

Klæðnaður kvenna í áhrifastöðum

Hvaða áhrif hefur fatnaður á valdabaráttu kynjanna?

Arna Sigrún Haraldsdóttir

BA ritgerð í fatahönnun

Leiðbeinandi: Katrín Anna Guðmundsdóttir

Listaháskóli Íslands

Hönnunar- og arkitektúrdeild

Reykjavík

febrúar 2008

<i>Inngangur</i>	3
<i>Klæðnaður karla í stjórnunarstöðum</i>	4
<i>Klæðnaður kvnena í stjórnunarstöðum</i>	5
<i>Kynþokki og velgengni í starfi</i>	6
<i>Uppruni svörtu dragtarinnar</i>	8
<i>Kynþokki kvenna í karlmannsfatnaði</i>	10
<i>Álit almennings á klæðnaði fólks í áhrifastöðum</i>	12
<i>Álit feminísta á tísku og klæðnaði</i>	13
<i>Tíminn sem fer í það að klæða sig „rétt“</i>	15
<i>Óraunhæfar staðalímyndir</i>	16
<i>Maskaralögsóknin og Dove-málið</i>	17
<i>Valdadragtin skilgreind</i>	18
<i>Lokaorð</i>	20
<i>Helgar tilgangurinn meðalið?</i>	20
HEIMILDASKRÁ:	22
MYNDASKRÁ	25

KLÆÐNAÐUR KVENNA Í ÁHRIFASTÖÐUM

Hversu mikil áhrif hefur fatnaður á valdabaráttu kynjanna?

Inngangur

I like my money right where I can see them... hanging in my closet

(Sarah Jessica Parker sem Carrie Bradshaw úr Sex and the city)

Hversu oft heyrir maður konur segja: „Ég á ekkert til þess að vera í” jafnvel þótt þær eigi fullan skáp af fötum? Ef hver einasti dagur byrjar á því að eyða tíma í að velja föt fyrir daginn eru það orðnar ansi margar mínútur þegar lífið er á enda. Það er ekki að ástæðulausu að fólk eyðir eins miklum tíma og peningum í útlitið og raun ber vitni. Útlit er það fyrsta sem fólk sér er það hittir manneskju í fyrsta skipti og þar af leiðandi það fyrsta sem hægt er að dæma eftir. Ef til væru einfaldar reglur eða einhvers konar leiðbeiningar um hvernig konur ættu að klæða sig kæmust þær af með töluvert styttri tíma til að hafa sig til á morgnanna og einnig minni tíma til að fylgjast með tísku, versla föt og allt hitt sem með þarf. Karlar hafa komið sér upp reglum um vinnuföt sem einfalt er að fylgja og sparar þeim tíma. Ef konur ætla sér að keppa á jafnréttisgrundvelli um eftirsóknaverð störf er mikilvægt að frítími utan vinnu sé álíka mikill milli kynjanna. Ofuráhersla á útlit og smartheit kvenna er liður í því að erfitt er fyrir konur að keppa við karla.

Föt eru hávært samskiptatæki sem allir nota hvort sem þeim líkar betur eða verr, og hvort sem það er meðvitað eða ómeðvitað. Þegar fólk þarf að lýsa útliti einhvers annars hefur mér sýnst að flestir byrji á að segja frá hárlit og hæð og nefni svo hvernig viðkomandi klæði sig. Þá notar það til dæmis orð eins og „jakkafatatýpa” eða „Sautjángella”, sem vísar til tískuverslunarinnar Gallerí Sautján. Uppáhalds orðasamband mitt í þessu samhengi er þó „úlupstrákur á hjóli”, en það notaði pabbi minn þegar hann lýsti áhyggjum sínum á mögulegu makavali mínu.

Fatnaður hefur gríðarleg félgsfræðileg áhrif. Það þarf enginn að eiga fullan skáp af fötum til að lifa af en flestir velja það samt. Fatnaður er ekki líkamleg nauðsyn nema kannski á

köldum landssvæðum en samt klæðast allir fötum. Útlit skiptir máli og það hefur áhrif á hvernig fólki gengur að fóta sig í lífinu. Þó að það sé ekki líkamleg nauðsyn að klæðast fötum hefur það þróast í félagsfræðilega nauðsyn. Til að komast áfram í lífinu þarf fólk að viðhalda ákveðnu útliti.

Fólk í stjórnunarstöðum og öðrum áhrifastöðum þarf oft að koma fram sem ímynd þess fyrirtækis sem það starfar hjá og getur fyrirtækið því sett því reglur um hvernig það skal klæðast. Oft á tíðum er það þó ekki nauðsynlegt því af einhverri ástæðu hafa myndast óskrifðar reglur um klæðaburð og flestir þekkja til þeirra. Þessar reglur eru einna stífastar í viðskipta- og bankageiranum en virðast vera frjálslægri til dæmis í pólitík. Ég ætla að fjalla um hvaðan þessar reglur eru sprotnar og hversu miklu máli þær skipta í valdabaráttu kynjanna. Skoðaðar verða niðurstöður ýmissa rannsókna á áhrif útlits og fegurðar. Fjallað verður um valdadragtina og saga hennar rakin auk þess sem mikilvægi hennar miðað við núverandi aðstæður verður rædd.

Klæðnaður karla í stjórnunarstöðum

Þeir sem fara með peninga annarra eða standa í samningaviðræðum þurfa gjarnan að líta út fyrir að vera verðugir trausts. Það er traustvekjandi að sá sem fer með fjármál líti út fyrir að njóta fjárhagslegrar velgengni. Það gefur því augaleið að þeir sem starfa í fjármálum og viðskiptum leggi ríka áherslu á útlit sitt.

Þar sem karlar hafa starfað í viðskiptum og við fjármál lengur en konur ætla ég að byrja á að fjalla um klæðnað þeirra. Það leikur ekki nokkur vafi á því að jakkaföt eru vinnubúningur þessara karla. Fabio Quaradeghini, þáverandi sjóðsstjóri hjá Landsbankanum, sagði í viðtali við Viðskiptablað Morgunblaðsins 25. maí 2006 að vinnuklæðnaður hans væri eins og skólabúningar í Englandi þar sem fáar leiðir væru færar fyrir menn að tjá sig sem einstaklinga vegna þess hve takmarkandi jakkaföt væru. Fabio nefndi einnig mikilvægi stöðugleika þessa búnings, það er að fólk tengi saman þroskaðan klæðaburð við þroska og færni í starfi:., Persónulega held ég að reglur séu ekki mjög breytilegar, ég held að grunntískan í viðskiptaklæðanaði hafi ekki breyst mikið síðustu 50 árin. Í minni starfsgrein vill fólk sjá mann sem traustan, ekki of ákafan og

