

Mitja Velikonja

mitja.velikonja@fdv.uni-lj.si

Zakład Kulturoznawstwa
Wydział Socjologii
Uniwersytet w Lublanie

„Yugo-vintage?” – ubiór jako narzędzie pielęgnowania i kreowania pamięci^{1,2}

“Yugo-vintage?” – *Preserving and Creating Memory through Clothing*

Streszczenie: Artykuł dotyczy obecnego we współczesnej słoweńskiej modzie trendu nawiązującego do socjalistycznej Jugosławii, przedstawiając to zagadnienie w trzech wzajemnie powiązanych kontekstach: kulturalno-estetycznym, polityczno-ideologicznym oraz performatywnym. Zjawiska te rozważane są na gruncie trzech koncepcji teoretycznych („wspólnot szatniowych” Z. Baumana, badań nad kulturą retro prowadzonych przez E. Guffey i S. Reynoldsa, a także teorii metamodernizmu T. Vermeulena i R. van den Akkera) oraz analizowane są w kategoriach kultury ubioru, innowacyjności mody, roli płci i ich ideologicznego kontekstu. Tekst dowodzi, że znaczenia tego stylu należy upatrywać pomiędzy biegunami pop-lewicy, tolerowanego, rozrywkowego naruszenia norm a radykalnymi symbolami opozycji wobec dominującej obecnie w Słowenii polityki oraz ideologii. Inaczej rzecz ujmując, trend ten pozostaje na poziomie metamodernistycznego współzależnego dualizmu: w zależności od kontekstu, w jakim występuje, może on być elementem bezbolesnej symulacji lub śmiałą prowokacją, a nawet przejawem wyrotowej propagandy.

Słowa kluczowe: Yugo-vintage, moda, pamięć

Tłumaczenie: Klaudyna Michałowicz

Summary: Article deals with socialist Yugoslavia-related trend in fashion in present-day Slovenia on three interwoven contexts: culturo-aesthetic, politico-ideological, and performative. These phenomena are approached from three theoretical standpoints („cloakroom communities” by Z. Baumann, retro culture researches by E. Guffey and S. Reynolds, and the theory of metamodernism by T. Vermeulen and R. van den Akker) and analysed on the levels of clothing culture, fashion innovation, gender roles, and their ideological meanings. The conclusion of the study is that significance of this style lies between the extremes of pop-leftism or the tolerated, entertaining transgression, and radical symbolic opposition to the present-day dominant politics and ideologies in Slovenia. In other words, it stays precisely on the level of metamodern interrelated duality of painless simulation, and, at the same time, profound provocation or even subversion – depending on the context in which it appears.

Key words: Yugo-vintage, fashion, memory

Translated by Author

¹ Tekst z języka angielskiego przetłumaczyła Klaudyna Michałowicz.

² Wcześniejszą wersję tekstu (w języku słoweńskim) opublikowano w książce *Moda in kultura oblačenja* (Velikonja 2014).

Mundury pionierów w teledyskach. Partyzanckie stroje na scenach koncertowych. Tito na koszulkach nastolatków. Demonstranci owinięci komunistycznymi flagami. Pięcioramienna gwiazda na kowbojskim kapeluszu z szerokim rondem. Wojskowa torba lekarska na ramieniu hipstera. Artyści występujący w popularnych programach rozrywkowych poubierani w stare niebieskie kombinezony robocze. Nowiutkie partyzanckie czapki Triglavki widoczne na obchodach świąt państwowych. To obraz Słowenii w roku 1975? Nie, to jest Słowenia w roku 2013.

Wstęp

Prezentowana analiza skupia się na tym właśnie zagadnieniu – na powszechnie obecnych w Słowenii i we współczesnej kulturze stroju zjawiskach, które w różnych okolicznościach i na rozmaite sposoby nawiązują do socjalistycznej Jugosławii. Artykuł wpisuje się zatem w szerszy zakres moich zainteresowań badawczych, do których należy zjawisko postsocjalistycznej nostalgii, rozpatrywane w aspektach sentymentalnym i emancypacyjnym oraz w kategoriach globalnej estetyki retro. Celem tej pracy nie jest więc rewizja kilku dziesięcioleci istnienia Jugosławii – zadanie to pozostawiam historykom. Pragnę natomiast prześledzić i przeanalizować „przemilczane historie” z tamtych czasów, które pojawiają się i kształtują „tu i teraz”, w realiach postjugosłowiańskich i postkomunistycznych. Interesuje mnie to, jak w innych przejawach wymuszonej amnezji i demonizacji przeszłości, brakujące elementy szybko wypływają na powierzchnię za pośrednictwem kultury popularnej i konsumenckiej, w sztuce i wzornictwie, lecz także w kulturze alternatywnej i dyskursie politycznej opozycji.

W analizowanym tu przypadku delikatnej natury przeszłość, „przemilczana” we współczesnym dyskursie politycznym, jest publicznie demonstrowana poprzez strój. Innymi słowy, artykuł ten stawia pytanie dlaczego ludzie decydują się nosić określone elementy ubioru budzące jasne, jednoznaczne skojarzenia z czasami socjalizmu i republiki Jugosławii. Dlaczego młodsze pokolenia, urodzone już po upadku dawnego systemu, również (a może przeważnie?) z własnej woli zakładają np. mundury pionierskie i wojskowe, których noszenie było niegdyś obowiązkowe? Jak wygląda kulturowy rys współczesnego „Yugo-stylu”, a przede wszystkim jakie jest jego ideologiczne i polityczne znaczenie w dzisiejszej rzeczywistości – począwszy od potencjału czysto humorystycznego, po otwartą krytykę współczesnego społeczeństwa? Czy mamy tu do czynienia po prostu z popkulturową trawestacją lub „tolerowaną kontestacją”, czy też z faktycznym zagranem politycznym? A może chodzi o jedno i drugie? Jeśli moda ma na celu „wizualizację własnej osobowości”, jaką osobowość kreują i wyrażają stroje określane tu terminem „Yugo-vintage”?

Postanowiłem okiem kulturoznawcy przyjrzeć się wszystkim elementom stroju, które w ten czy inny sposób nawiązują do politycznych znaczników tamtych czasów. Zebranie odpowiedniego materiału nie stanowiło problemu, ponieważ jest on dość zestandardyzowany: mundury wojskowe, partyzanckie i pionierskie (od czapek i toreb, po długie skarpety, wełniane skarpetki partyzantów i podkolanówki pionierów), kombinezony robotnicze, stroje sportowe reprezentacji Jugosławii oraz najważniejszych drużyn sportowych (głównie piłkarskich), flagi SFRJ i Socjalistycznej Republiki Słowenii, koszulki z wizerunkiem Tito, herbem Jugosławii albo z czerwoną gwiazdą, akcesoria i dodatki do stroju (medale, odznaki pionierskie, przypinki), ubrania noszone przez sobowtóry Tito (i Jovanki), kaptcie z wyszywanym motywem sierpa i młota, skarpetki z twarzą Tito itd. Często łączone są one z innymi elementami ówczesnej mody, takimi jak fryzury (noszone przez pionierów, żołnierzy, ikony popkultury i sportowców np. w latach siedemdziesiątych), tańce (*kolo*) i rozmaite zachowania (marsze, salutowanie, szyk wojskowy, odezwy przywódców). Prześledziłem obecność tych motywów w mediach (drukowanych i elektronicznych; w artykułach, wywiadach, oświadczeniach, fotografiach i filmach), przeanalizowałem materiały promocyjne zespołów wpisujących się w trend Yugo-nostalgii i różnego rodzaju zaproszenia. Przyglądałem się też zgromadzeniom i obchodom uroczystości, na które przychodzili ludzie ubrani w tego rodzaju stroje (od koncertów po demonstracje). Materiał do analizy gromadzony był intensywnie i systematycznie na przełomie pierwszej oraz drugiej dekady XXI wieku, lecz uwzględnione zostały w niej także przedmioty wyprodukowane wcześniej.

Jak przy poprzednich prowadzonych przeze mnie badaniach nad pamięcią zbiorową i nostalgią, w pracy zastosowałem dwa powiązane ze sobą podejścia metodologiczne: analizę zstępującą, tj. (ucieleśniony) dyskurs producentów i miłośników tego stylu ubierania się, oraz wstępującą, czyli wzorce myślenia i przekonań reprezentowane przez użytkowników mody na Yugo-vintage. Sięgnąłem w tym celu po kilka różnych narzędzi: metody wizualne (analizę semiotyczną dyskursu wizualnego), metody badania kultury na drodze bezpośredniego kontaktu (obserwację uczestników koncertów, demonstracji oraz ludzi w codziennych kontekstach, np. na ulicy³) oraz analizę dyskursu kreowanego przez producentów interesującego mnie typu odzieży, konsumentów i komentatorów zjawiska. Podczas badań terenowych analizowałem głównie obecność tego stylu w Słowenii, porównując ją jednak z danymi pochodzącymi z innych regionów byłej Jugosławii (jak się okazało, podobieństw jest więcej niż różnic).

