

**Natalia Khoma**

Lwowski Uniwersytet Narodowy im. Iwana Franki

## **UBRANIE JAKO SPOSÓB SAMOIDENTYFIKACJI ANALIZA TENDENCJI W UKRAIŃSKIEJ MODZIE PATRIOTYCZNEJ**

**Streszczenie:** Celem pracy jest przedstawienie procesu narodowej/etnicznej samoidentyfikacji Ukraińców na przykładzie ubrań ozdobionych patriotycznymi nadrukami. Wskazano różnicę w motywacji używania ubrań w stylu etno-autentycznym oraz w stylu współczesno-patriotycznym (narodowo-codziennym).

Odnotowano ostatnio, że dla wielu Ukraińców stało się ważne, aby podkreślić własną etniczność wyglądem, między innymi ubraniem. Ów współczesny proces powszechnie znany jest jako „tendencja patriotyczna” lub „gorączka patriotyczna.” Celem badania jest znalezienie odpowiedzi na pytania, co leży u podstaw takiego faworyzowania ubrań we wzorach patriotycznych: czy to krótkotrwała i przejściowa moda (moda polityczna) – dowodem, że „patriotyzm” jest modny, czy też odzwierciedla ona potrzeby właściciela owego produktu na określenie jego osobowości?

Zidentyfikowano następujące tendencje: 1. moda narodowa (folk fashion) 2. moda rewolucyjna lub post-rewolucyjna; 3. moda wojskowa oraz antywojenna oraz inne. Najbardziej popularne tendencje wzorów nadrukowanych to 1. motywy pro-Ukraińskie (symbole państwowe oraz hasła); 2. motywy etniczne haftowane lub wyszywane – malowanie (tradycyjne Ukraińskie malarstwo dekoracyjne) oraz inne; 3. patriotyczne nadruki ze szczyptą humoru. Autorzy owych motywów łączą uczucia miłości do własnego kraju z humorem, dowcipne motywy z narodowym/ludowym symbolizmem kolorów i dziedzictwem ludowej narracji.

Powszechnie uznane są charakterystyczne semantyczne konotacje występujące na wzorach ubrań wielbicieli patriotycznych wydruków oraz miłośników współczesnych ubrań z etnicznymi elementami lub w ludowym stylu.

**Słowa kluczowe:** samoidentyfikacja narodowa, moda polityczna, patriotyczne nadruki, patriotyczny design.

Jeszcze do niedawna na Ukrainie modne było noszenie ubrań z napisami w stylu „I love New York” i nadrukami przedstawiającymi flagi innych państw świata. Obecnie dla wielu Ukraińców ważne staje się wyrażanie w swoim wyglądzie zewnętrznym własnej przynależności etnicznej. Robią to na różne sposoby, między innymi za pomocą odzieży: Ukraińcy coraz częściej kupują rzeczy w żółto-błękitnych kolorach, na których przedstawione są symbole państwowości i narodu, bohaterowie narodowi, świętości itp. Modna staje się odzież „patriotyczna” nie tylko z elementami etnicznymi lub w narodowym stylu, ale również współczesna patriotyczna młodzieżowa linia

codzienna (narodowy *casual*). Tradycyjne wyszywanki uzupełniane są przez designerskie kolekcje z proukraińskimi nadrukami i symboliką: od odzieży i akcesoriów do produkcji pamiątkowej.

Współczesne procesy mogą być charakteryzowane jako „trend patriotyczny”, „patriotyczna gorączka”. Czym są one w rzeczywistości: potrzebą wizualnej identyfikacji, czy chęcią bycia na modnej fali? Czym jest motywowana popularność takich trendów w modzie – potrzebą wyrażenia szczerych uczuć patriotycznych? Rozumieniem konieczności zwrócenia uwagi społeczności międzynarodowej na Ukrainę? Potrzebą samoidentyfikacji narodowej? Reakcją na wydarzenia w kraju, kiedy pewna odzież i akcesoria pomagają osobie „być trendy”? Czy skłonność do odzieży z nadrukami patriotycznymi jest przelotnym przejawem mody (mody politycznej), czy dowodem na to, iż „patriotyzm jest modny”, a może wyrazem uświadomionej potrzeby osoby noszącej strój w pozycjonowaniu się za pomocą odzieży? Próba ustalenia tego będzie naszym zadaniem badawczym.