ágætlega þroskaðan. Enginn vill sjá ýtna og áberandi krakka eyða milljónum og reyna meira en nokkuð annað að vera svöl fremur en vitur. Viðskiptavinir og atvinnurekendur vilja sjá að þú hafir lagt þig fram og leggir metnað þinn í framkomu líkt og þú gerir með vinnuna.” Hann sagði einnig: „Sem betur fer þurfa menn ekki að hafa eins miklar áhyggjur og konur af því hverju skal klæðast.”¹

Klæðnaður kvenna í stjórnunarstöðum

Klæðnaður kvenna í viðskiptum og fjármálum á sér ekki eins langa sögu og klæðnaður karla í sömu störfum. Það er einfaldlega vegna þess að konur hafa ekki eins lengi og karlar unnið þessi störf. Þær hafa þó líkt og karlar komið sér upp ákveðnum reglum um klæðnað. Sóley Halla Eggertsdóttir starfaði sem viðskiptastjóri Eignastýringar KB banka og sagði í viðtali við Viðskiptablað Morgunblaðsins, rétt eins og Fabio Quadreghini, að til séu óskrifuð lög um klæðnað á vinnustaðnum. Hún sagði meðal annars: „Þar sem vinnan gengur að hluta til út á að halda kynningar og funda með viðskiptavinunum eru svona þínu óskrifuð lög að það sé ekki sama í hverju maður er í vinnunni... vinnan gengur að hluta til út á að hitta viðskiptavinina mína og fara á fundi, þ.e. vera í framlínu, þá kemur það að sjálfu sér að maður hugsar út í hvort fatnaðurinn gangi í vinnunni eða ekki.”² Með þessu er hún að segja að viðskiptavinir hennar dæmi hæfileika hennar í starfi eftir því hvernig hún lítur út. Það sé því mikilvægt að virðast vera starfi sínu vaxinn.

Þegar konur fóru að sækja inn á starfsvettvang sem áður tilheyrði körlum var ekki komin föst hefð á klæðnað kvenna í þessum stöðum sem jöfnuðust á við jakkaföt karla. Svarta dragtin, sem hefur orðið einkennisbúningur þessara kvenna er í raun alveg eins og jakkaföt karla sniðin á konulíkama. Axlir eru breikkaðar með herðapúðum og þótt konum sé leyfilegt að vera í pilsu við dragtarjakkann er búningurinn í grunninn til alveg eins og jakkaföt karlanna.

¹ http://www.mbl.is/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=1084440
Sótt 25. desember 2007.

² http://www.mbl.is/mm/grein.html?grein_id=1084321
Sótt 25. desember 2007.

Það er þó ákveðinn grundavallarmunur á jakkafötum karla og dragtar kvenna. Jakkaföt karla hafa löngum verið tengd við völd, og völd við kynþokka. Völd eru hins vegar ekki eins nátengd kynþokka kvenna og þar af leiðandi er dragtin ekki vísun í kynþokka.

Kynþokki og velgengi í starfi

Kynþokki er orð sem fólk greinir á um hvernig skal túlka. Íslenska orðabókin útskýrir kynþokka sem „kynferðisbundnar eigindir í útliti og/eða fasi sem orka örvandi á einstaklinga hins kynsins”³ og mun ég styðjast við þá skilgreiningu í þessari ritgerð.

Kynþokki kvenna á vinnustað er afar vandmeðfarinn. Það eru ekki ný vísindi að útlit og ekki síst fegurð, er áhrifavaldur þegar kemur að velgengi. Það má vissulega deila um hvað fegurð sé. Orðabókarskilgreiningin er sú að fegurð sé það sem gleður augað og þykir fagurfræðilega notalegt ef svo má að orði komast.⁴ Vissir andlitsdrættir þykja fagurfræðilega notalegri en aðrir. Sömu sögu er að segja um líkamsbyggingu og fatnað. Þeir sem þykja fallegir miðað við gildandi vestræn viðmið í dag deila með sér ákveðnum útlitseiginleikum eða hlutföllum. Þessir eiginleikar eiga það til að vera ýktir um of með ýmiss konar hjálpartækjum, til dæmis tölvuvinnslu. Nánar verður farið út í það seinna í þessari ritgerð.

Rannsóknir hafa sýnt að fegurð hefur áhrif á velgengi í starfi. Fallegar konur eru líklegar til að vera ráðnar í framlínustörf eins og móttöku en ólíklegri til að vera ráðnar í stjórnunarstöður. Fallegir karlar eru karlmannlegir og það þykir eftirsóknarverður eiginleiki í stjórnunarstöður. Fallegar konur eru kvenlegar og er það gjarnan tengt við veiklyndi og þykir það ekki góður eiginleiki hjá stjórnendum.⁵

³ *Íslensk orðabók Menningarsjóðs*, Reykjavík 1983.

8. prentun

⁴ A M Macdonald :*Chambers twentieth century dictionary*
W&R Chambers 1972

⁵ Nancy Etcoff: *Survival of the prettiest- The Science of beauty* bls 83, Anchor Books, 1999

Gallalaus húð er sá útlitseinleiki sem flestir sækjast eftir. Næstefstíróknarverðast er fallett hárf . Hins vegar er ekki gott fyrir konur á framabraut að vera ljóshærðar því í kannanir hafa sýnt að almenningur telur ljóshærðar konur vera veiklyndar, undirgefnar og ekki eins vitrar.⁷ Enginn þessara eiginleika þykir eftirstíróknarverður hjá stjórndum. Fleira er hægt að tína til. Samkvæmt könnun er Svenska Dagbladet greindi frá árið 2005 er líklegra að þú náir góðum árangri í launa- eða atvinnuviðtali ef þú mætir með gleraugu heldur en ef þú værir gleraugnalaus.⁸ Í ágúst 2004 greindi Morgunblaðið frá könnun sem leiddi í ljós að konur eru frekar metnar eftir útliti en karlar þegar sótt er um vinnu. Þar kom fram að konur sem eru of feitir verði frekar fyrir mismunun heldur en of feitir karlar.⁹ Í framhaldi af umfjöllun Morgunblaðsins um þá könnun sagði Hanna Björg Vilhjálmisdóttir hjá vinnumiðluninni Liðsauka að meiri útlitskröfur séu gerðar til kvenna en karla. Hún telur það að hluta til vera vegna þess að fleiri karlar sjái um ráðningar og séu þeir „umburðarlyndari gagnvart útliti karla en kvenna”¹⁰

Árið 2001 var deildarstjóri innan félagsþjónustunnar á Nýja Sjálandi rekinn fyrir klæðaburð. Kona þessi þótti sýna ósæmilega mikið af beru holdi og var tjáð af samstarfsmönnum sínum að slíkur klæðaburður væri móðgandi. Einnig sagði einn samstarfsmaður hennar að opinberir starfsmenn skyldu klæðast gráum fötum. Málið vakti mikla reiði í Nýja Sjálandi og sýndu nýsjálenskar konur stuðning í verki með að mæta til vinnu í stuttum þilsum og með stóra eyrnalokka eftir að konan hafði höfðað mál gegn ríkinu.¹¹