³ Niekiedy wynikały z tego sytuacje niemal komiczne. Zdarzyło mi się na przykład biec za ubraną w ciekawy sposób osobą, by zrobić jej zdjęcie, a także zaczepiać przygodnie spotkanych ludzi i pytać, dlaczego zdecydowali się założyć ten właśnie element stroju.

Związaną z byłą Jugosławią modę rozważam i analizuję w trzech ściśle ze sobą powiązanych kontekstach: kulturowo-estetycznym, polityczno-ideologicznym i performatywnym. Po pierwsze, bez wątpienia wpisuje się ona w trendy globalne, promowaną przez współczesnych projektantów modę na kulturę retro i vintage, rozmaite ruchy odwórstwa, a w postsocjalistycznej Europie także w tak zwaną czerwoną nostalgię, czyli słodko-gorzkie wspominki o starych dobrych czasach komunizmu. Poza aspektami sentymentalnymi, introwertycznymi i mimetycznymi, można jednak mówić także o aktywnym, zaangażowanym i emancypacyjnym wydzwieku mody na Yugo-vintage. Nostalgia z zasady jest bowiem narzędziem krytyki przeciwko sytuacji obecnej⁴.

Po drugie, zjawisko nostalgicznej mody rozpatrywane jest w szerszym kontekście politycznym i ideologicznym, jakim są realia życia w narodowym państwie słoweńskim, w którym dominującą pozycję zajmują postawy neoliberalne i nacjonalistyczne. Federacja Jugosłowiańska z jej doktryną socjalizmu i multikulturalizmu należy już do przeszłości. Po trzecie, analiza tego typu trendu nie może obejść się bez odniesień do całego spektrum działań performatywnych i wydarzeń publicznych, w których jest on obecny: nostalgicznych obchodów niegdyś hucznie celebrowanych świąt, koncertów Yu-rocka, programów rozrywkowych, protestów antyrządowych, niektórych uroczystości państwowych i tych związanych z ruchem partyzanckim, karnawałów i drobnych manifestacji buntu widocznych w codziennym życiu.

Założenia teoretyczne

Do analizy tematu posłużyły mi trzy koncepcje teoretyczne: teoria społeczności szatniowych Baumana, badania nad kulturą vintage oraz teoria nowego modernizmu (metamodernizmu). Zaczniemy zatem w tej właśnie kolejności.

Słynny socjolog Zygmunt Bauman określa społeczności szatniowe (inaczej: karnawałowe) jako „eksplozywne”. Podobnie jak nowe typy tożsamości, grupy te są „ulotne, przejściowe i monotematyczne, podporządkowane jednemu celowi” (Bauman 2006: 309). Powinno się więc myśleć o nich w kontekście samotnych jednostek w „płynnej nowoczesności”. Bauman podkreśla ich kompensacyjny i eskapistyczny charakter: wspólnoty szatniowe „oferują chwilowe wychnienie od udręk codziennych samotnych zmagania, od męczącego statusu jednostek *de iure*, ale bynajmniej nie zawsze *de facto*, które nakłania się lub zmusza, aby same, własnymi siłami, wydobywały się z prywatnych rzekomo kłopotów” i „pozwala lepiej znosić rutynę, do której trzeba powrócić po zakończeniu

⁴ Wyniki badań terenowych nad emancypacyjnym aspektem Yugo-nostalgii w Bośni i Hercegowinie znaleźć można w pracy *Between Collective Memory and Political Action: Yugonostalgia in Bosnia-Herzegovina* (Velikonja 2013a).

zabawy” (Bauman 2006: 310). Życie we współczesnym społeczeństwie przyzwyczało nas do okresowo, lecz ściśle obowiązujących norm dotyczących stroju, które diametralnie różnią się od tych stosowanych na co dzień: od imprez z okazji halloween, rozmaitych zabaw przebieranych (rock’n’rollowych, piżamowych, w stylu goth itd.) i uroczystości (wojskowych, religijnych czy świątecznych) do spotkań subkulturowych⁵.

Drugą z rozpatrywanych koncepcji teoretycznych jest kultura vintage. Łączy ona w sobie trzy zasady estetyczne: oryginalność, retro i repro. W odróżnieniu od kultury rzeczy używanych (i związanych z nią sklepów), która jest wyraźnie nieselektywna i korzysta ze wszystkiego, moda na vintage jawi się jako znacznie bardziej wybredna, wymagająca i skomplikowana (a zatem i bardziej kosztowna). Akceptowane są jedynie wybrane produkty, które od czasu swego debiutu osiągnęły już status kultowych; przedmioty te są zachowywane w niezmiennym stanie (antyki, oryginały), reprodukowane (repro) lub też reinterpretowane (retro). Kultura vintage obecna w wystroju wnętrz, wzornictwie mebli i na opakowaniach produktów spożywczych, w grafice użytkowej oraz, oczywiście, w modzie, wybiera jedynie określone wytwory i trendy estetyczne (na przykład wzory kwiatowe z ery hipisów, skórę z subkultury rockowej czy też postrzępione ubrania z estetyki punk). W tej kulturze wszystko skupia się wokół określonych elementów, oryginalnych, nowych bądź unowocześnionych.

Warto omówić te trzy zasady bardziej szczegółowo. Badaczka współczesnego wzornictwa Elizabeth Guffey określa retro jako „niehistoryczny sposób poznawania przeszłości”, w którym podbarwiony nostalgią wyidealizowany obraz minionych czasów traktowany jest „z dużą dozą dystansu i cynizmu”. Jej zdaniem idea retro kryje w sobie „instynkty niepoważne i wywrotowe” (Guffey 2006: 14, 20). Simon Reynolds, zamieszkały w Nowym Jorku koneser wszelkiego rodzaju „retromanii”, wyróżnia następujące cechy zjawiska retro: (1) „zawsze dotyczy stosunkowo niedawnej przeszłości”, (2) „zawiera element dokładnego przywoływania” tejże przeszłości, (3) „na ogół związane jest z wytworami kultury popularnej” i (4) „zazwyczaj nie stara się idealizować ani sentymentalizować przeszłości, a raczej szukać w niej źródła rozrywki i przyjemności” (Reynolds 2011: xxx). Fruzsina Müller, autorka pracy dotyczącej węgierskich marek sięgających korzeniami do czasów socjalistycznych (w szczególności obuwia sportowego Tisza), także odróżnia modę na retro od nostalgii: „terminem retro określa się pewien typ trendów w modzie, natomiast pojęcie nostalgii kojarzy się z osobistymi odczuciami” (Müller 2007: 36). Z kolei idea repro, w myśl której tworzy się możliwie najwierniejsze repliki dawnych produktów, polega na „odtworzeniu elementów przeszłości praktycznie bez żadnych zmian, chociaż ich znaczenie mogło

⁵ W węższych kręgach subkulturowych zjawisko to określane jest kpiąco jako *weekending*, tj. manifestowanie przynależności do danej subkultury jedynie w weekendy, dla zabawy, celem podtrzymywania jakiegoś wizerunku.

w międzyczasie ulec zmianie” (Brown 1999: 365). Na rynku znaleźć też można oryginalne egzemplarze tych samych przedmiotów, które zachowały się w dobrym stanie i oferowane są na targach staroci, w sklepach z antykami i w internecie.

Pod względem estetyki najbardziej nośna jest oczywiście idea retro. Przeszłość jest w niej jedynie punktem wyjściowym procesu tworzenia, ulepsza się ją dodając nowoczesne elementy. W odróżnieniu od koncepcji reproto, którą można określić mianem „nowe starocie”, oraz przedmiotów oryginalnych, które są po prostu „starociami”, retro tworzy „staroświeckie nowości”: ich forma nawiązuje do dawnej estetyki, lecz w zmienionej, zmodernizowanej i zaktualizowanej formie⁶. Estetycznie i ideologicznie, idea retro wpływa z ironii; w ujęciu Elizabeth Guffey „na wpół ironiczna, na wpół wspominkowa koncepcja retro przedstawia przeszłość w sposób nostalgiczny, ale nie sentymentalny” (Guffey 2006: 10–11). Zdaniem Simona Reynoldsa podejście to jest „nie akademickie czy purystyczne, lecz raczej ironiczne i eklektyczne”. Nie można też zapominać o ukrytym aspekcie politycznym estetyki retro. Pojawia się ona bowiem wtedy, gdy „lepszą przyszłość” wydaje się już być za nami (Reynolds 2011: xxx–xxxi). Nigdy też nie odnosi się do czasów zamierzchłych, a do tych (stosunkowo) niedawno minionych. Przywraca i w ciekawy sposób przetwarza estetykę okresu przemian i modernizacji, rozpoznawalną i niosącą ze sobą określone znaczenie i nadzieję na przyszłość. W naszym przypadku chodzi oczywiście o czasy socjalizmu i istnienia federalnej republiki Jugosławii. Tam, gdzie owa „przeszłość z przyszłością” stanowi politycznie delikatny temat – a komunizm w post-socjalistycznej rzeczywistości do takich należy – retro estetyka zyskuje na znaczeniu, ponieważ bardziej rzuca się w oczy.