Właściwie współczesna krajowa moda patriotyczna do tej pory nie była przedmiotem badania ani socjologii, ani innych dyscyplin naukowych. W swoim badaniu oparłam się na pracach etnologów, znawców sztuki, historyków, filozofów, socjologów, psychologów. W poszukiwaniach badawczych skupię się na segmencie ukraińskiej mody patriotycznej i badaniu motywacji konsumentów takiego produktu.

Po raz pierwszy symbole przynależności zaczęły być wykorzystywane w odzieży jeszcze w średniowieczu, kiedy rycerze i feudałowie nosili barwy i znaki herbowe swego suzerena. W późniejszych czasach w modzie zaczęły pojawiać się elementy patriotyzmu (szczególnie po uzyskaniu niepodległości, rewolucjach); w owych okresach masowego charakteru nabywa markowanie swojego obywatelstwa poprzez używanie odpowiednich akcesoriów. Wojna jest jeszcze jedną z możliwych przyczyn popularności symboliki narodowej jako sposobu konsolidacji ludzi.

Nanoszenie różnych napisów i znaków na tekstylia (przeważnie grafiki reklamowej na odzieży) rozpoczęło się pod koniec XIX w. wraz z powstaniem fabryk produkujących odzież. Koszulka (obecnie najpopularniejszy wyrób tekstylny z nadrukiem patriotycznym) stała się swego rodzaju odzieżą promocyjną w latach 50. XX wieku. Amerykański aktor-buntownik, James Dean uczynił ją instrumentem autoekspresji, protestu przeciwko stereotypom w stylach odzieży. Od końca lat 50. XX w. na amerykańskie koszulki wojskowe zaczęto nanosić symbole państwowe, a od połowy lat 60. koszulki z napisami i symbolami zaczęli nosić również cywile (głównie młodzież, która upatrywała w takiej odzieży możliwość autoekspresji).

Analiza tendencji modowych w kolejnych latach świadczy o ogólnoświatowej fascynacji symboliką nie tylko swojego narodu, ale również tych państw, które przeżywały swój rozkwit, na przykład lata 80. XX w. były czasem sukcesu mody włoskiej, która upowszechniła również flagę Włoch; początek wieku XXI był czasem oszałamiających zwycięstw reprezentacji Brazylii w piłce nożnej, dlatego tłumy młodzieży nosiły odzież i akcesoria w zielono-żółtej gamie kolorystycznej itp.

Na Ukrainie patriotyczne nadruki po raz pierwszy zdobyły znaczną popularność w 2012 r. podczas „Euro-2012”: turyści kupowali wyroby z nimi jako pamiątki, natomiast Ukraińcy – w celu podkreślenia stałej więzi z narodem, państwem – gospodarzem mistrzostw. Tragiczne wydarzenia na Ukrainie w latach 2013–2015 skłoniły do szybkiego zapełnienia, do tej pory prawie pustego, segmentu odzieży ukraińskiej różnymi markami tematycznymi. Idee konsolidacji narodu, wsparcia armii, doprowadziły do powstania specjalnego terminu – „styl patriotyczny”, choć termin ten ma pewną tradycję. Znanca sztuki S. Rybałko dowodzi, że zwrot „styl patriotyczny” pojawił się jeszcze w latach 1930–1940 w Japonii, w środowisku projektantów modeli kimono<sup>1</sup>.