⁶Nancy Etcoff, *Survival of the prettiest- The Science of beauty* bls 85, Anchor Books, 1999

⁷ Nancy Etcoff, *Survival of the prettiest- The Science of beauty* bls 127, Anchor Books, 1999

⁸ http://mblis/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=1037023
sótt 25. desember 2007 klukkan 16.00

⁹ http://www.mbl.is/mm/gagnasafn.html?grein_id=814810
sótt 25. desember 2007 klukkan 04.09

¹⁰ http://www.mbl.is/mm/gagnasafn.html?grein_id=814810
sótt 25. desember 2007 klukkan 04.09

¹¹ <http://mbl.is/mm/frettir/erlent/frett.html?nid=723725>
sótt 25. desember 2007 klukkan 3.11

Uppruni svörtu dragtarinnar

„Teiloraði”¹² jakkinn, eða dragtarjakkinn, á sér langan uppruna. Á seinni hluta 19. aldar klæddust konur „teiloruðum” jakka með pilsí og er hægt að segja að það sé forveri dragtarinnar. Þess konar dragt var hægt að kaupa í gegnum pöntunarlista jafnvel þótt heimasaumuð föt voru algengari.¹³ Þegar 19. öldin var rétt um það bil að líða undir lok fór það að tíðkast að konur stunduðu íþróttir og hafði það gífurleg áhrif á fatnað kvenna. Tennis og hjóltreiddar urðu algeng tólmstundaiðkun meðal kvenna og kallaði það á fatnað sem hindraði ekki hreyfingar þeirra. Þrátt fyrir mikla gagnrýni frá körlum sóttu konur í að vera í svokölluðum Bloomer-buxum þegar það hentaði.¹⁴ Bloomer-buxur voru víðar bómullarbuxur sem teknar voru saman um ökklang og gjarnan notaðar undir hnésíð víð pils.¹⁵

Með tilkomu fyrri heimsstyrjaldarinnar fór að verða algengt að sjá konur í því sem áður hafði verið hefðbundinn karlmannsfatnaður. Konur þurftu jú að sinna störfum sem karlar höfðu áður séð um og því eðlilegt að þær tækju upp búningana þeirra líka.¹⁶

Á þriðja áratug 20. aldar fóru fóru konur að klæðast fötum sem sýndu meira af beru holdi en áður hafði tíðkast. Konur sýndu það beinlínis í verki að þær væru eigin herrar og klæddu sig eftir því. Þær létu ekki bjóða sér lengur niðþung korselett eða aðrar álíka hamlandi flíkur. Coco Chanel birtist á sjónarsviðið með einfaldar og þægilegar flíkur sem heldri frúr Parísar voru fljótar að tileinka sér. Í hönnun sinni nýtti Chanel sér hefðbundnar karlmannsflíkur og breytti þeim í kvenlegan þægilegan fatnað.¹⁷

Það er ef til vill með tilkomu Chanel dragtarinnar sem farið var að tala um dragt í þeim skilningi sem við gerum í dag því hún er að formi til mjög svipuð „vinnudragtinni” sem

¹² hugtakið „teilorað” (e. tailored) á sér ekki íslenska þýðingu, en klæðaskerasaumað kemst næst því.

¹³ Rachel H. Kemper: *A History of Costume*, bls 137. Newsweek Books 1977

¹⁴ Rachel H. Kemper: *A History of Costume*, bls 138. Newsweek Books 1977

¹⁵ <http://www.britannica.com/eb/article-9015718/bloomers>, sótt 4. janúar 2007

¹⁶ Rachel H. Kemper: *A History of Costume*, bls 140. Newsweek Books 1977

¹⁷ Gertrud Lehnert; *Tíska – Sögulegt ágríp*, bls 126. Háskólaútgáfan 2000

við þekkjum í dag. Form kvenfatnaðar átti eftir að sveiflast þó nokkuð á næstu 30-35 árum eða þar til árið 1966 þegar Yves Saint Laurent kynnr „Le Smoking”

Svo sem fram hefur komið hér að framan hafa konur sótt í karlmannlega þætti í klæðnaði í ýmsum tilgangi. Einn þeirra er til að klæðast nokkurs konar brynju sem ver viðkomandi fyrir utanaðkomandi árásum, en með því að klæðast karlmannsfötum eru konur að klæða sig í karllæga eiginleika. Þessir karllægu eiginleikar þurfa ekkert endilega að tilheyra einungis körlum þó svo að fólk hafi gjarnan, upp að vissu marki, viljað flokka eiginleika fólks eftir kyni. Tvíhyggja er kenning sem felur í sér að allt eigi sér andstæðu. Samkvæmt þeirri kenningu eru karlar í einum flokki og konur í öðrum. Allir mannlegir eiginleikar tilheyra svo annað hvort konum eða körlum.¹⁸ Karlar, sem lengi hafa verið taldir sterkara, grimmar, og gáfaðara kynið hafa nýtt sér þá eiginleika sem flokkaðir hafa verið



mynd 1: Fyrirsæta í „Le Smoking”

karlkyns, í viðskiptum sínum. Andstæður þeirra eiginleika, sem hafa þá verið flokkaðir kvenkyns, hafa verið stimplaðir slæmir í viðskiptum. Til þess að konur geti haslað sér völl í karlaheimi þurfa þær að líta út fyrir að geta það. Augljós leið til þess er að klæða sig eins og karlmaður. Árangursríkir fatahönnuðir eins og Coco Chanel og Yves Saint Laurent hafa nýtt sér hefðir í karlmannafatnaði til að höfða til kvenna. Auk „tweed” dragtarinnar frá Chanel er „Le Smoking” frá Saint Laurent eitt af frægustu dæmum um það í tískusögunni. Þar tók ann hefðbundinn karlmannasmóking og aðlagði hann að

kvenlíkama. Það uppátæki vakti mikla athygli og tóku konur þessu nýja útliti fagnandi. Náin vinkona Saint Laurents komst svo að orði um föt hans: „Þau gera henni [konunni] kleift að fara hvert sem henni sýnist án þess að vekja óvelkomna athygli, þökk sé karlmannlegum eiginleikum þeirra gefa þau henni ákveðinn styrk, verja hana fyrir

¹⁸ <http://www.visindavefur.hi.is/svar.asp?id=507>, sótt 11. febrúar 2007

kynnum sem gætu leitt til deilna. Hins vegar á kvöldin, þegar hún velursér félagsskap gerir hann hana kynþokkafulla.”¹⁹

Kynþokki kvenna í karlmannsfatnaði

Af einhverri ástæðu hefur það löngum þótt kynþokkafullt að sjá konur í karlmannsfatnaði. Ef til vill er það vegna þess að konur sem klæðast karlmannsfatnaði eru eins og áður sagði að klæða sig í valdabúning og með því að gefa til kynna með fatavali að þær séu óhræddar við völd sýna þær um leið sjálfsöryggi sem gjarnan er tengt við kynþokka.