Pora przedstawić trzecią teoretyczną ścieżkę, którą podążam w swoim rozważaniu: w moim przekonaniu ostatnie dwa dziesięciolecia sprawiły, że współczesnej kultury Zachodu nie można już rozpatrywać jedynie w kategoriach postmodernizmu. Upadek Muru Berlińskiego, nieoczekiwany rozwój środków komunikacji, terroryzm i klęski ekologiczne, powszechne w wielu regionach świata ubóstwo, korporacjonizm współczesnych społeczeństw, nowe instynkty społeczne i cyberprzestrzeń oraz fakt, że jesteśmy świadkami rozmaitych „kresów” (historii, ideologii, idei narodu, sztuki, społeczeństwa) – wszystko to wymaga stworzenia nowych ram teoretycznych. Odpowiedni termin pojawia się w pracy duetu młodych holenderskich kulturoznawców – Timotheusa Vermeulena i Robina van den Akkera. Ich „metamodernizm” charakteryzować można jako

⁶ Różnicę pomiędzy tymi trzema zasadami i związanymi z nimi produktami zilustrować można na przykładzie kultowego samochodu, jakim jest Volkswagen „Garbus”. Obecnie na rynku oferowane są odrestaurowane egzemplarze z lat pięćdziesiątych (oryginały), repliki tych aut wykonane przez utalentowanych mechaników i innych specjalistów (repro), a od 1997 r. także nowa odsłona tego modelu, czyli *new Beetle* (retro).

„oscylację pomiędzy typowo modernistycznym zaangażowaniem a wyraźnie postmodernistycznym dystansem”. Waha się on „pomiędzy nowoczesnym entuzjazmem a postmodernistyczną ironią, pomiędzy nadzieją a melancholią, pomiędzy naiwnością a poznaniem, empatią a apatią, jednością a różnorodnością, kompleksowością a rozbięciem, jasnością a wieloznacznością” (Vermeulen, van den Akker 2010: 2, 5–6). Dyskurs metamodernistyczny „inspiruje się modernistyczną naiwnością, przenikniętą jednakże duchem postmodernistycznego sceptycyzmu”, a zatem „dąży ku możliwości niemożliwej”⁷.

Koncepcja ta, choć czytelna, wydaje się niejako niedokończona. Vermeulen i van den Akker definiują metamodernizm jako oscylację, stan pośredni, napięcie pomiędzy dwoma biegunami, jakimi są modernizm i postmodernizm. Tylko raz wspominają o połączeniu tych ekstremów, „podwójnym wiązaniu”⁸. Ośmielę się więc rozbudować ową koncepcję o stwierdzenie, że metamodernizm jest punktem styczności pomiędzy dwoma ekstremami. Metamodernistyczna estetyka i kultura w ogóle wydają mi się połączeniem jednego i drugiego, modernizmu i postmodernizmu. Wyróżnione przez dwóch autorów pary przeciwności widać w wielu wspomnianych wcześniej aspektach współczesnej kultury vintage. Projekcja i percepcja, forma i jej brak, spójność i chaos, agresja i niewinność, trwałość i ulotność, przeszłość i przyszłość, szczerłość i obojętność, egzystencjalny niepokój i hedonistyczna ekstaza, zaangażowanie i rezygnacja, jedność i wielorakość, technologiczna automatyzacja i ludzka niezależność, kres historii i ideologii, a także ich początek – wszystko to jest nowatorsko wkomponowywane w wytwory rąk ludzkich. Moim zdaniem mamy więc do czynienia nie tylko z oscylacją, „nieudaną próbą negocjacji pomiędzy dwoma przeciwieństwami” (Vermeulen, van den Akker 2010: 7), których nie da się połączyć. Wręcz przeciwnie, analizowane przypadki pokazują, że w procesie tym tworzą się połączenia, synergie, nowe konstrukcje stworzone na pozornie niedopasowanych do nich starych fundamentach, aktualizacje dawno istniejących bytów⁹. Estetyka metamodernistyczna ma twarz starożytnego rzymskiego boga Janusa, zdolnego

⁷ Autorzy podają głównie przykłady zaczerpnięte ze współczesnych sztuk wizualnych. Teorię metamodernizmu można jednak zastosować do rozmaitych dziedzin twórczości i działalności, od architektury, sztuki, muzyki, filmu, telewizji do literatury, mody, kultur internetowych, ekonomii, polityki i myśli teoretycznej (zob. Notes on Metamodernism).

⁸ „Metamodernizm zasadza się na napięciu, nie na podwójnym wiązaniu współczesnego poszukiwania sensu i postmodernistycznego zwątpienia we wszelką celowość” (Vermeulen, van den Akker 2010: 6). Oczywiście, zdają sobie sprawę, że pojęcia modernizmu i postmodernizmu nie są ściśle zdefiniowane; praktycznie każdy naukowiec zajmujący się tym zagadnieniem postrzega je i definiuje nieco inaczej. Z definicji tych możemy jednak wyciągnąć kilka założeń podstawowych – wspólnych mianowników dla obu pojęć, do których również odnosi się zaktualizowana wersja teorii metamodernizmu Vermeulena i van der Akkera.

⁹ Za przykład posłużyć tu może tempo, w jakim mnożą się we współczesnym społeczeństwie rozmaite terminy rozpoczynające się od „re”: recykling, remake, retro, repro, reprodukcja, rekonstrukcja, retrospekcja, renowacja, reartykulacja, rewizja, reinterpretacja, reakredytacja, rewitalizacja, reanimacja itd. Reynolds nazywa poprzednie dziesięciolecie „dekadą «Re»” (Reynolds 2011: xi).

patrzyć w przeszłość i przyszłość zarazem. Określenie, który z tych kierunków jest celem, jest jednak niemożliwe bez ukontekstualizowania ich w strukturach dominacji lub oporu.

Yugo-vintage – charakterystyka i kategoryzacja zjawiska

Zacznijmy od wstępnej charakterystyki tej mody, która niewątpliwie należy do stylów miejskich. Jej p o c h o d z e n i e jest niezwykle złożone: część elementów (stare mundury, flagi, dystynkcje) to oryginały, lecz nowe przedmioty w stylu repro i retro stanowią zdecydowaną większość. Te ostatnie mogą mieć postać ubrań produkowanych masowo przez idących z duchem czasu projektantów¹⁰ i sprzedawanych przez internet bądź na stoiskach ulicznych (np. koszulki, plastikowe znaczki z mapą konturową SFRJ, metalowe przypinki z wizerunkiem Tito lub herbem Jugosławii itd.) albo być częścią kampanii prowadzonych przez określone grupy (np. studenci z Velenje wydrukowali serię koszulek z gwiazdą i hasłem *Titovo Velenje* – Velenje Tito, którą to frazę mieszkańcy eksponowali za rządów Tito, zaś studenci z Lublany nosili koszulki z napisem *A smo se za to boril?* – Czy za to właśnie walczyliśmy? – i wizerunkiem partyzanta). Mogą to też być kostiumy zakładane podczas wystąpień publicznych (np. przez chórzystów, sobowtóry Tito, członków Yugo-nostalgicznych zespołów muzycznych czy celebrytów), ubrania zrobione własnoręcznie (np. z haftami przedstawiającymi socjalistyczne symbole), a nawet stroje improwizowane (np. owijanie ciała flagą). Co więcej, styl ten jest środowiskowo, płciowo i pokoleniowo nieokreślony: z analizy przykładów wynika, że tego typu stroje noszone są z wielu powodów i na rozmaite okazje, zarówno przez młodzież, jak i osoby starsze, mężczyzn i kobiety, gwiazdy pop i anonimowych użytkowników, pozerów i opozycjonistów. Yugo-vintage nie jest stylem totalizującym: do rzadkości należą idealne reprodukcje czy przypadki noszenia pełnych strojów oryginalnych (jak np. podczas obchodów uroczystości związanych z partyzantką, gdzie oficerowie niższych stopni występują w kompletnych mundurach). Najczęściej przejawia się on obecnością jednego elementu ubioru, dodatku czy przypinki – motywu stosunkowo dyskretnego, lecz zauważalnego. Styl ten rządzi się więc prawami eklektyzmu, a nie mimikry; chodzi o fragmenty, a nie o całość. Kolejną cechą charakterystyczną Yugo-vintage jest jego performatywny charakter: „widzowie udający się na przedstawienie teatralne ubierają się specjalnie na tę okazję, przywdziewając stroje inne niż te, w których chodzą na co dzień” (Bauman 2006: 309). Styl ten widoczny jest zarówno podczas imprez oficjalnych (obchody świąt, marsze) i nieoficjalnych (demonstracje), w kulturze popularnej

¹⁰ Np. zlokalizowana w mieście Logatec firma oferuje czapki *Triglavki* oraz partyzaneckie *Titovkę* w sprzedaży wysyłkowej za 19.90 EUR (przy większej liczbie zamawianych sztuk dostaje się zniżkę). Koszulki i czapeczki z napisem *Born in Yu* i logiem zespołu Rock Partyzani oraz nagrany przez nich płytę z jugosłowiańskimi hitami kupić można za 10 EUR.