Jako kierunki we współczesnej modzie patriotycznej można wyodrębnić: modę folkową; modę rewolucyjną (postrewolucyjną); modę wojenną (antywojenną) i inne. Najbardziej aktualnymi tendencjami w nadrukach na odzieży są: proukraińska tematyka patriotyczna (podstawą której zwykle są symbole i hasła państwowe); motywy etniczne z wizerunkami, wyszywanki wzornictwa Petrykowskiego i innych; nadruki patriotyczne, ale nacechowane humorystycznie – ich twórcy starają się dopełniać uczucie miłości do kraju ojczystego humorem, łączyć żartobliwe motywy z symbolizmem narodowych barw i idei.

Dzisiejszy asortyment odzieży patriotycznej jest imponujący: kurtki, koszulki, czapki, dresy, torebki, krawaty itd., a również liczne (i czasem nawet nadspodziewanie trafne w wykorzystaniu wzornictwa patriotycznego) akcesoria. Popularne nadruki patriotyczne: różnorodne wizualizacje trójzęba, mapa Ukrainy, kalina, kłosy, motywy kwiatowe, tematyka kozacka itp. Rysunki są często uzupełniane przez hasła patriotyczne, rymowane strofy. Jednocześnie często są wykorzystywane barwy narodowe. Jako oddzielną grupę można wyodrębnić wyroby z wizerunkami ukraińskich pisarzy i poetów (T. Szewczenko, Łesia Ukrainka, I. Franko, M. Gogol), działaczy politycznych i państwowych (J. Mądry, I. Mazepa, M. Hruszewski).

Podczas Euromajdanu popularnością cieszyły się nadruki przedstawiające pochodnie, płonące beczki i opony, pole maków... W odzieży heroizują się nowe postacie, które uzupełniają narodowy panteon bohaterów, szczególnie zbiorowy wizerunek „Niebiańskiej sotni”.

Badanie tematu wywołało potrzebę rozgraniczenia w analizie: współczesnej odzieży z nadrukami patriotycznymi i współczesnej odzieży etnicznej, która przewiduje, w pierwszej kolejności, wyszywane ornamenty. Jak pokazało nasze badanie, stosunek do nich jest różny.

Jeśli wrócimy do historii, to odzież ludowa, ubiór folklorystyczny, stał się znakiem pozycji obywatelskiej i zaczął być noszony w celach patriotycznych w XIX w. Etnograf N. Olijnyk zwraca uwagę na to, iż strój ludowy stał się podstawą kanonów estetycznych wyglądu zewnętrznego świadomego Ukraińca, wyznaczył ukraiński

<sup>1</sup> С.Б. Рибалко, „Патріотичний дизайн”: японський костюм першої половини ХХ століття, Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв, 2014, nr 7, s. 28.

image. Jednocześnie każda warstwa społeczna miała swój określony wizerunek zewnętrzny, któremu w zależności od statusu majątkowego lub rodowego odpowiadał pewien kostium (ubrania prostego ludu i warstw uprzywilejowanych, odzież miejska i wiejska). Kiedy jednak Taras Szewczenko, mieszkając w Petersburgu, ubrał jednocześnie modny kostium miejski i wiejską czapkę barankową, zwrócił tym uwagę ludzi, ze względu na niedopuszczalność łączenia odzieży różnych stylów w owym czasie. Faktycznie, Szewczenko dokonał próby prezentacji odzieży ludowej w środowisku urbanistycznym; swoim wyglądem zewnętrznym nie tylko łamał społeczne zasady i stereotypy, ale rzucał wyzwanie opinii publicznej, otwarcie demonstrując siebie jako Ukrainca za pomocą ubrania<sup>2</sup>. Właśnie samoświadomość spowodowała taką („odzieżową”) formę zjednoczenia kulturowego ze swoim narodem, określenia siebie jednakowymi z nim markerami. O. Wilszańska zauważa, iż „do celów demonstracji świadomej ukraińskości idealnie nadawała się haftowana koszula, którą można było nosić razem z kostiumem miejskim”<sup>3</sup>.

