stranke vabili z oglaševanjem pariškim modelov, ko se je govorilo ali pisalo o modnih smernicah, modnih barvah ali parfumih, se je pogosto uporabljalo francoščino itd. V drugi polovici tridesetih let 20. stoletja pa se je tudi v slovenskem prostoru vedno bolj širila ameriška moda, ki jo je simboliziral Hollywood.

Na drugi strani se je tudi v odnosu do mode pogosto pozivalo k nacionalni zavednosti. Glede tega omenja avtorica propagando za oblačenje pri slovenskih obrtnikih v času velike gospodarske krize, prizadevanja po objavljanju slovenskih modnih listov in zlasti prizadevanja za populariziranje narodnih noš. Tu sta se razvili dve usmeritvi – prva je rešitev videla v tradicionalnih narodnih nošah, takih, kot so se oblikovale v 19. stoletju, druga pa je takšno narodno nošo vzela le za osnovo, ki ji je dodala različne moderne elemente, združila različne lokalne posebnosti in oblikovala svojevrsten »narodni« slog oblačenja. Tako oblečeno slovensko dekle so poimenovali »dečva«, podobe dečve pa so se pojavljale tudi na slovenskih modnih straneh.

V predzadnjem poglavju se Gombačeva posveti vprašanju, na kakšen način se je moda v slovenski družbi širila. V zvezi s tem izpostavi dve teoriji. Po teoriji kapljanja naj bi moda nastajala v višjih slojih, nižji pa naj bi jih pri tem posnemali. Ko nižji sloji prevzamejo modne značilnosti višjih, naj bi slednji modni slog spet zamenjali. Glede te teorije nato ugotavlja, da meje med meščanstvom, ki naj bi obravnavanem času bilo vodilni sloj, in preostalim prebivalstvom niso bile tako trdne in jasno zarisane, kot je to veljalo za pretekla zgodovinska obdobja, vendarle pa so se razlike v družbenih slojih kazale na primer v materialih, iz katerih so bila oblačila (manj po krojih), po nakupovanju v tujini ali v elitnih salonih, po hitrosti prevzemanja novih modnih smernic, po tem, kakšen modni tisk je nekdo spremljal (elitni ali popularni). Druga teorija, ki jo omenja, pa je teorija kapljanja počez, po kateri ne gre toliko za prehajanje modnih idej po razredih navzdol, pač pa za to, da je moda hkrati na voljo v vseh družbenih (cenovnih) razredih, tako da si družba predvsem s pomočjo medijev »simultano prisvaja nove stile«. Informacije o modnih smernicah so pri tem prihajale z modnih strani v tisku, iz izložb trgovin, pridobiti jih je bilo mogoče neposredno z opazovanjem v kavarnah, na promenadah, v kinu. Gombačeva ugotavlja, da je prva teorija veljala bolj v tradicionalnih predmodernih družbah, druga v modernih, na Slovenskem pa sta v obravnavanem obdobju veljali obe, pri čemer je prevladovala druga, moderna oblika širjenja in potrošnje mode. V skladu z omenjenima teorijama Gombačeva kot tiste, ki so informacije širili, t. i. kulturne posrednike, opredeli na eni strani medije, na drugi družbeno elito.

V predzadnjem poglavju, ki je nekakšen povzetek pred povzetkom, Gombačeva še enkrat strnjeno povzame ugotovitve, do katerih je prišla v svoji raziskavi, in izpostavlja, da je bila slovenska družba tedaj ujeta v vrtincu modernizacije, pri čemer so hkrati obstajali tako tradicionalni predmoderni družbeni pojavi kot moderni, kar se je odražalo tudi na modnem področju.

»Modni pêle mêle« slovenske družbe v obdobju med svetovnima vojnama je knjiga, v kateri avtorica poskuša, kot to tudi sama večkrat poudari, na primeru mode in modnih strani v časopisju pokazati na stanje in razvitost slovenske družbe in njeno vpetost v modernizacijske procese. Pri tem ne gre za klasično zgodovinsko študijo, v kateri avtor na podlagi čim več pregledanih primarnih virov sklepa o dogajanju v preteklosti, pač pa za bolj antropološko študijo, ki na podlagi izbranega gradiva in s pomočjo literature zaobjame delček historične stvarnosti in ga zgodovinsko in teoretično opredeli in umesti. Avtorica ob tem fenomene, ki jih na podlagi pregledanega slovenskega časopisja obravnava in opazuje, ves čas sprti teoretično in zgodovinsko utemeljuje in pojasnjuje. To je na eni strani kvaliteta knjige, na drugi strani pa prav to bralca nekoliko vleče od rdeče niti pripovedi posameznega poglavja.

Janja Sedlaček

Ana Jug - Olip, Utihnile so ptice, utihnila je vas : spomini na selske šege in navade, na izselitev v Nemčijo, na taborišče Ravensbrück in na srečno vrnitev domov. Katoliško prosvetno društvo Planina Sele in drugi, Celovec 2011, 178 str., ilustr.

V slovenski spominski literaturi poznamo nič koliko krajših besedil na temo druge svetovne vojne. Spomini Ane Jug - Olip pa so nekaj posebnega. Napisala jih je žena, ki je bila v selski dvorazrednici soočena s slovenščini nenaklonjenim učiteljem, politično je bil njen odkrit nasprotnik in v Selah je nastopal kot eksponent nemške nacionalistične miselnosti. Kljub popolnoma slovenski okolici se je Ana Olip pis-mene slovenščine tako naučila pri slovenskem prosvetnem delu in ob branju slovenskih knjig ter bila z njo soočena v domači župni cerkvi. Dolgo je potrebovala, preden se je odločila, da napiše svoje spomine. Iz številnih spominskih zapisov vemo, da je to težko delo, ker se avtorjem vračajo spomini na trpljenje, stalno