(koncerty, filmiki, programy rozrywkowe), konsumenckiej (reklamy, zaproszenia), na zabawach (karnawałowych, nostalgicznych, związkowych), a w mniejszym stopniu także i jako element codziennej mody ulicznej (np. „kultowe” torby lekarskie Jugosłowiańskiej Armii Ludowej, koszulki z motywami jugosłowiańskimi itd.). Yugo-vintage jest stylem preferowanym na pewnego typu imprezach¹¹.

W dalszej części opiszę pokrótce ubrania zaliczane do stylu Yugo-vintage i przedstawię ich klasyfikację w oparciu o opisane powyżej zasady estetyki oryginałów, stylu retro i repro.

Zacznijmy od przedmiotów oryginalnych, czyli tych pochodzących jeszcze z czasów komunistycznych. Elementy mundurów partyzanckich widuje się podczas rozmaitych uroczystości i obchodów rocznicowych, a także na marszach protestacyjnych. Mają je na sobie weterani. Odzież pochodzącą z czasów późniejszych spotyka się znacznie częściej: fragmenty umundurowania Jugosłowiańskiej Armii Ludowej oraz czapki i chusty pionierów widywałem także podczas Yugo-nostalgicznych zgromadzeń, anty-systemowych manifestacji organizowanych w 2012 i 2013 roku¹², na zabawach, na koncertach zespołów muzycznych (jako elementy stroju wykonawców) itd. Ubierają się w nie zarówno starzy partyzanci, jak i młodzież, lewicowcy i dzieci przyprowadzone przez rodziców (lub dziadków). Kilkoro uczestników wspomnianych wyżej demonstracji miało na sobie flagi socjalistycznej Jugosławii i Słowenii (te z pięcioramienną gwiazdą). Tego typu rzeczy kupują nie tylko miłośnicy stylu Yugo-vintage, lecz także sprzedawcy antyków i pasjonaci zainteresowani tamtą epoką.

Oryginałów jest oczywiście znacznie mniej niż produktów repro, czyli wiernych kopii starych modeli odzieży. Jak w przypadku wszystkich duplikatów, są one „lepsze”, „doskonalsze” i „bardziej autentyczne” niż same oryginały. Nowe czapki *Triglavki* z trójdzielną krawędzią, tradycyjne nakrycie głowy słoweńskich partyzantów, szyte są na potrzeby uroczystości, takich jak te wymienione powyżej. Część z nich to wierne kopie oryginalnego wzoru z czerwoną gwiazdą, do innych doszywa się trójkolorową flagę Słowenii. Nowe egzemplarze dawnych strojów i kombinezonów roboczych pojawiają się także w skeczach i teledyskach, w których stara dobra komuna przedstawiana jest w pozytywnym świetle z perspektywy lumpenproletariatu¹³. Odtwórcy wcielający się w postać Tito – najsłynniejszym z nich jest aktor Ivo Godnič – występują w replikach

¹¹ Na studenckich obchodach dawnego jugosłowiańskiego święta znanego jako Dzień Młodości (25 maja) wypada się pokazać w czerwonym stroju, a przynajmniej w czapce pioniera (zob. Lokal Patriot).

¹² Rozpoczęły się one jesienią 2012 r. w Mariborze, gdzie demonstranci domagali się dymisji oskarżanego o korupcję burmistrza. W ciągu kolejnych miesięcy fala protestów wymierzonych przeciwko polityce prawicowego rządu przetoczyła się przez całą Słowenię, doprowadzając do jego dymisji.

¹³ Np. *Delavski bugi (Robotnicze boogie)* zespołu Rock Partyzani, w którym członkowie zespołu występują jako robotnicy, a pętelne tancerki jako robotnice.

jego stroju marszałkowskiego: zazwyczaj jest to biały mundur z odznaczeniami i okulary przeciwsłoneczne. Panie odtwarzające rolę Jovanki zakładają ubrania podobne do tych, w których widywano pierwszą damę Jugosławii.

Najpopularniejsze są jednak oczywiście ubrania w stylu retro, które łączą najbardziej charakterystyczne elementy dawnych mundurów i symboli dawnego ustroju oraz państwa z motywami współczesnej kultury masowej, modnymi trendami i erotyką. Do najpopularniejszych barw należy tu kontrastowe zestawienie czerwieni i czerni. Typowym przykładem są koszulki z twarzą Tito¹⁴ czy hasłami w stylu *Moj nono je bil partizan* (Mój dziadek był partyzantem), *Vstajenje Primorske* (Powstanie Primorskie), SFRJ oraz z różnymi motywami proletariackimi, noszone zarówno przez niektórych muzyków, jak i przez młodzież. Członkowie chóru Carmina Slovenica występowali w strojach łączących elementy mundurów pionierskich i partyzanckich¹⁵. W Lublanie minął mnie motocyklista w kultowym dla tej subkultury czarnym hełmie typu *Stahlhelm* – noszonym przez niemieckich żołnierzy obu wojen światowych – na którego przedzie wymalowano czerwoną gwiazdę. Elementem (dość hipsterskiego) stroju, przypadkowo spotkanej na ulicy studentki grafiki, był umyślnie nieudolny haft ku czci Tito wyszyty czerwoną nitką na gorsie długiej czarnej koszuli¹⁶. Można powtórzyć za Heike Jenss, „nowe ciała i nowe technologie kreują nowe oblicze starych stylów” (Jenss 2004: 394).

Zasadę retro widać też w swobodzie, z jaką elementy stroju partyzantów łączone są z umundurowaniem jugosłowiańskiej armii¹⁷. Styl „paramilitarny” czerpie z obu z nich po równo. W roku 2011 podczas festiwalu Ema, czyli słoweńskich eliminacji do konkursu Eurowizji, członkowie Yugo-rockowego zespołu Rock Partyzani wystąpili w strojach nawiązujących do mundurów rosyjskich i amerykańskich, nie zaś ubrań rodzimych partyzantów. Dwa sztandarowe zespoły Yugo-rockowe ze Słowenii (wspomniani już Rock Partyzani oraz Zaklonišče prepeva) przemycają elementy ubioru partyzantów do rockowego stylu, który prezentują na koncertach, w teledyskach i materiałach promocyjnych: zespołowy „partyzant” zamiast karabinu dzierży gitarę, rockowiec przypomina nieco

¹⁴ Koszulkę taką miał na sobie np. gitarzysta punkowego zespołu Niet podczas ich ostatniego koncertu w Tivoli, gdzie występowali jako support. W ostatnich latach zanotowałem ponad 50 różnych modeli koszulek z nazwiskiem i sylwetką Tito. W lipcu 2013 r. ambasador USA Joseph Mussomeli również pokazał się publicznie w koszulce z portretem Tito i rewolucyjnym hasłem podczas nieoficjalnego spotkania zorganizowanego przez prezydenta Słowenii Boruta Pahora.

¹⁵ Podobny styl „czerwonego retro” widać też na okładce albumu niemieckiej formacji elektro industrialnej Wumpscut (*Fuckit*, 2009) oraz na płycie Reginy Spektor, nowojorskiej wokalistki o rosyjsko-żydowskich korzeniach. Ten ostatni album nosi zresztą wiele mówiącą nazwę *Soviet Kitsch* (2004).

¹⁶ Całość utrzymana była w estetyce białych serwet haftowanych w ludowe motywy i sentencje (np. *Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej*), które jeszcze kilka dziesięcioleci temu stanowiły nieodzowny element wystroju kuchni w gospodarstwach wiejskich i robotniczych.

¹⁷ Estetykę (prawicowych) systemów totalitarnych w scenicznym image’u jako pierwsi wprowadzili w Słowenii członkowie retrogardystycznego zespołu Leibach we wczesnych latach osiemdziesiątych.

Che Guevarę (beret, długie rozpuszczone włosy, pięcioramienna gwiazda), zaś „pionierka” nosi czerwoną kraciatą spódnicę lub seksowne stroje z lateksu¹⁸. Kobiety w mundurach wojskowych przypominających te noszone przez członków Jugosłowiańskiej Armii Ludowej są obiektem fetyszyzacji (np. podczas zeszłorocznego „pikniku kapeluszy” magazynu „Lady”, we wpisach pojawiających się na różnych blogach z okazji obchodzonego w byłej Jugosławii Święta Republiki (zob. Sex. Ker seks seka!), czy w zaproszeniach na „autentyczną Yu-rockową imprezę” zorganizowaną w klubie Companeros jesienią 2012 roku). Tendencja ta często prowadzi do zupełnej seksualizacji „pionierek” i „żołnierek”¹⁹.

Kultura stylu Yugo-vintage, która łączy wszystkie trzy omówione wyżej zasady estetyczne, obraca się zatem wokół najbardziej podstawowych znaków rozpoznawczych politycznych byłej Jugosławii, takich jak mundury, symbole, kolory (oraz, choć w mniejszym stopniu, wokół określonych krojów, wzorów, barw ubioru i fryzur znanych z tamtych czasów). Posiada ona wyraźny wymiar polityczny i ideologiczny; nie więc dziwne, że wiele imprez odwołujących się do Yugo-nostalgi natychmiast klasyfikuje się jako „vintage”.