Właśnie Szewczenko zapoczątkował modę na cechy narodowe odzieży, był on również jednym z pierwszych, którzy zaczęli fotografować się w odzieży ludowej. Dzisiaj fotografowanie się w ubraniach z nadrukami patriotycznymi staje się aktem demonstracyjnym – „wizualizacją, która jest potrzebna człowiekowi na poziomie psychologicznym w celu skonstruowania nowego formatu interpretacji siebie”<sup>4</sup>.

Moim zdaniem, haftowana (ze swoim głęboko symbolicznym znaczeniem) idealnie wpasowuje się do formatu europejskiego kostiumu – zarówno w XIX w., jak i dziś. Elementy tradycyjnej kultury odzieży ludowej wplatają się w modne sylwetkowe kształty XXI w., łączą się ze współczesnymi tkaninami, organizują się w nową przestrzeń artystyczną mody ukraińskiej. Tworzy się swego rodzaju tandem „moda – tradycja”. Projektanci mody szukając nowych inspiracji dla współczesnej odzieży sięgają do wzoru tradycyjnego, co przejawia się nie tyle w kopiowaniu, co w kategoriach skojarzeniowych<sup>5</sup>. Współczesne wzornictwo jest uzupełniane motywami ludowymi. W taki sposób popularyzowana jest sztuka ludowa, a społeczność, szczególnie młodzież, pozytywnie odbiera takie połączenia. Ukraińscy projektanci (R. Bohucka, O. Karawańska, W. Kin, M. i R. Kostelni, Ł. Pustoswit, O. Rewa, A. Tan i inni) wplatają motywy etniczne do współczesnej odzieży stale poszukując nowych rozwiązań, aby ukraińska symbolika zachowywała swoją aktualność na rynku.

Klasyczna wyszywanka lub inne ubrania właśnie z haftowanym ornamentem to nie tylko odzież oryginalna, ale i taka, dzięki której możemy być identyfikowa-

<sup>2</sup> М. Олійник, *Шевченко-стїле: як одягаються патріоти*, <http://ethnography.org.ua/content/shevchenko-style-уак-одягауtsya-patrioty> [dostęp: 22.04.2015].

<sup>3</sup> О.Л. Вільшанська, *Повсякденне життя міст України кін. ХІХ – поч. ХХ ст.: європейські впливи та українські національні особливості*, Київ 2009, s. 133.

<sup>4</sup> М. Олійник, *Вираження української ідентифікації в міському одязі (на прикладі життя родин Драгоманових і Косачів)*, Народна творчість та етнологія, 2014, nr 4, s. 108.

<sup>5</sup> О. Цимбалюк, *Європейськість сучасної української моди*, [w:] *Мистецтвознавство: збірник наукових праць*, Львів 2008, s. 133–134.

ni jako Ukraińcy. W dni świąt ogólnonarodowych, kiedy przyjeżdża dużo turystów, „wyszywankowa ludność” prezentuje się cudzoziemcom jako naród, na przykład podczas „marszów wyszywanek”. Odzież zaczyna aktywnie demonstrować ukraińską samoświadomość. Estetyka odzieży tradycyjnej staje się modnym trendem. Odzież z motywami etnicznymi, nadrukami o tematyce narodowej jest prostym i oczywistym sposobem wyrażenia swego patriotyzmu, miłości do ojczyzny i wszystkiego, co jest z nią związane.

Jednocześnie haftowany ornament zaczął być wykorzystywany w nowym wymiarze, na przykład do dekorowania pomników, kompozycji rzeźbiarskich. Na przykład w Zaporoziu ogromną wyszywaną założono na pomnik Lenina (sierpień, wrzesień 2014 r.), w Łucku – na pomniki T. Szewczenki, Łesi Ukrainki, M. Hruszewskiego (sierpień 2014 r.), w Tarnopolu – na pomnik S. Kruszelnickiej (czerwiec 2014 r.), we Lwowie tradycją stało się już „ubieranie w wyszywanki” rzeźb przedstawiających antycznych bogów wokół miejskiego ratusza. Artystycznym płótnem-wyszywaną ozdabiane są ściany bloków mieszkalnych, właściciele samochodów zamawiają tuning w stylu patriotycznym itp. Stosunek społeczności do takiej dekoracji etnicznej jest zróżnicowany, ale jednoznacznie jest to forma zwrócenia uwagi, szczególnie cudzoziemców i mediów.