Á 9. áratugnum náði þessi stíll nýjum hæðum. Konur voru sem aldrei fyrr gerðar eins og karlar. Því var náð fram með ofuraxlapúðum, snöggklipptu hári og mikilli líkamsrækt. Erkitýpur þessa tímabils voru konur eins og Grace Jones og Annie Lennox.



mynd 2. Grace Jones, afar vöðvastælt í karlmannlegum jakka.



mynd 3. Annie Lennox, ögn mildari en Grace, en karlmannlegir útlitsþættir samt augljósir

Á þessu tímabili sannaðist það að konur töldu sig eiga auðveldara með að fóta sig á vinnumarkaði þar sem karlmenn voru allsráðandi ef þær einfaldlega klæddu sig eins og karlar. Þær gerðu kynbundna útlitseinleika sína nær ósýnilega þegar þær mættu til

¹⁹ Charlotte Seeling: *Fashion – The century of the designer 1900-1999*, bls 359, Könemann 1999

vinnu, en gátu síðan verið kvenlegar og kynþokkafullar á kvöldin.²⁰ Á þessum árum var farið að tala um dragtina sem valdadragt (e. power suit) og orðasambönd eins og „klæddu þig í velgengni” (e. dress for success) lýstu tíðarandanum vel. Til að veða upp á móti karllægum vinnubúningum klæddust margar konur dýrum, fallegum og kvenlegum undirfötum.

Konur í áhrifastöðum hafa enn þann dag í dag ekki fullkomlega frjálst val um hverju þær skuli klæðast. „Le Smoking” Saint Laurents vakti athygli fyrir það eitt að vera karlabúningur á konur og sáu konur strax hag sinn í að klæðast honum.



mynd4. Condoleezza Rice í Wiesbaden

Enn þann dag í dag þykir það verðugt umfjöllunarefni meðal fólks og í fjölmiðlum ef konur í áberandi stöðum sýna af sér kynþokka. Condoleezza Rice sópaði til sín heilmikilli umfjöllun í febrúar 2005 þegar hún mætti á fund hermanna í Wiesbaden í Þýskalandi. Hún var klædd í svart frá toppi til tár og þóttu fötin afar kynþokkafull, eða að minnsta kosti afar kynþokkafull fyrir konu í hennar stöðu. Hún var í háhæluðum leðurstígvélum, hnésíðu þröngu pilsu og kálfasíðu jakka í hermannastíl. Robin Givhan hjá Washington Post hafði þetta um klæðnað hennar að segja: „Jakki og stígvél Rice undirstrika kynþokka hennar og völd – svo eldfim blanda, og það í pólitík, leiðir sjaldan til annars en hneykslis”. Givhan sagði einnig að klæðaburður Rice væri ögrandi þar sem enn í dag, 30 árum eftir að Yves Saint Laurent vakti athygli tískuheimsins með „Le Smoking”, þykir það ennþá ögrandi að sjá konur klæddar á

karlmannlegan hátt.²¹ Condoleezza Rice þótti ekki eingöngu sláandi vegna þess að klæðnaður hennar minnti á hefðbundin karlmannsfatnað heldur einnig, og ekki síður,

²⁰ Gertrud Lehnert; *Tíska – Sögulegt ágríp*, bls 169. Háskólaútgáfan 2000

²¹ <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A51640-2005Feb24.html>

vegna þess að fötin senda skilaboð um vald. Með því að klæða sig í föt sem augljóslega eru kynsandi er hún að senda skilaboð um að hún hræðist ekki eigin kynþokka og getur þá mögulega nýtt sér hann ef hún kys það.

Álit almennings á klæðnaði fólks í áhrifastöðum

Það þarf ekki að leita út fyrir Ísland til að finna konur sem ögra takmarkandi hugmyndum almennings um hvað þykir viðeigandi klæðnaður kvenna í ábyrgðarfullum störfum. Í apríl 2007 birtist viðtal við Katrínu Friðriksdóttur, sem ekki fyrir svo löngu var ráðin forstöðumaður Fyrirtækjagreiningar Landsbankans, í *h tímaritinu* sem er tímarit um lífsstíl sem Smáralind gefur út. Í því var rætt við hana um nýja starfið, hvernig það er að vera einstæð móðir og sinna ábyrgðarfullu starfi og auk þess var myndapáttur. Myndirnar sýna Katrínu í stuttum kjólum, með slaufu í hárinu og með varagloss. Allt í kring eru fínir innkaupapokar og sést aðeins grilla í vörumerki hátískufyrirtækis.²² Þeir eiga væntanlega að gefa í skyn að Katrínu þyki gaman að versla sér föt. Katrín ýmist heldur á tebolla eða innkaupapokum. Mikil og heit umræða spratt í kringum þennan þátt og varð þetta að umræðuefni í sjónvarpsþættinum Íslandi í dag auk þess sem ritstjóri *h tímaritsins* sendi frá sér yfirlýsingu þar sem jafnréttishugsjónir aðstandenda tímaritsins eru útskýrðar og það að fjallað hafi verið um föt var réttlætt: „Ástæða þess að klæðaburður Katrínar Friðriksdóttur var gerður að umtalsefni í viðtali við hana er sú staðreynd að hann er óvenjulegur. Hingað til hefur hefðbundin dragt verið einkennisklæðnaður kvenna í viðskiptalífinu og þær ekki teknar alvarlega ef þær kjósa frjálslegri og kvenlegri fatnað...sú staðreynd að hún [Katrín Friðriksdóttir] er ekki bara tekin alvarlega heldur mikils virt hlýtur að vera sigur fyrir allar konur.”²³

sótt 3. janúar 2007

²² Steingerður Steinarsdóttir: „Er efnishyggjumanneskja og hagar lífinu eftir því, Katrín Friðriksdóttir veit hvað hún vill” *H tímarit*. 4. tölublað 2. árgangur bls 12-15

²³ <http://blogg.visir.is/htimarit/2007/04/20/vegna-umfjollunar-i-islandi-i-dag-vill-h-timarit-taka-fram-eftirfarandi/>

sótt 25. desember 2007

Það að frjálstlegur klæðnaður Katrínar hafi verið gerður að umtalsefni tel ég að sé bæði jákvætt og neikvætt. Það er jákvætt að konur geti náð árangri í starfi án þess að klæðast karlabúningi og þess vegna gott að konur sem gera það fái umfjöllun. Hins vegar er það neikvætt að kvenlegur klæðnaður áhrifamikilla kvenna þyki ekki sjálfsagður og þurfi þar af leiðandi sérstaka umfjöllun.