Analiza i interpretacja

Yugo-vintage stanowi tak modę, jak i zjawisko polityczne, chociaż do końca nie jest ani jednym, ani drugim. Fenomen ten wyjaśnić można na kilku powiązanych ze sobą poziomach i z kilku różnych perspektyw: kultury stroju, trendów w modzie, ról płciowych, a wreszcie także ideologii.

Z punktu widzenia kultury stroju Yugo-vintage jawi się jako wyraźnie zarysowany i charakterystyczny styl, w którym elementy stroju partyzantów, pionierów żołnierzy i robotników mieszają się z ubiorami typowymi dla współczesnej kultury popularnej i subkultur. Styl w modzie to stosunkowo dobrze sprecyzowany sposób ubierania się rozpoznawalny po konkretnych wyróżnikach (np. styl kowbojski, punk, heavy-metalowy, art nouveau). „Style istnieją niezależnie od mody – piszą historycy stroju Marilyn J. Horn i Lois M. Gurel – mogą być bowiem szalenie niemodne; niektóre z nich widuje się jedynie w książkach do historii” (Horn, Gurel 1981: 217–218). Związany z uniwersytetem w Trieście krytyk i teoretyk sztuki Gillo Dorfles, definiuje styl jako „transfer idei

¹⁸ Podobne stroje zobaczyć można na niektórych teledyskach i koncertach słoweńskiego rapera Ali Ena, grającego muzykę pop zespołu Tris trio, satyrycznego wykonawcy Lepi Dasy oraz wokalistek Tijany Todeški Dapčević i Orhidei Dukovej z Macedonii.

¹⁹ Zob. np.: wewnętrzna strona okładki albumu z 2010 r. *Vedno na pravi strani (Zawsze po prawej stronie)* zespołu Rock Partyzani (przedstawia ona damskie pośladki w seksownej bieliźnie z czerwoną gwiazdą), czy *Dan zmage (Dzień zwycięstwa)* z 2008 r. (gwiazda na głębokim damskim dekolcie).

(a nie jedynie wzorów czy kształtów) wyrażający się w konkretnej strukturze artystycznej i pasujący do ściśle określonych społeczno-gospodarczych i kulturowych uwarunkowań” (Dorfles 1986: 51).

Styl jest to zatem dość dobrze ustalony sposób ubierania się, który opiera się wartkim prądom w modzie. Moda z kolei jest niestabilna: „reprezentuje ona styl popularny, akceptowany i przeważający w danym okresie” i charakteryzuje się „cykliczną naturą, gdzie po stopniowym wzroście społecznej akceptacji dla określonego stylu następuje punkt kulminacyjny, a następnie schyłek jego popularności” (Horn, Gurel 1981: 218). Oczywiście, style w modzie nie są zupełnie niepodzielne i niezmiennie; są aktualizowane i ulepszone, odświeżane, krzyżowane z innymi, reewaluowane pod względem sensu i znaczenia, dorzucane do kotła eklektycznych praktyk typu „wszystko ze wszystkim”. Analizując przykład młodzieżowych kultur retro, Heike Jenss wyjaśnia, że „łączą one elementy znane z przeszłości z nowoczesnymi rozwiązaniami, koncentrując się (być może nieumyślnie) głównie na zwracających uwagę «odjazdowych» trendach” (Jenss 2004: 392). W Yugo-stylu białe koszule pionierów współwystępują więc z seksowną bielizną, stare mundury Jugosłowiańskiej Armii Ludowej leżą obok gitar, a socjalistyczne sztandary służą za płaszcze demonstrantom niosącym antyrządowe transparenty. Wizerunek amerykańskiej flagi pasuje do partyzanckich pieśni, a robocze kombinezony i nabijane ćwiekami skórzane bransolety sprzedawane są na tych samych straganach, co koszulki przedstawiające Tito z czerwoną kokardką Hello Kitty na głowie, opatrzone napisem „Hello Tito”.

Yugo-vintage wiąże dwie najważniejsze tendencje w modzie podwójnym węzłem społeczno-estetycznym. Jego społeczna natura polega na „unifikacji i segregacji”. Według pioniera socjologii Georga Simmela „moda stanowi po prostu jedną z wielu form życia, za pomocą których staramy się połączyć w jednolitej sferze działalności tendencję ku społecznemu ujednoczeniu i pragnienie jednostkowego odróżniania się i zmiany” (Simmel 2002: 106). Z punktu widzenia estetyki, styl ten obrazuje zarówno zmienność mody, jak i jej konserwatyzm. G. Dorfles dowodzi, że moda „nieustannie przebudowuje swoje kanony (jeśli o takich można mówić) i struktury”, zazwyczaj jednak „aprobuje zjawiska, które zostały już zinstytucjonalizowane” (Dorfles 1986: 41). Styl Yugo kwestionuje i osłabia dominujące w modzie dyskursy (np. globalne trendy, stroje narodowe, styl yuppie, *petit bourgeois chic* oraz *prêt-à-porter* dla klasy średniej); z drugiej zaś strony – skutecznie wpasowuje się w nie jako jeszcze jedna nisza mody, część alternatywnych trendów vintage. Podstawowym powodem ubierania się w tego typu stroje pozostaje fakt, że większość społeczeństwa tego nie robi.

Yugo-vintage jest także zjawiskiem wyjątkowym z punktu widzenia współczesnych trendów w modzie. Od popularnej obecnie mody i estetyki vintage odróżnia je obecność wyraźnie politycznych symboli²⁰. Styl vintage jest zresztą jedną z dwóch estetycznych podstaw szeroko rozpowszechnionej dziś kultury hipsterskiej²¹. „Zwykły” słoweński vintage, chociaż też czerpie z minionych dekad (np. lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych), niekoniecznie wybiera elementy kojarzące się z Jugosławią²², a raczej trendy popularne wówczas na Zachodzie, do których jugosłowiańska moda starała się dopasować. Omawiany tu styl jugosłowiańskiego vintage różni się także od obecnego we współczesnej słoweńskiej modzie trendu znanego jako *čefur* (jest to pejoratywne określenie imigrantów z innych republik byłej Jugosławii), obejmującego wszystko od estetyki Pink TV po kulturę dresiarską (szowinistyczny dyskurs w Słowenii przedstawia dres jako jeden z symboli *čefur*). Yugo-vintage manifestuje swoje polityczne poglądy jasno i dobitnie: fascynacja Jugosławią, socjalizmem i ruchem partyzanckim widoczna jest w symbolice (gwiazda, herb), barwach (czerwień, błękit, biel, GOC²³) i krojach (mundury). Mamy tu zatem do czynienia z czymś więcej niż z nową wersją politycznie neutralnego stylu vintage: ubrania te pozwalają natychmiast zidentyfikować noszącą je osobę jako „partyzanta”, „pionierkę”, „Tito” itd. Osobną kwestią jest, czy taka postawa polityczna demonstrowana jest na poważnie, czy tylko dla żartu – zagadnienie to omawiam w podsumowaniu.

Styl ten (złożony z elementów oryginalnych, repro i retro) jest nietypowy, rodzimy i autentyczny: próżno szukać go poza społeczeństwami postsocjalistycznymi. Wpływa on więc na samoocenę osoby, która się tak ubiera: daje jej poczucie posiadania czegoś unikalnego, co należy tylko do niej; coś, co może z dumą prezentować w świecie zdominowanym przez niewiele się od siebie różniące marki i wielkie korporacje – a delikatnej natury konotacje polityczne nie mają tu znaczenia²⁴. Najlepiej widać to na przykładzie zwyczaju noszenia (elementów) starych mundurów, które – jak ujął to znawca tematu

²⁰ Wystarczy spojrzeć na typowe retro obrazki nawiązujące do lat pięćdziesiątych, sześćdziesiątych i siedemdziesiątych obecne w reklamach takich produktów, jak Cockta, Coca Cola czy Sola oraz miejsc takich jak Špas teater (z lat 2012 i 2013). Wszystkie one są ideologicznie neutralne; nie widać ani jugosłowiańskiego trójkoloru, ani mundurów wojskowych.

²¹ Stephen Reynolds słusznie zauważa, że niejednokrotnie „retro łączone jest z kulturą hipsterską – jest to kolejna z tych tożsamości, do których niemal nikt się nie przyznaje, nawet jeśli wykazuje cały zestaw jej zewnętrznych cech” (Reynolds 2011: xxxii).

²² Wyjątek stanowią tu dawne jugosłowiańskie marki odzieży sportowej, takie jak Yassa, Toper czy Startas, a także producent damskiego obuwia roboczego Borosana.

²³ Charakterystyczna oliwkowo-szara barwa mundurów Jugosłowiańskiej Armii Ludowej.

²⁴ Z podobnego założenia wyszedł w 2002 r. węgierski biznesmen László Vidák, który postanowił wskrzesić lokalną markę sportową o nazwie Tisza. Dziś jej produkty noszą głównie przedstawiciele młodszego pokolenia. „Chciał stworzyć węgierski produkt o węgierskiej nazwie przekonany, że «węgierskie produkty już mało komu kojarzą się z tandetą»” (Müller 2007: 36).