Przejrzałam asortyment sklepów, sklepów internetowych szukając produkcji o tematyce etnicznej i patriotycznej. Przeprowadziłam ankietę wśród niemal 200 studentów Lwowskiego Uniwersytetu Narodowego imienia Iwana Franki szukając odpowiedzi, jaka jest motywacja osób noszących ubrania z nadrukami patriotycznymi, a również ich osobistego stosunku do takiej formy identyfikacji. Oczywiście, taki mało reprezentatywny mini-sondaz pozwala na określenie preferencji tylko jednej grupy wiekowej, socjalnej i terytorialnej, ale również za jego pomocą udało mi się odkryć pewne tendencje.

O ile wyszywanka bezwarunkowo postrzegana jest jako świętość narodowa, symbolizująca związek wielu pokoleń, to ubrania z nadrukami patriotycznymi wydają się być raczej trendem w modzie, wywołanym przez tragiczne wydarzenia w kraju. Przychyłność do takich rzeczy można rozpatrywać szukając głębokich czynników psychologicznych. Normy mody są określane przez behawioralne wzorce człowieka. Moda podtrzymuje pewien status osobowy. Za pomocą modnej odzieży można podkreślić przynależność do określonej grupy społecznej. Modna odzież i akcesoria są rezultatem naśladownictwa, wyrażają pragnienie bycia przyjętym do określonej warstwy społecznej, swojej grupy odniesienia, chęć bycia zaakceptowanym. Zwróćmy uwagę na to, iż pewne standardy (w tym również odzieżowe) stają się modne tylko wtedy, gdy odpowiadają potrzebom i wartościom, które panują w społeczeństwie w konkretnym czasie. Wartością staje się to, czemu człowiek nadaje szczególny sens życiowy<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Ю.О. Федоренко, *Феномен моди як форма нормативної поведінки*, Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка, Серія «Соціологія. Психологія. Педагогіка».

W. Szkoła podkreśla taką cechę współczesnych społeczeństw, jak otwartość: „one są otwarte na *nowinki*. W nich codziennie dokonują się zmiany”<sup>7</sup>. N. Wołwenko zauważa, iż przestrzeń społeczna nie charakteryzuje się statyką; społeczeństwo znajduje się w stanie ciągłej transformacji<sup>8</sup>. Właśnie w takiej dynamice rodzą się nowe tendencje w modzie odzieżowej. Moda popularyzuje, wypycha na powierzchnię tylko te idee, które są najbardziej aktualne w konkretnym okresie dla pewnej grupy ludzi<sup>9</sup>.

Modowe tendencje patriotyczne można analizować za pomocą semiotyki – z pozycji systemu znakowego, który jest środkiem ekspresji semantycznej. Symbole są jednoczącym źródłem, a moda folkowa czymś więcej, niż tylko patriotycznymi nadrukami. Podkreślają to ojczyści i zagraniczni badacze:

- T. Krywoszeja rozpatruje modę jako praktykę komunikacyjną<sup>10</sup>, jako szczególnie znak socjalny<sup>11</sup>;
- A. Hofman rozwija myśl o modzie jako komunikacji i podkreśla: w procesie komunikacji uczestnicy muszą poznawać siebie nawzajem, być rozpoznawalnymi, widzieć i być widzianymi; demonstracyjność (poprzez ubranie) ma tutaj ważne znaczenie<sup>12</sup>;
- J. Roszczina porównuje modę z językiem: moda to zmiana, alternacja kodów konwencji wizualnych; odzież jest sposobem na budowanie tożsamości społecznej (przynależność do pewnej klasy społecznej, adekwatność do pewnych ról społecznych). Taka tożsamość społeczna nie jest po prostu „przyjmowana” przez człowieka pasywnie, ale jest aktywnie przez niego konstruowana poprzez nacechowane ubranie<sup>13</sup>;
- L. Svendsen stwierdza, że moda zawsze zawiera w sobie dwa przeciwieństwa: „pozwala jednostce być sobą, ale jednocześnie wskazuje na jej przynależność do określonej grupy”<sup>14</sup>;

---

2007, nr 27–28, s. 102.

<sup>7</sup> *Философские сказки и притчи: Новый смысл старых истин* / Сост. коммент. В.В. Шкода, Харьков 2000, s. 7.

<sup>8</sup> Н.М. Волвенко, *Експансія феномену моди у суспільно-політичну сферу: демаркаційний аспект*, Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, Серія „Питання політології”, 2008, nr 796, s. 184.

<sup>9</sup> Н.М. Волвенко, dz. cyt., s. 186.

<sup>10</sup> Т.И. Кривошея, *Коммуникативная функция моды*, Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова, Серія „Соціологія і політичні науки”, 2011, nr 16/8, s. 66, 68.

<sup>11</sup> Т.И. Кривошея, dz. cyt., s. 73.

<sup>12</sup> А.Б. Гофман, *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения*, Санкт-Петербург 2004, 208 s.

<sup>13</sup> Я.М. Рощина, *Социология потребления*, Москва 2007, 447 s.

<sup>14</sup> Л. Свендсен, *Философия моды*, Москва 2007, s. 182.

- Y. Kawamura stwierdza, że moda jest produktem kulturowym i symbolicznym, a także jest rezultatem stosunków człowieka z otaczającym go społeczeństwem<sup>15</sup>;
- G. Simmel dowodzi, że moda świadczy o „przyłączeniu się” jednostki do pewnego koła społecznego<sup>16</sup>, a także jest rezultatem potrzeb socjalnych lub psychologicznych. Zdaniem Simmela, pragnienie mody i charakterystycznego ubrania sprzyja nie tylko identyfikacji jednostki z pewną grupą społeczną, ale również zachowaniu, ponieważ „jednakowo ubrani ludzie zachowują się stosunkowo jednakowo”.

Bez wątpienia, wydarzenia rewolucyjne i wojenne dały silny impuls do wzrastania na Ukrainie uczuć patriotycznych. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w licznych seriach graficznych, niektóre sceny przenoszone są na tekstylia. Odzież staje się jedną z form identyfikacji narodowej, przynależności do państwa Ukraina, wzmagą się tendencja do ubierania się po ukraińsku. Ale można mówić także o formowaniu się całego kompleksu motywów, uzasadniających noszenie odzieży z nadrukami patriotycznymi.

Symbolizm takiej odzieży polega na przekazywaniu informacji od osoby ją noszącej do otoczenia za pomocą pewnego kodu. Na przykład, N. Sawczenko podczas posiedzeń sądowych w Sądzie Basmannym w Moskwie (koszulka z trójzębem, wyszywanka), piłkarze „Dniepru” na oficjalnym meczu (koszulki z napisem „Bohaterowie nie umierają”), Tatarzy krymscy na okupowanym Krymie (koszulki z trójzębem połączonym z taraq tamgą)... W przypadku figur znakowych, symbolizm odzieży sygnalizuje ich uczucia, nastroje, emocje, przekazując je wielomilonowej widowni za pomocą mediów. Godne uwagi: jeden ze sklepów internetowych z odzieżą patriotyczną tak reklamuje swoją produkcję: „Ubierz ciało, obnaż duszę!”