Svo virðist sem klæðnaður karlmannna hljóti ekki sömu gagnrýni og klæðnaður kvenna. Almennigur, jafnt konur sem karlar, virðist hafa meiri þolinmæði fyrir frjálstlegum klæðnaði karla en kvenna og gott dæmi um það er viðtal við Robert Wessman sem birtist í *h títmaritinu* nokkrum mánuðum eftir áður nefnt viðtal við Katrínu Friðriksdóttur. Viðtalið við Robert er nokkuð keimlíkt viðtalinu við Katrínu. Hann er spurður um hvernig gangi að sameina vinnu og fjölskyldulíf, rétt eins og Katrín, og einnig er rætt um áhuga hans á mótörhjólum og bílum. Svo fylgir myndapáttur. Myndirnar sýna Robert í hversdagslegum klæðnaði og í leðurmótörhjólaajakka. Á einni myndinni stendur hann við mótörhjól sitt og á því er límmiði sem á stendur *HARDCORE*.²⁴ Í gegnum tíðina hafa mótörhjólamenn fremur verið tengdir við ábyrgðarlausu spennufíkla og jafnvel eiturlyf, en ekki heilsteypa forstjóra og fjölskyldumenn. Því væri forvitnilegt að vita hvers vegna klæðnaður hans skuli ekki hafa fengið sambærilega umfjöllun og klæðnaður Katrínar. Svo virðist sem karlkynsforstjóri fyrirtækis hafi meira frelsi til að stjórna eigin klæðnaði en kvenkynsforstöðumaður í banka. Jafnvel þótt hann klæddist mótörhjólaajakka, hafði slagorðið *hardcore* á mótörhjólinu sínu og lýsti yfir áhuga sínum á hraðskreiðum bílum. Það virðist því vera að körlum sé fullkomlega leyfilegt að vera í bílaleik á fullorðinsaldri, en konur megi ekki vera í dúkkuleik. Báðir myndapáttirnir sýndu viðmælendurna utan vinnu, svo mismunandi störf eru hæpin ástæða fyrir þessari mismunun.

Álit feminista á tísku og klæðnaði

Mismunun kynjanna er aðalumpfjöllunarefni feminista og hafa þeir látið í ljós ýmsar skoðanir á tísku og fatnaði. Það hefur ekki þótt réttlætanlegt að feministar hafi sérstakan áhuga á fötum. Í umfjöllun *Veru, tímarits um konur og kvenfrelsi*, sem nefndist „Föt og kvenréttindi“ voru þrjár konur fengnar til að tjá sig um það efni. Hildur Jónsdóttir komst

²⁴ http://www.htimarit.is/pdf/hann_sept_lores.pdf, sótt 29. desember 2007

svo að orði að hún væri „...blessunarlega sannfærð um að ef líf okkar er innihaldsríkt, ef við losum okkur sjálfar undan fordómum, ef verkefni dagsins og lífsmarkmið veita lífi okkar fyllingu, þá hafa fyrirbæri eins og tíska og klæðnaður harla lítið gildi í sjálfu sér.”²⁵ Þetta er vanhugsað sjónarmið vegna þess að útlit og klæðnaður er í raun eins og tungumál. Rithöfundurinn Alison Lurie útskýrði það þannig að jafnvel þó við segjum ekkert tali fötin fyrir okkur og eina leiðin til að þegja sé að vera nakin og sköllótt.²⁶

Föt segja til um hvers konar persóna þú ert, eða hvers konar persóna þú ert að reyna að vera. Þau geta sent skýr og einföld skilaboð. Einkennisbúningar segja þannig á skýran hátt hvort manneskja sé til dæmis flugmaður eða flugþjónn. Á sama hátt getur vinnufatnaður sem ekki lýtur eins skýrum reglum sagt til um hvaða stöðu viðkomandi sinnir en þar sem reglurnar um klæðnaðinn eru ekki fullkomlega skýrar opnar það fyrir ýmiss konar túlkanir. Af þeirri ástæðu er mikilvægt að hugsa sig vel og vandlega um í hvaða föt maður klæðir sig áður en gengið er út um dyrnar á morgnana. Þannig geta föt ómögulega haft lítið gildi.

Annar þessara þriggja áður nefndra greinahöfunda í *Veru*, Hlín Agnarsdóttir segir: „... ég get þó ekki séð að áhugi á fötum sem slíkur geti verið aðaláhugamál nokkurrar konu, sem í raun og veru hefur þælt í eðli þeirrar kúgunar sem við erum beittar á þessu sviði sem öðrum allt frá barnæsku.”²⁷ Að mínu mati eru konur hvorki meira né minna kúgaðar af fatnaði heldur en karlar. Til eru ofboðslega stífar reglur um viðeigandi klæðnað karla við ýmis tilefni og hafa verið gefnar út bækur, eða nokkurs konar leiðarvísar um það efni. Dæmi um slíka bók er *A well-dressed gentleman's pocket guide* sem fjallar á skipulagðan hátt um fjölmörgar reglur um karlmannsfatnað miðað við ýmiss konar tækifæri.²⁸ Reglur um karlmannsfatnað snúast mest um smáatriði og eru þar af leiðandi ekki eins augljósar

²⁵ Hildur Jónsdóttir: „Föt og kvenréttindi – Getur farið saman að...?” *Vera* 3. tölublað 1983 bls 7

²⁶ Nancy Etcoff, *Survival of the prettiest- The Science of beauty* bls 208, Anchor Books, 1999

²⁷ Hlín Agnarsdóttir: „Föt og kvenréttindi – Skátubuxur og snæri eða...?” *Vera* 3. tölublað 1983 bls 9

²⁸ Oscar Lenius: *A well-dressed gentlemans pcket guide*, Prion 1998

eins og reglur um kvenmannsfatnað, að minnsta kosti fyrir þá sem ekki hafa kynnt sér reglurnar sérstaklega.

Klæðnaður karla í viðskiptum og öðrum álíka áhrifa- eða valdastöðum er nokkuð einfaldur og skýr. Jakkaföt, skyrta, bindi og fínir skór er gjaldgengur búningur. Þó svo að karlar geti leikið sér aðeins innan þess ramma eru reglurnar einfaldar og þar af leiðandi ekki svo tímafrekt að uppfylla þær. Það getur hins vegar kostað mikla peninga að standast samanburð samkeppnisaðilans. Sá karl sem er í fínni jakkafötum og með dýrara úr eða skart en annar lítur út fyrir að njóta meiri velgengni. Það breytir því samt ekki að ramminn er einfaldur og skýr. Rammi kvenna er hins vegar mun rýmri og þess vegna auðvelt fyrir konur að gleyma sér í dúkkuleik þeirra sjálfra. Samkeppni meðal kvenna getur auðveldlega snúist um hver er flottari, hefur flottari stíl eða fylgist betur með nýjustu tíksustraumum, og það getur orðið mjög tímafrekt.