Bill Dunn – z definicji mają „robić wrażenie” oraz „wzbudzać patriotyczną dumę i wiarę we wspólne cele” (Dunn 2009: 12). Ujmując rzecz nieco ironicznie, można stwierdzić, że ten styl ubierania się jest „z naszej strefy wpływów”.

Wróćmy jednak do kwestii retro. Od nostalgicznego spojrzenia w przeszłość w tym przypadku ważniejsza jest przemiana minionych czasów w coś nowego i oryginalnego, co istnieje tylko u nas i będzie ciekawą odmianą w globalizującym się świecie. Nacisk kładziony jest zatem na tworzenie nowych jakości, a nie tylko na odtwarzanie tego, co było: żołnierze w byłej Jugosławii nie urządzali rockowych imprez, pionierki nie pozowały półnago dla portali internetowych i czasopism dla mężczyzn, Tito zaś nie był gościem telewizyjnych programów rozrywkowych. Yugo-vintage prezentuje przeszłość jaką chcielibyśmy oglądać – starannie sfabrykowaną i nie mającą nic wspólnego z rzeczywistym obrazem tamtych czasów. Jak ujął to krytyk postmodernizmu Fredric Jameson, jest to „wierna kopia oryginału, który nigdy nie istniał” (Jameson 1991: 66); Heike Jenss określa to terminem „retroblaga” (Jenss 2004: 397)²⁵. W tym konkretnym przypadku nie chodzi o odtwarzanie strojów ze wspomnień, a raczej o tworzenie wspomnień za pomocą stroju.

Z punktu widzenia roli płci, ów nowy Yugo-styl jest wyraźnie konserwatywny. W przejawach stylistycznego nowatorstwa uwidacznia się obecna też w innych stylach dycho-
tomia: stroje damskie są bardziej różnorodne, śmielsze i bardziej eklektyczne niż męskie. Wiele mówiący jest też sposób przedstawiania męskości i kobiecości: współczesne „partyzantki” zamieniły się w ślicznotki i pozbyły większości ubrań. Podobnie rzecz się ma z „pionierkami” (do tej grupy należały niegdyś dziewczynki w wieku od 7 do 14 lat; te dzisiejsze przypominają raczej Yugo-nostalgiczne wersje amerykańskich cheerleaderek czy japońskie przedstawicielki subkultury Loli). W ten właśnie patriarchalny sposób przedstawiane są one w teledyskach, na koncertach (jako pięknie ubrane tło dla bohatera płci męskiej; innymi słowy – jako ozdoby) oraz na różnych zaproszeniach (jako ponętne gospodynie lub miłe towarzystwo). W nurt ten wpisuje się wypowiedź zaczerpnięta z wywiadu z byłą wokalistką grupy Rock Partyzani: „nie miałabym nic przeciwko, gdyby mój chłopak zażyczył sobie, żebym założyła bieliznę i czapkę partyzantkę”²⁶. Rozdział między skromnym strojem męskim i całkowitą seksualizacją kobiet jest częścią nowego tradycjonalizmu i bałkanizującego patriarchalnego modelu „twardych mężczyzn

²⁵ Elizabeth Guffey, posługując się przykładami z różnych środowisk, dekad i konwencji estetycznych, wykazuje również niezłomie, że styl retro „nie szanuje świętości tradycji i nie stara się umacniać żadnych systemów wartości; przeciwnie, w wielu przypadkach brak poprawności historycznej wręcz sugeruje pewną formę oporu” (Guffey 2006: 11).

²⁶ Wypowiedź zaczerpnięta z wywiadu z grupą Rock Partyzani zatytułowanego *Za domovino s Partyzani!* (Lublana: Stop, 16 stycznia 2008: 22).

i pięknych kobiet”²⁷. Krótko mówiąc, mundury i (zazwyczaj nieróżnicowane pod względem płci) sposoby ubierania się znane z czasów partyzantki i istnienia byłej Jugosławii, które były wówczas symbolem emancypacji kobiet i ich ucieczki od tradycyjnych definicji uległej kobiecości, teraz są erotyzowane – stają się prowokacyjne i fetyszystyczne. (Skąpo) ubrane w stylu Yugo-vintage dziewczęta są zazwyczaj prezentowane jako bierne, zamieniając się tym samym w obiekty męskiego pożądania. Naga estetyzacja i erotyzacja bierze górę nad oryginalnym rewolucyjnym przesłaniem.

Najtrudniej jest odpowiedzieć na pytanie, jak ten nierozzerwalnie związany z Jugosławią styl należy rozumieć w kategoriach ideologicznych. Czy stanowi on krytykę obecnej sytuacji, czy też dodatkowo ją legitymizuje? Nasza odpowiedź powinna wziąć pod uwagę wkomponowaną w tego typu dyskursy ambiwalencję, o której wspomina teoria metamodernizmu. Komunikowana takim strojem ideologia jest szeroka i wielowarstwowa; znaczenie zależy od kontekstu, a także od wytwórców i tego, jak owe ubrania są odbierane – innymi słowy, od konotacji nadanych im przez producentów i użytkowników, oraz od denotacji odnotowywanych przez osoby trzecie. W moim odczuciu ubrania te wyraźnie komunikują sprzeciw wobec współczesnej kultury neoliberalnej i nacjonalistycznej (mundury partyzanckie zakładane podczas uroczystości, flagi z pięcioramienną gwiazdą niesione przez demonstrantów, symbole proletariackie i jugosłowiańskie haftowane, drukowane czy malowane na ubraniach i przyszywane do nich są rzeczą nową; nie widywało się ich publicznie od upadku socjalistycznej Jugosławii), lecz także akceptację systemu i jego modelu biznesowego, w którym jest miejsce na wszelkie sprzeczności (Yugo-vintage jako jedna z nowych nisz mody, „poprewolucyjny” styl dla słoweńskich zespołów Yu-rockowych czy sobowtórów Tito), a także jego nowego patriarchy (,,playgirls” też można poubierać w mundury pionierskie i partyzanckie).

Z jednej więc strony mamy do czynienia z neutralizacją symboliki jugosłowiańskiej, partyzanckiej i socjalistycznej – a w rezultacie także i z neutralizacją koncepcji stanowiących ich komercyjny i ideologiczny ucieleśnienie. Gwiazdy, czapki *Triglavki* i mundury ulegają zupełnej estetyzacji, a nawet erotyzacji, tym samym redukując się do symboli lekko kontrowersyjnych, lecz przez to tym bardziej pociągających. Funkcjonują nie jako symboliczna opozycja wobec dyskursów władzy, ale jako ich uzupełnienie – usankcjonowane rozszerzenie. Mówiąc wprost, oswojona opozycja pomaga utrzymywać istniejący stan rzeczy. Yugo-vintage sprowadza się zatem do mody na retro-szyk – przyjemnej dla

²⁷ Moim zdaniem trudno zatem uznać za przypadek, że mężczyźni poprzebieranych za pionierów nie widuje się prawie wcale, podobnie jak pokazów *chippendales*, w których striptizerzy mieliby na sobie mundury partyzantów czy żołnierzy JAL. Zjawisko to było w pewnym stopniu obserwowalne w latach dziewięćdziesiątych, kiedy największą popularnością na wieczorach panieńskich i imprezach z okazji Dnia Kobiet cieszyli się tancerze występujący w mundurach Jugosłowiańskiej Armii Ludowej (korespondencja ze Svetlaną Słapšak, 24 czerwca 2013).

oka, bezbolesnej prowokacji. Jest przedstawieniem, jakiego potrzebują społeczności szatniowe. Według Baumana, „spektakle nie scalają jednostkowych potrzeb w «interes grupowy». Zsumowane ze sobą, nie tworzą ani same nie nabierają nowej jakości, a złudzenie współuczestnictwa, które może wytworzyć spektakl, trwa niewiele dłużej niż poruszenie przedstawieniem wywołane” (Bauman 2006: 310).

Wszystko przeistacza się zatem w łagodną, bezbolesną, relaksującą i komercyjną prowokację, która wzbudza fałszywy sentyment wobec rewolucji, w istocie wzmacniając dominującą pozycję ideologii neoliberalnych i nacjonalistycznych oraz ich instytucji (które tworzą się właśnie dzięki akceptacji różnic i tolerowalnych form działalności wywrotowej). Yugo-vintage dodaje do istniejącego systemu nutkę jugosłowiańską, która jendakowoż traci swój wydźwięk i kontekst za sprawą ironizacji, seksualizacji, spektakularyzacji i wyraźnego ograniczenia do kręgów kultury, mody i odzieży. Innymi słowy – nic nie jest zabronione dopóty, dopóki nie wychodzi poza strój sceniczny, teledyski czy imprezy masowe. Tego typu ubrania zazwyczaj nie są noszone na co dzień; mają więcej wspólnego ze „społecznościami szatniowymi”, źródłem siły których „jest nie poczucie trwałości ale – paradoksalnie – kruchość i niepewność przyszłości, a wręcz zaciekle czujność i intensywność emocjonalnego zaangażowania, których domaga się ich wąła egzystencja” (Bauman 2006: 309). Współcześni rewolucjoniści mają inny gust i wyrażają swoje poglądy za pomocą innych strojów.