Warto też zauważyć, że łatwo jest nosić odzież czy akcesoria tam, gdzie panuje do nich ogólnie pozytywny stosunek – zazwyczaj nie wywołują one negatywnej reakcji społecznej. Zupełnie inna jest motywacja tych, którzy ryzykują wolność, zdrowie czy nawet życie, znacząc się symbolami patriotycznymi, na przykład, w okupowanej części Ukrainy, w strefie operacji antyterrorystycznej, na terytorium państwa-agresora.

Ale odzież i akcesoria (zewnątrzne opakowanie) może być również przejawem politycznej mimikry jako złożonego kompleksu działań ochronnych i przystosowań o charakterze społeczno-politycznym. W takim wypadku noszenie symboliki narodowej, emblematyki patriotycznej jest niczym więcej niż strategią maskowania, polegającą na podmianie wizerunku, który nie odpowiada rzeczywistym orientacjom wartościowym osoby, natomiast bazuje na pseudopatriotyzmie, dlatego jest zjawiskiem ogólnie destruktywnym. Taki pseudopatriota podszywa się pod status społeczno-polityczny, który jest najbardziej pożądanym i akceptowanym w konkretnym

<sup>15</sup> Ю. Кавамура, *Теория и практика создания моды*, Минск 2009, s. 14.

<sup>16</sup> Г. Зиммель, *Мода*, [w:] *Избранное*: в 2 т., Т. 2: *Лики культуры*, Москва 1996, s. 269.

okresie rozwoju społeczeństwa, poprzez modyfikacje swojego ciała (na przykład, poprzez naniesienie tatuażu-klejnotu lub improwizacje odzieżowo-akcesoryjne). Co przykre, taki populizm za pomocą atrybutów narodowych nie ma nic wspólnego z identyfikacją narodową. Każdy nadruk powinien korelować z zachowaniem; często rzuca się w oczy kontrast między odzieżową deklaratywnością a zachowaniem człowieka (trójząb na piersiach i wyrzucanie śmieci poza śmietnikiem, hasło państwowe i słuchanie szansonu itp.).

Tak więc, moim zdaniem, właśnie wydarzenia rewolucji godności, aneksja Krymu i wojna na wschodzie kraju znacznie wpłynęły na podniesienie wartości wszystkiego co ukraińskie. Ubranie w stylu etnicznym i patriotycznym jest nasycone informacyjnie, zawiera rozpoznawalny kod o osobie je noszącej. Służy ono jako prezentacja tożsamości narodowej, jest swego rodzaju markerem etnokulturowym pewnej epoki. Ale o ile wyszywanka bez zastrzeżeń jest odbierana przez ukraińskie społeczeństwo jako symbol wiecznego („wyszywanka jest tym, co nie wyjdzie z mody”, „to uroczyste ubranie nie na co dzień”), to odzież z nadrukami patriotycznymi jest odbierana jako element codziennego stroju, w szczególności młodzieżowego.

Ludzi noszących ubrania z nadrukami patriotycznymi można podzielić na tych, którzy utożsamiają się z Ukrainą i są z tego dumni – poprzez odzież demonstrują oni świadomą chęć bycia odbieranymi właśnie jako patrioci swojego kraju; którzy podążają za modą bez głębokiej argumentacji (w końcu patriotyzm jest dziś w modzie, więc chce się być trendy) – dlatego w takim wypadku nie można stwierdzić autentycznej identyfikacji, a jedynie podążanie za modą; 3) pseudopatriotów (przejaw mimikry).

Z jednej strony, w ocenie społeczności (w pierwszej kolejności – młodzieży), odzież z patriotycznymi nadrukami jest sposobem na odcięcie się od neutralności, pasywności, absenteizmu obywatelsko-politycznego. Z drugiej strony patriotyzm nie jest tym, co warto wystawiać na pokaz: o nim świadczą działania i uczynki, a nie odzież.