Tíminn sem fer í það að klæða sig „rétt”

Sé eitthvað að marka viðbrögð almennings við viðtölunum tveimur í *h tímaritinu* þarf klæðnaður og útlit kvenna að vera mjög úthugsuð ætli þær að ná starfsframa í viðskipta- og fjármálaheiminum. Það gefur augaleið að það krefst tíma og orku, og þar af leiðandi einnig peninga, að líta „rétt” út. Enn þann dag í dag sinna konur meira heimilsstörfum en karlmenn. Það tekur líka tíma og orku. Í Bandaríkjunum sinna giftar konur sem eru í fullu starfi jafn miklum heimilisverkum og heimavinnandi húsmæður. Konur í Evrópu hafa um 30% minni frímtíma en karlmenn.²⁹ Séu hlutirnir settir í stærra samhengi má sjá að konur, sem eru 50% mannkyns, vinna tvo þriðju hluta allra unninna vinnustunda í heiminum, þéna 10% allra tekna og eiga minna en 1% eigna í heiminum.³⁰

Því má velta fyrir sér hvornig konur ætli að keppa um eftirsóttar stöður í vinnunni ef þær standa ekki jafnfætis eiginmönnum sínum hvað varðar tíma sem fer heimilishald. Ekki

²⁹ Wolf, Naomi *The Beauty Myth*, bls 24

³⁰ Wolf, Naomi, *The Beauty Myth*, bls 23

nóg með að þær eyði meiri tíma í að reka heimili en karlmenn þá eyða þær oft meiri tíma í að líta „rétt“ út.

Í bók sinni *The Beauty Myth* fjallar höfundurinn, Naomi Wolf, um misskiptingu vinnuálags kynjanna. Hún skiptir vinnuálagi í þrennt. Konur og karlar mæta bæði á fyrstu vaktina, sem er vinna utan heimilisins. Bæði kyn mæta á seinni vaktina, sem er heimilisstörf, en vakt karlanna er umtalsvert styttri en kvennanna. Á þriðju vaktina mæta bara konur, en á þeirri vakt sjá þær til þess að þær líti „rétt“ út og uppfylli gildandi fegurðarskilyrði. Það gefur auga leið að ef konur eyða meiri tíma en karlar í útlitið hafa þær minni tíma til að keppa um eftirsóknarverðar stöður. Það gæti líka komið niður á þeim ef það verður ríkjandi viðmið og samþykkt samfélaginu að konur skuli líta eins „fullkomlega“ út og þær mögulega geti en karlar þurfi þess ekki. Ef sú er raunin hafa konur ekki aðeins minni tíma til að takast á við krefjandi verkefni vinnunnar heldur ber þeim einnig skylda til að líta óaðfinnanlega út. Þannig getur sú staða komið upp að hæf kona sé ekki metin að verðleikum hafi hún ekki eytt tíma í útlitið en karl sem ekki heldur eyðir tíma í útlitið getur algjörlega sloppið við að líða fyrir það. „Konur urðu í senn atvinnuhúsmæður, atvinnuframakonur og atvinnufegurðardísir”³¹

Óraunhæfar staðalímyndir

Hugmyndir um fegurð kvenna eru í hugum margra svo óraunhæfar að ógerlegt er fyrir nokkra konu að standast þær. Fyrirsætan Veronica Webb var eitt sinn spurð að því hve langan tíma það tæki hana að hafa sig til fyrir myndatöku þar sem hún átti að líta „náttúrulega“ út. Hún svaraði að það kostaði hana 200 dollara, það tæki tvo klukkutíma og hún gæti aldrei á eigin spýtur litið út eins og hún gerir í tímaritum.³²

Auglýsingar í tímaritum og á skiltum eru líka óraunhæfar. Ef til dæmis verið er að auglýsa andlitsfarða (meik) er húð fyrirsætunnar undantekningarlaust „löguð“ með tölvuvinnslu. Sé verið að auglýsa maskara er fyrirsætan með gerviaugnár, sjampó; hárkolla, naglalakk; gervineglur og svo framvegis. Það ætti því engan að undra að konum

³¹ Naomi Wolf: *The Beauty Myth* bls 27 Anchor Books 1991

³² Naomi Wolf: *The Beauty Myth* bls 13 Anchor Books 1991

finnst erfitt að uppfylla fegurðarskilyrðin þegar fyrirmyndirnar eru eins og raun ber vitni. Dæmigerð fyrirseta á tískusýningu er líka allt öðruvísi en meginþorri kvenna. Þær eru á hæð við meðalkarlmann og hafa sömu fituprósentu og meðalkarlamaður.³³ Afar fáar konur hafa þannig líkama og meira segja þær sem eru nálægt því leggja mjög hart að sér í að verða enn ýktari, samanber brasilísku ofurfyrirsætuna Ana

Carolina Reston, en hún lést úr átröskun fyrir tveimur árum. Hún hafði, líkt og margar aðrar ungar fyrirsetur, ekki þolað álagið sem fylgir því að reyna að uppfylla fegurðarskilyrðin og hreinlega lést við að reyna það.



mynd 5. Kate Moss 19 ára

Ekki er nóg með að fyrirsetur (og þar með útlitsfyrirmyndir) séu afar óvenjulegar í vexti heldur eru þær oftast mjög ungar. Ein af vinsælustu ofurfyrirsætunum í dag, Gemma Ward, er fædd 1987 og var aðeins sautján ára þegar myndir af henni var að finna í helstu tískublöðum. Kate Moss, ein af þekktustu fyrirsetum heims, var á svipuðum aldri þegar hún hóf sinn feril og sömu sögu er að segja um langflestar fyrirsetur.

Maskaralögsóknin og Dove-málið

Það er orðin viðtekin venja að auglýsendur snyrtitvara breyti útliti fyrirsetanna með tölvuvinnslu eða með annars konar hjálpartækjum. Í júlí 2007 var snyrtivörufrirtækið L'oreal lögsótt af síðanefnd sambands bandarískra auglýsingastofa (Advertising Standards Authority) fyrir að nota gerviaughár á fyrirsetu í maskarauglýsingu. Í auglýsingunni

³³ Nancy Etcoff, *Survival of the prettiest- The Science of beauty* bls 82, Anchor Books, 1999

kom fram að með því að nota maskarann væri hægt að lengja augnhárin um allt að 60%. Myndin þótti villa um fyrir neytendum þar sem fyrirsætan var með gerviaugnhár og árangur maskarans því ekki eingöngu honum að þakka. Talsmenn L'oreal tóku vel í ábendingarnar en sögðu hins vegar að það að nota gerviaugnhár væri algeng tækni í auglýsingabransanum.³⁴