W Yugo-vintage lubuje się natomiast „przejsiowa lewica” – barwna zbieranina słoweńskich liberałów i socjaldemokratów (którzy są nimi jedynie z nazwy). Styl ten przydaje się im podczas performatywnych konfrontacji ideologicznych z przedstawicielami prawicy (z którymi w istocie dzielą wspólne podłoże ideologiczne – neoliberalizm i nacjonalizm). Na zyskujących coraz większą popularność uroczystościach upamiętniających czasy socjalizmu i partyzantki „przejsiowa lewica” demonstruje swoją tożsamość kolorem (spódnice, krawaty, chusty w odcieniach czerwieni)²⁸ lub symboliką (polityczne znaki tamtych czasów noszone np. na koszulkach). Ubrania w stylu Yugo-vintage stanowią jeden z przejawów ich politycznego populizmu.

Z drugiej jednak strony, równoległe do opisywanej wyżej ideologicznej, popkulturowej i komercyjnej integracji z dominującym dyskursem i praktykami, rysuje się inny trend, którego nie należy lekceważyć. Zakładane nie tylko na specjalne okazje związane w jakiś sposób z krytyką antyrządową (demonstracje, uroczystości upamiętniające partyzantów) tego typu ubrania i dodatki, mogą służyć emancypacji. Nie chodzi jedynie o przebieranki. Styl Yugo-vintage używany jest do wyrażania postaw i wartości różniących

²⁸ Przykładem może być koncert z okazji 40-lecia istnienia partyzanckiego chóru Pinko Tomažiča z Triestu, który odbył się 27 kwietnia 2013 r. w wypełnionej po brzegi sali koncertowej stadionu Stožice w Lublanie.

się od tych lansowanych w dominujących współcześnie dyskursach. Nawiązuje bowiem do okresu i wartości, które oceniane są negatywnie (antyfaszyzm, sprawiedliwość społeczna, równouprawnienie); im intensywniej próbuje się owe wartości atakować i demonizować, tym częściej Yugo-vintage widywany jest publicznie. Styl ów tworzy analogie do minionych czasów, tak że przeszłość wydaje się bardziej atrakcyjna niż teraźniejszość (buntownicza natura partyzantów i rock'n'rolla, emancypacja kobiet w socjalistycznych realiach, sprzeciw wobec konwencjonalnym światopoglądom i modom). W świecie rozpasanego indywidualizmu i zażartej konkurencji, Yugo-vintage promuje komunitaryzm, poczucie przynależności (zdaniem Billa Dunna „nic nie komunikuje siły wspólnoty tak jak mundur” (Dunn 2009: 6)). Nie mniej istotnym aspektem owego stylu jest fakt, że oferuje on szczyptę emancypacyjnego humoru; pastiszowa imitacja przeszłości stanowi (nie)bezpośrednią krytykę teraźniejszości. Nie chodzi więc jedynie o nieszkodliwą zabawę, lecz o performatywne i spektakularne użycie konkretnych, ideologicznie „skażonych” symboli, które irytują władze. „Przebieranie się” za partyzanta ma zupełnie inny wydźwięk niż występowanie w stroju kowboja, wampira czy hipisa. Rozpatrując styl Yugo-vintage z krytycznej perspektywy zarysowanej w poprzednich podrozdziałach, należy być świadomym jego rozlicznych znaczeń i różnych, czasami sprzecznych typów potencjału i efektów, jakie ze sobą niesie.

Ten typ trawestacji działa niczym – a porównanie to jest w naszym kontekście szczególnie trafne – czerwona płachta przysłaniająca dominujące dyskursy i instytucje oraz symbolizująca ich przeciwieństwo. Reprezentuje on wyraźną, zdecydowaną krytykę obecnej sytuacji, prezentując ją z perspektywy „lepszego” przeszłości – w tym przypadku chodzi o czasy socjalistycznej Jugosławii. Nie należy również lekceważyć znaczenia wywrotowego i emancypacyjnego potencjału Yugo-nostalgii widocznych w innych sferach współczesnej kultury popularnej, na przykład w muzyce²⁹. Nic dziwnego zatem, że ubrania i dodatki nawiązujące do byłej Jugosławii, partyzantki i socjalizmu stały się częścią wizerunku uczestników demonstracji przeciwko urzędującym władzom, organizowanym od jesieni 2012 do wiosny 2013 roku (oraz wielu innych manifestacji, na przykład studenckich, pracowniczych czy antyfaszystowskich)³⁰. Niezadowolenie z istniejącego stanu rzeczy manifestuje się również poprzez zakładanie koszulek z motywami jugosłowiańskimi czy rewolucyjnymi, noszenie czapek pionierów i partyzantów, owijanie się w dawne sztandary oraz przyczepianie do ubrań pięcioramiennych gwiazd.

²⁹ Analizę współczesnych rewizji i rekonstrukcji muzyki byłej Jugosławii znaleźć można w mojej książce *Rock'n'Retro – New Yugoslavism in Contemporary Popular Music in Slovenia* (Velikonja 2013b).

³⁰ Np. tych pod hasłem „Koniec z faszyzmem – dla światowej wolności” przygotowanych przez organizację Front for World Freedom 27 kwietnia 2009 r.

Podsumowanie: polityczna (nie)moc mody

Podsumowanie wypada zacząć od odpowiedzi na pytania postawione we wstępie: jak przedstawia się kulturowy zakres i ideologiczna głębia mody na odzież w jugosłowiańskim stylu? Czy stanowi rodzaj apologetyki obecnej sytuacji, czy raczej jej krytykę, a może reprezentuje obie te postawy naraz? Czy można ją nazwać konsumpcjonistycznym i popkulturowym rodzajem buntu – a może buntem przeciwko konsumpcjonizmowi, popkulturze i dominującej ideologii? Czy jest kwestią etyki czy estetyki?

W ujęciu symbolicznym Yugo-vintage osłabia pozycję dominujących w modzie trendów i praktyk, które starają się pozostać w sferze estetyki, nie ingerując w politykę. Jeśli ktoś wychodzi na ulicę z czerwoną pięcioramienną gwiazdą przypiętą do stroju lub ma na sobie jakiś element munduru Jugosłowiańskiej Armii Ludowej, udawanie, że to „tylko strój” staje się niemożliwe. Taki gest nie jest politycznie neutralny – niezależnie od tego, czy producenci i użytkownicy tych ubrań wykonują go na serio czy dla żartu, czy zdają sobie z tego sprawę i czy są skłonni to przyznać. W każdym przypadku nie chodzi jedynie o kontestację jakiejś mody – w pewnym sensie ten sprzeciw nabiera wydźwięku politycznego. Wobec tak wyraźnych konotacji politycznych trudno się estetycznie zdystansować³¹. Nie jest to jedynie „odmienny” sposób ubierania się ani też przejaw „smakowania” elementów kultury, koncepcji estetycznych i mody z różnych okresów historycznych. Mamy raczej do czynienia z potężnym, bezpośrednim znakiem sprzeciwu wobec istniejącej sytuacji, a przede wszystkim wobec ideologii i praktyk nacjonalistycznych i neoliberalnych. Przyjemność z noszenia tego typu ubrań bierze się z ich paradoksalnego zawieszenia: styl Yugo-vintage jest zbyt upolityczniony, by być modą i zbyt modny, by zaliczać go do sfery polityki.

Szerszego znaczenia owego stylu upatrywać należy gdzieś pomiędzy pop-lewicą i tolerowanymi, rozrywkowymi wykroczeniami poza normę a symbolami radykalnej opozycji wobec współczesnej polityki i ideologii. Sam w sobie nie jest on ani rewolucyjny, ani konserwatywny; jako forma czysto estetyczna (w tym przypadku jest nią moda)

³¹ Estetyczne rozumowanie, z którego ów styl wynika, kłóci się z jego etyką. Warto tu przedstawić analogię pomiędzy dylematami związanymi z usprawiedliwianiem istnienia Yugo-vintage a czynionym przez Rancière'a rozróżnieniem pomiędzy etycznym a estetycznym reżimem w sztuce. Reżim estetyczny „ustanawia w tym samym momencie autonomię sztuki oraz jej tożsamość z formami samego życia” (Rancière 2007: 84). Rancière stwierdza też, że estetyczna skuteczność opiera się na „obojętności oraz radykalnym odsunięciu lub wycofaniu” (Rancière 2010: 136). Sztuka nie reprezentuje niczego poza sobą; nie jest celowa. Z drugiej zaś strony, w przypadku rządów etyki sztuka zawsze odnosi się do czegoś lub kogoś. „«Sztuka» nie jest w nim rozpoznawana jako taka, ale podporządkowana pytaniu o status obrazów”, wobec których stawia się podwójne pytanie: po pierwsze o ich pochodzenie (i w konsekwencji o ich ładunek prawdy), po drugie o ich przeznaczenie, czyli o sposoby ich używania, a także o efekty, które wywołują” (Rancière 2007: 79). Przypadek Yugo-vintage uwidacznia także działanie zarówno estetycznej izolacji, jak i estetycznej ciągłości (Rancière 2010: 142).