Mam nadzieję, że producenci takiej odzieży mają szczytny cel stworzenia ukraińskiej marki, która będzie natchnieniem dla młodych osób do rozwoju i miłości do swojego kraju. Taka odzież może stać się jedną z metod rozwijania patriotyzmu i popularyzacji tradycji ludowej, a także wzmocnienia i rozpowszechniania pozytywnego wizerunku Ukrainy wśród turystów-obcokrajowców oraz za granicą w formie prezentów. Przecież symbolika jest uproszczonym i przystępnym wyobrażeniem na temat kraju zarówno dla samych obywateli, jak i dla świata zewnętrznego.

### Literatura

- Рибалко С.Б., *Патріотичний дизайн»: японський костюм першої половини ХХ століття*, „Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв” 2014, nr 7.
- Олійник М., *Шевченко-stile: як одягаються патріоти*, <http://ethnography.org.ua/content/shevchenko-style-yak-odyagayutsya-patrioty> [dostęp: 22.04.2015].
- Вільшанська О.Л., *Повсякденне життя міст України кін. ХІХ – поч. ХХ ст.: європейські впливи та українські національні особливості*, Київ 2009.
- Олійник М., *Вираження української ідентифікації в міському одязі (на прикладі життя родин Драгоманових і Косачів)*, „Народна творчість та етнологія” 2014, nr 4.
- Цимбалюк О., *Європейськість сучасної української моди*, [w:] *Мистецтвознавство: збірник наукових праць*, Львів 2008.
- Федоренко Ю.О., *Феномен моди як форма нормативної поведінки*, „Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка”, Серія «Соціологія. Психологія. Педагогіка» 2007, nr 27–28.
- Философские сказки и притчи: Новый смысл старых истин / Сост. коммент. В.В. Шкода*, Харьков 2000.
- Волвенко Н.М., *Експансія феномену моди у суспільно-політичну сферу: демаркаційний аспект*, „Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна”, Серія «Питання політології» 2008, nr 796.
- Кривошея Т.И., *Коммуникативная функция моды*, „Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова”, Серія «Соціологія і політичні науки», 2011, nr 16/8.
- Гофман А.Б., *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения*, Санкт-Петербург 2004.
- Рошина Я.М., *Социология потребления*, Москва 2007.
- Свендсен Л., *Философия моды*, Москва 2007.
- Кавамура Ю., *Теория и практика создания моды*, Минск 2009.
- Зиммель Г., *Мода*, [w:] *Избранное: в 2 т., Т. 2: Лики культуры*, Москва 1996.

### CLOTHES AS A WAY OF SELF-IDENTIFICATION: ANALYSIS OF TRENDS IN THE UKRAINIAN PATRIOTIC FASHION

**Summary:** The processes of national self identification of Ukraine citizens are studied on the example of clothes with patriotic prints. The differences in motivation to use clothes in ethno, authentic style and contemporary patriotic everyday clothing line (national casual) are traced.

It is noted that for many Ukrainians it is important to mark their own ethnicity in their appearance, including through clothes. Current processes are characterized as „patriotic trend” or „patriotic fever”. A complex research task is to determine what actually symbolizes the favour to clothes with patriotic prints: is this a fleeting expression of fashion (political fashion)? proof – that „patriotism – is fashionable?”, expression of the product owner’s perceived need in positioning through clothing?

The following trends in modern patriotic fashion could be identified: 1) folk fashion; 2) revolutionary (post-revolutionary) fashion; 3) military (anti-war) fashion and others. The most actual print-trends for design are: 1) the pro-Ukrainian patriotic theme (usually – state symbols and slogans); 2) ethnic themes with embroidered patterns, Petrykivsky painting (traditional Ukrainian decorative painting) and other 3) patriotic but humorously designed prints; their developers are trying to combine their feelings of love for their land and humour, humorous motifs with national symbolism of colours and ideas.

Distinctive semantic connotations that are inserted in the latest clothes by adherents of new patriotic prints and sympathizers of modern clothes with ethnic elements or in authentic style are established.

**Key words:** national self identification, political fashion, patriotic prints, patriotic design.