Önnur snyrtivöruvafyrirtæki hafa nýtt sér reiði kvenna í garð „gervi”auglýsinganna og beint slagorðum sínum og myndum til „raunverulegra” kvenna. Dove-fyrirtækið notaði slagorð eins og *að gera stinnari læri fyrirsætu í stærð 6 hefði ekki verið áskorun*.³⁵ Dove var með fleiri herferðir í þessum anda og vöktu þær þó nokkra athygli. Velta má fyrir sér hvort það sé ekki alveg jafn mikil hræsni falin í þessum auglýsingum. Það eitt að fyrirtækið framleiði vörur sem gerðar eru til að „leiðrétta” það sem betur má fara á líkómum kvenna setur það á sama stall og hin snyrtivöruvafyrirtækin. Réttara hefði verið gera herferð með slagorðinu *Hverjum er ekki sama um appelsínuhúð? eða Hver vill vera með augnhár sem ná upp á enni?* En væntanlega hefði það ekki aflað fyrirtækinu mikilla tekna. Hvort sem um er að ræða hrukkukrem eða maskara virðist sem konur í hinum vestræna heimi flykkist í verslanir í hvert skipti sem nýjar vörur koma á markaðinn, vongóðar um að ef þær noti vöruna muni þær líta betur út en hin konan sem þær eru í samkeppni við og þar með fá hærri laun, betri stöðuhækkun og meiri virðingu en hin.

Valdadragtin skilgreind

Árið 1977 kom út bókin *The Women's Dress for success book*. Höfundurinn, John T Molloy, gerði viðamikla rannsókn á því hvernig konur í skrifstofu- og stjórnunarstörfum skyldu klæðast vildu þær ná sem mestum árangri og standa jafnfætis körlum. Niðurstaða hans var sú að þær skyldu taka upp álíka vinnubúning og karlar hafa komið sér upp. Hann komst enn fremur að niðurstöðu um nákvæmlega hvernig sá búningur skyldi vera. Konur ættu að vera í pilsdragt, háum hælum, í sokkabuxum og með látlaust skart. Í kjölfarið gerði hann tilraun þar sem hann skipti hóp kvenna í tvennt. Annar hópurinn klæddist

³⁴ <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/6915296.stm>
sótt 7. febrúar 2007

³⁵ http://www.campaignforrealbeauty.com/inside_campaign.asp sótt 7. febrúar 2007

áðurnefndum búningi en hinn hópurinn óbreyttum fatnaði. Ári seinna höfðu þær konur sem klæddust búningnum fengið meiri launahækkanir og stöðuhækkanir en hinar og nutu almennt meiri virðingar í starfi. Staða kvennanna sem klæddust ekki búningnum var óbreytt.³⁶

Stuttu eftir að bók Molloy kom út náðu valdadragtir gríðarlegum vinsældum, þótt vafalaust hafi verið fleiri áhrifavaldar að því.³⁷ Konur urðu í kjölfarið áhrifameiri í viðskiptaheiminum en áður hafði þekkt. Hversu mikið breyttur klæðnaður þeirra hafði um það að segja er erfitt að segja til um. Það leikur hins vegar enginn vafi á því að með auknu sjálfstrausti kvenna fylgir aukin starfsgeta þeirra. Ef konur þurfa beinlínis að klæða sig í völdin til að finnast þær verðskulda þau má vel hugsa sér að það sé rétt fyrir þær að gera það.

Þrátt fyrir skýrar niðurstöður rannsóknar John Molloy hafa enn ekki allar konur tekið upp vinnubúning á við karla. Ýmsar ástæður geta legið að baki því. Ein þeirra er áðurnefnd fegurðarsamkeppni meðal kvenna. Ef einhverri konu finnst hún sætari í dúllulegum kjól frekar en beinskeyttri dragt er líklegt að hún muni hugsa með sér að ef hún væri í kjólnum væri hún sætari og þar af leiðandi virtari. Annarri konu gæti fundist hún sætust sólbrún og þar af leiðandi eytt tíma í sólbekkjanoftkun. Að bæta þeim tíma við allt annað sem konur gera umfram karla telur sitt og safnast þegar saman kemur, auk þess sem hún ætti á hættu á að fá húðkrabbamein og deyja um aldur fram. Ef þessar aðgerðir þeirra leiða til aukins sjálfstrausts hjá þeim hlýtur þeim tíma að vera vel varið og að það komi þeim því til góða upp að vissu marki.

Ákveðin störf eru þess eðlis að betra er fyrir fólk að sýna eigin karakter með klæðaburði frekar en að klæðast ópersónulegum búningi. Dæmi um það eru störf í skemmtanaíðnaðinum eða önnur þar sem keppst er um að vera með puttann á púlsinum hvað nýjustu strauma í tísku og tónlist varðar. Í störfum þar sem persónulegir eiginleikar

³⁶ Naomi Wolf: *The Beauty Myth* bls 43-45 Anchor Books 1991

³⁷ Francois Baudot og Jean Demachy: *Elle style – the 1980's*, Filipacchi publishing 2003

einstaklinga eru áberandi getur líka verið ágætt að klæða sig að eigin geðþótta. Þannig virðast konur í stjórnámálum klæða sig á fjölbreyttari hátt en konur í viðskiptum. Það gæti allt eins aflað þeim atkvæða að sýna sig sem sterkar, sjálfstæðar konur sem fara eigin leiðir... líka í klæðaburði.

Lokaorð

Helgar tilgangurinn meðalið?

Ef eingöngu er horft til kvenna í viðskiptum og fjármálum er hægt að benda á góð rök fyrir því hvers vegna þær væru betur staddar í samkeppninni við karla ef þær tækju upp álíka búning og þeir. Það að karlar eigi sér ákveðinn vinnubúning einfaldar þeim lífið til muna og það gefur þeim ákveðna traustsímmynd. Það sést utan á þeim að þeir flækja ekki fyrir sér hlutina með því að tæta allt úr fataskápnnum sínum á morgnana og raða saman tíu mismunandi alklæðnuðum í stresskasti og tímaþröng. Það tekur einfaldlega tíma og orku að raða saman fallegu dressi og ekki síst ef markmiðið með því er að vera fínni og smartari en konan í næstu skrifstofu. Ef konur klæddust vinnubúningi myndi það minnka tíma sem þær eyða í smartheitasamkeppni hvor við aðra og jafnvel fegurðarsamkeppnina líka. Þær þyrftu þá ekki heldur að eyða eins löngum tíma í fatakaup og almennt að spá í hverju skal klæðast. Þannig væru þær nær því að hafa jafn mikinn frítíma og karlar.

Sem fatahönnuður hef ég fullan skilning á því að hægt sé að hafa mikinn áhuga á fötum og að föt geti verið helsta áhugamál fólks. Ég velti því hins vegar fyrir mér hvort það væri betra fyrir konur að leggja áhuga sinn á fötum til hliðar og fara bara í svörtu dragtina, vilji þær hasla sér völl í stjórnunarstöðum. Spurningin er því sú hvort tilgangurinn helgi meðalið? Augljóslega myndi úskubransinn líða mikið fyrir það ef konur tækju sig til, allar sem ein, og kæmu sér upp vinnubúningi. Það yrði kannski til þess að rödd þeirra yrði háværar og hún flæktist ekki í dinglandi perlufestum og flaksandi pilsum. Hin hliðin á peningnum er sú að það séu mannréttindi að fá að klæða sig að eigin geðþótta og fólk eigi að vera nægilega meðvitað um að tungumál fatnaðar geti verið ruglingslegt og láti það ekki villa til um fyrir sér.