nie burzy ani nie umacnia istniejącego *status quo*. Rozpatrywanie go w tych kategoriach zostawiłoby nas na poziomie metamodernistycznej wzajemnie powiązanej dychotomii bezbolesnej symulacji, a jednocześnie znaczącej prowokacji; w stanie „pół żartem pół serio” lub też, jak opisał to Jacques Rancière, „równowartości pomiędzy parodią jako krytyką a parodią krytyki” (Rancière 2010: 144). Innymi słowy, musielibyśmy określić ów styl niejednoznacznie jako i jedno, i drugie. Osobiście jestem zdania, że wywrotowa bądź apologetyczna natura stylu Yugo-vintage zależy od formy, jaką on przyjmuje (czy dominuje forma estetyczna czy konotacje polityczne?), kontekstu (popkultura czy manifestacje antyrządowe?), metod zastosowania (element dekoracji czy aktywne wezwanie do działania?), celu, do jakiego jest zaprzęgnięty (czy ma nim być komercyjny bądź polityczny zysk czy też nie?) oraz struktur, w jakich występuje (dominujących bądź marginesowych). Wydzźwięk Yugo-vintage zależy też od tego, czy styl ten ma służyć władzom czy ludziom tymże władzom się sprzeciwiającym; czy jest narzędziem buntu czy emancypacji; statyki czy dynamiki; czystej estetyzacji obecnej sytuacji czy jej (estetycznej) krytyki. Czy ma być widowiskowy i zdobywać serca tłumu, dostarczając przyjemnych wrażeń estetycznych i/lub nostalgicznych uciech (przy okazji zapewniając producentom niemały zysk), czy też chodzi o inny typ spektaklu – taki, który traktuje emancypacyjny szok i ekshibicjonizm jako narzędzie krytyki obecnego stanu rzeczy i poszukiwania alternatywnych rozwiązań. Innymi słowy, czerwona pięcioramienna gwiazda, mundur buntownika czy proletariacki sztandar stają się symbolami wywrotowymi dopiero, kiedy noszący takie stroje ludzie schodzą ze scen, Yugo-nostalgicznych teledysków, imprez w stylu retro, uroczystości upamiętniających partyzantów, tolerowanych a nawet hołubionych prowokacji współczesnej mody, wkraczając na arenę prawdziwej polityki. Tam zaś same ubrania nie mają już znaczenia.

Bibliografia

- Bauman, Z. (2006). *Płynna nowoczesność* (przeł. T. Kunz). Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Brown, S. (1999). Retro-marketing: Yesterday's Tomorrows, Today!. *Marketing Intelligence & Planning*, 17 (7), 363–376.
- Dorfles, G. (1986). *Moda*. Novi Sad: Bratstvo jedinstvo.
- Dunn, B. (2009). *Uniforms*. London: Laurence King Publishing.
- Guffey, E. (2006). *Retro – The Culture of Revival*. London: Reaktion Books.
- Horn, M.J., Gurel, L.M. (1981). *The Second Skin – An Interdisciplinary Study of Clothing*. Boston–Dallas–Geneva–London: Houghton Mifflin Company.

- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. London–New York: Verso.
- Jenss, H. (2004). Dressed in History: Retro Styles and the Construction of Authenticity in Youth Culture. *Fashion Theory*, 8 (4), 387–404.
- Müller, F. (2007). Retro Fashion, Nostalgia and National Consciousness – Success of a Revived Shoe Brand from Socialist Hungary. In: I. Willinger (ed.), *N/Osztagia – Ways of Revisiting the Socialist Past* (p. 35–38). Budapest–Berlin: Anthropolis, Rejs e.V.
- Rancière, J. (2007). *Dzielenie postrzegalnego: Estetyka i polityka* (przeł. J. Sowa). Kraków: Wydawnictwo i Księgarnia Korporacja Ha!art.
- Rancière, J. (2010). *Dissensus: On Politics and Aesthetics*. New York: Continuum.
- Reynolds, S. (2011). *Retromania – Pop Culture’s Addiction to Its Own Past*. London: Faber and Faber.
- Simmel, G. (2002). Filozofia mody (przeł. M. Łukasiewicz). *Res Publica Nowa*, 10, 106–110.
- Velikonja, M. (2013a). Between Collective Memory and Political Action: Yugonostalgia in Bosnia-Herzegovina. In: O. Linstead, S.P. Ramet (eds.), *Bosnia-Herzegovina Since Dayton: Civic and Uncivic Values* (p. 351–368). Ravenna: Longo Editore.
- Velikonja, M. (2013b). Rock’n’Retro – New Yugoslavism in Contemporary Popular Music in Slovenia. Ljubljana: Sophia.
- Velikonja, M. (2014). Jugovintage? – ohranjanje in ustvarjanje spomina z oblačenjem. In: M. Pušnik, E. Fajt (eds.), *Moda in kultura oblačenja* (p. 293–308). Maribor: Založba Aristej.
- Vermeulen, T., Akker van den, R. (2010). Notes on Metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture*, 2. Pozyskano z <http://aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/view/5677/6304>.

Źródła internetowe

- Buka <http://www.6yka.com/novost/1727/aleksandar-trifunovic-zbogom-jugoslavijo>
- Infoscena <http://www.studentarija.net/event/you-rock-cirkus/>
- Lokal Patriot <http://www.lokalpatriot.si>
- Notes on Metamodernism <http://www.metamodernism.com/category/theory/>
- Sex. Ker seks seka! (blog) <http://seks.blog.siol.net/2006/11/29/29-november>

Spis fotografii

Fot.1 Plastikowa broszka; fot. M. Velikonja.

Fot.2 Reklama czapki Triglavki; pozyskano z <http://www.matex.si/novica.php?ID-NO=11>.

Fot.3 Buntownik; fot. I. Modic.

Fot.4 „Pionierki”; pozyskano z <http://difases.blogspot.ru/2011/02/drazena-gabric-goes-full-frontal-for.html>.

Fot.5 T-shirt „Hello Titto”; pozyskano z <https://matrixworldhr.com/2012/06/17/fore-i-fazoni-s-facebook-a-na-sto-se-smijemo-dio-51/hello-tito/>.

Fot.6 Okładka albumu zespołu Rock Partyzani (2010).

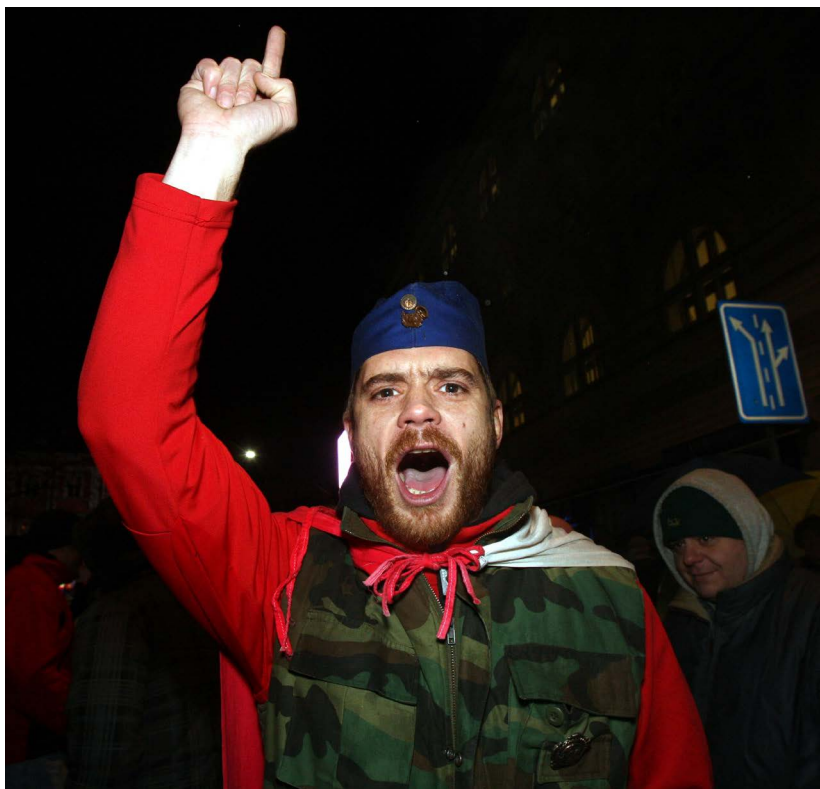
Fot.7 Demonstranci; fot. M. Velikonja.



Fot. 1 Plastikowa broszka



Fot. 2 Reklama czapki Triglavki



Fot.3 Buntownik



Fot.4 „Pionierki”



Fot.5 T-shirt „Hello Titto”



Fot.6 Okładka albumu zespołu Rock Partyzani (2010)



Fot.7 Demonstranci