Það ætti nú að vera ljóst að klæðnaður og útlit skiptir máli og hver sem reynir að halda öðru fram hefur einfaldlega ekki kynnt sér málið nægilega vel. Það má samt deila um hversu mikil áhrif klæðnaður hefur. Það getur verið misjafnt eftir fólki. Fólk er misfljótt að grípa á lofti staðaltýpuhugmyndir, misgagnrýnið og misþolinmótt. Sumir eru víðsýnir en aðrir ekki. Allt þetta hefur áhrif á hversu miklu máli útlit annarra skiptir viðkomandi. Flestir eru sammála um að það sé mannréttindamál fyrir konur að vera metnar á jafnréttisgrundvelli á við karlmenn. Ef vinnubúningur eins og valdadragtin er það sem þarf til að konur verði metnar til jafns á við karlmenn er sennilegt að mörgum konum finnist sjálfsagt að lúta þeirri reglu. Hins vegar er klæðnaður samskiptatæki sem í lífi margra hefur mikið gildi. Spurningin sem skiptir máli er þess vegna hvort það sé líka mannréttindamál að fá að klæða sig að eigin geðþótta. Ef svarið við þeirri spurningu er já leiðir til þess að spurt sé hvort hafi meira vægi, frelsi til að klæða sig að eftir eigin vilja, eða frelsi frá gömlum hugmyndum um yfirburði karlkynsins.

Líklega verður hver að velja fyrir sig. Ég ætla að minnsta kosti að kaupa mér eina fína dragt og klæðast henni þegar ég met svo að nauðsyn beri til. Ef upp kemur sú staða að ég telji mikilvægara að „blinda” viðmælendur mína með hljóðlátri dragt er ég tilbúin til að leyfa fötunum sem ég venjulega myndi velja að þegja rétt á meðan. Tíminn verður bara að leiða í ljós hvort ég meti þær aðstæður rétt.

HEIMILDASKRÁ:

BÆKUR:

Seeling, Charlotte: *Fashion – the century of the designer 1900-1999*, Könemann 2000

Kemper, Rachel H.: *A History of costume*, Newsweek Bokks, 1977

Lenius, Oscar: *A well dressed gentlemans pocket guide*, Prion (an imprint of the Carlton publishing group), London 1998

A M Macdonald: *Chambers twentieth century dictionary*, W&R Chambers 1972

Lenhnert, Gertrud: *Tíska – sögulegt ágrip*, Háskólaútgáfan 2000

Etcoff, Nancy: *Survival of the prettiest – the science of beauty*, Anchor Books 1999

Baudot, Francois og Demachy, Jean: *Elle style – the 1980's*, Filipacchi publishing 2003

Wolf, Naomi: *The Beauty myth – how images of beauty are used against women*, Anchor Books 1991

GREINAR Í TÍMARITUM:

Steingerður Steinarsdóttir: „Er efnishyggjumanneskja og hagar lífinu eftir því – Katrín Friðriksdóttir veit hvað hún vill.” *h tímaritið*, 4. tölublað, 2. árgangur (apríl 2007)

Hildur Jónsdóttir: „Föt og kvenréttindi – Getur farið saman að...?” *Vera –tímarit um konur og kvenfrelsi*. 3. tölublað 1983

Hlín Agnarsdóttir: „Föt og kvenréttindi – Skátabuxur og snæri eða...?” *Vera –tímarit um konur og kvenfrelsi*. 3. tölublað 1983

VEFSÍÐUR:

Dove – inside the campaign

http://www.campaignforrealbeauty.com/inside_campaign.asp

sótt 7. febrúar 2007

BBC News

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/6915296.stm>

sótt 7. febrúar 2007

http://www.htimarit.is/pdf/hann_sept_lores.pdf

sótt 29. desember 2007

h tímarit – lífið er lífsstíll

<http://blogg.visir.is/htimarit/2007/04/20/vegna-umfjollunar-i-islandi-i-dag-vill-h-timarit-taka-fram-eftirfarandi/>

sótt 25. desember 2007

Washington Post

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A51640-2005Feb24.html>

sótt 3. janúar 2007

Vísindavefurinn

<http://www.visindavefur.hi.is/svar.asp?id=507>

sótt 11. febrúar 2007

Encyclopedia Britannica

<http://www.britannica.com/eb/article-9015718/bloomers>

sótt 4. janúar 2007

Greinasafn Morgunblaðsins

http://mblis/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=1037023

sótt 25. desember 2007

Greinasafn Morgunblaðsins

http://www.mbl.is/mm/gagnasafn.html?grein_id=814810

sótt 25. desember 2007

Greinasafn Morgunblaðsins

http://www.mbl.is/mm/gagnasafn.html?grein_id=814810

sótt 25. desember 2007 klukkan 04.09

Greinasafn Morgunblaðsins

<http://mbl.is/mm/frettir/erlent/frett.html?nid=723725>

sótt 25. desember 2007

Greinasafn Morgunblaðsins

¹ http://www.mbl.is/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=1084440

Sótt 25. desember 2007

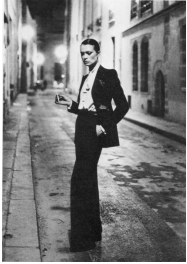
Greinasafn Morgunblaðsins

http://www.mbl.is/mm/grein.html?grein_id=1084321

Sótt 25. desember 2007 klukkan 16.36

MYNDASKRÁ

mynd 1.



Helmut Newton 1975

<http://content.answers.com/main/content/wp/en/thumb/c/ce/200px-Lesmoking.jpg>

sótt 5. febrúar 2007

Mynd 2.

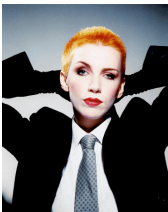


Jean-Paul Goude 1981

http://www.allaboutshoes.ca/images/common/heights_of_fashion/high_culture/1.jpg

sótt 9. febrúar 2007

mynd 3.



ljósmyndari og ár óþekkt

<http://imagecache2.allposters.com/images/pic/MMPH/262280~Annie-Lennox-Posters.jpg>

sótt 9. febrúar 2007

mynd 4.



Micheal Probst, 2005

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A51640-2005Feb24.html>

sótt 9. febrúar 2007

mynd 5.



Corinne Day, 1993

<http://www.bbc.co.uk/bbcfour/documentaries/features/corinne-day-gallery.shtml>

sótt 8. febrúar 2007