

pažnja!

odjeća

umjetnost

identitet

---

U povodu 36 godina Odsjeka tekstilnog dizajna u Bihaću / 1978 - 2014

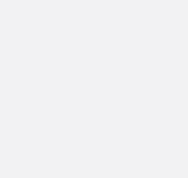
---

zbornik radova sa međunarodnog naučnog skupa

**pažnja!** odjeća, umjetnost, identitet

7. i 8. oktobar 2013.

tehnički fakultet univerziteta u bihaću / odsjek za tekstilni dizajn





pažnja!  
odjeća  
umjetnost  
identitet

---

zbornik radova

bihać 2014.

**Urednik**

dr.sc. Irfan Hošič

**Izdavač**

Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću

**Recenzenti**

dr.sc. Žarko Paić

dr.sc. Sarita Vujković

**Lektor i korektor**

dr.sc. Hrvoje Jurić

dr.sc. Šeherzada Halkić

**Prijevod na engleski**

Merima Zulić

**Likovno oblikovanje**

labvisual

**Web stranica**

Eldin Okanović

**Administracija**

Maida Galić

Besima Midžić

**Štampa**

Grafičar, Bihać, Bosna i Hercegovina

**Tiraž**

500

© Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću  
Štampano u augustu 2014. godine

#### **Organizator**

Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću

#### **Partner-organizator**

Gradska galerija Bihać

#### **Predsjednik naučnog skupa**

dr.sc. Irfan Hošić

#### **Organizacioni odbor**

dr.sc. Refik Šahinović

dr.sc. Atif Hodžić

dr.sc. Irfan Hošić

dr.sc. Šeherzada Džafić

mr.sc. Bajro Bolić

Adnan Dupanović

#### **Naučni odbor**

dr.sc. Aida Abadžić Hodžić (Univerzitet u Sarajevu)

dr.sc. Žarko Paić (Sveučilište u Zagrebu)

dr.sc. Asja Mandić (Univerzitet u Sarajevu)

dr.sc. Mirela Ljevaković (Max Planck institut, Firenca)

<http://simp2013.tfb.ba>

CIP - Katalogizacija u publikaciji  
Nacionalna i univerzitetska biblioteka  
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

391:316.7(063)(082)  
7.05:687(063)(082)

NAUČNI skup "Pažnja! Odjeća, umjetnost, identitet"  
(2013 ; Bihać)

Zbornik radova / Naučni skup "Pažnja! Odjeća,  
umjetnost, identitet", Bihać, oktobar 2013. ;  
urednik Irfan Hošić. - Bihać : Tehnički fakultet  
Univerziteta, 2014. - 199 str. : ilustr. ; 23 cm

Bibliografija i bilješke uz tekst.

ISBN 978-9958-624-39-1

COBISS.BH-ID 21447174



- 11** **Uvod**  
Irfan Hošić
- 13** **Prilog poznavanju povijesti odijevanja:  
*zakoni protiv raskoši* i njihov utjecaj**  
Katarina Nina Simončić
- 29** **Kad kupovina nije rasonoda. Ženstvenost,  
moda i potrošnja u FNRJ (1952–1961)**  
Danijela Velimirović
- 43** **Zakon o zabrani nošenja zara i feredže  
iz 1950. godine u NR Bosni i Hercegovini**  
Kujraković Nusret
- 55** **Analiza utjecaja novije zabrane ženskih  
muslimanskih odjevnih praksi u Evropi**  
Đermana Šeta
- 65** **Moda i ideologija. Stilsko-odjevni  
trendovi u politici**  
Hajrudin Hromadžić
- 73** **"Nevjernik prve klase" – moderna vojna  
uniforma kao pozornica sukoba kultura**  
Aleksandar Pašagić
- 83** **Trenerka i zlatni lanac**  
Armina Galijaš
- 93** **Moda i odijevanje kao sredstvo  
čovjekove identifikacije i socijalizacije**  
Elvira Islamović
- 101** **Wonderingmode**  
Dobriła Denegri
- 107** **Modni advertising, umjetnost i muškost:  
semiotička, ikonološka i povijesna perspektiva**  
Krešimir Purgar

- 
- 125** Umjetnost, moda i mediji 19. i  
20. vijeka u prizmi skandala i šoka  
Irfan Hošić
- 137** Moda, tradicija i/ili modernost.  
Srpsko slikarstvo 1918-1941  
Simona Čupić
- 147** Sukob u prikazima odjeće  
u opusu Ivane Kobilca  
Mateja Maučec
- 153** Više od uniforme. Radna odeća stjuardesa  
Jugoslovenskog aerotransporta nekad i sad  
Suzana Lazarević
- 167** Kabanica ili ljubavnica. Uspostavljanje  
fiktionalnih identiteta pomoću odjevnoga predmeta  
Šeherzada Džafić
- 177** Je li vladajuća moda vladajuće klase?  
Ili: što je marksizam naučio od strukturalizma?  
Katarina Peović Vuković
- 189** Veo i grudi: kada odjeća  
pokriva jedno, otkriva drugo  
Nadia Capuzzo Đerković
- 197** Galerija fotografija





## Uvod

---

Naučni zbornik *Pažnja! Odjeća, umjetnost, identitet* nastao je na temelju izlaganja održanih na istoimenom naučnom skupu u oktobru 2013. godine, koji je u svojstvu domaćina i organizatora ugostio Odsjek za tekstilni dizajn Tehničkog fakulteta Univerziteta u Bihaću. Zbornik obuhvata sedamnaest priloga istraživača i istraživačica širokog naučnog spektra oko tema odijevanja, mode i umjetnosti. Tražeći otklon od konvencionalnoga razumijevanja odjeće kao isključivo tekstilnoga ili odjevnoga tehnološkog problema, ovaj zbornik afirmira ideju širenja interpretacijskog polja odjevnih znakova i njihovih sklopova, s akcentom na kontekst krize, napetost i sukob. Predznak "pažnja" ukazuje na globalnu krizu u kojoj suprotstavljene ideologije i svjetonazori određuju društvenopolitičku današnjicu koja se pak reflektira u praksama odijevanja, modi i vizualnoj umjetnosti.

Zbog veoma različitog i gotovo ambivalentnog razumijevanja odijevanja u različitim sredinama – u kojima su individualne ili kolektivne odjevne prakse vezane uz porast ili redukciju demokratskih vrijednosti – jedna od karakteristika ovog zbornika jeste interdisciplinarnost. Fokusirajući se na percepciju odjeće i odjevnog znaka, zbornik okuplja teoretičare odijevanja i mode, historičare umjetnosti, antropologe, teoretičare kulture, sociologe, kustose i druge.

Sedamnaest priloga bavi se vremenskim i prostornim fenomenima u kojima odjeća na različite načine zadobiva političko značenje, postajući time medijator ideološkog naboja. Prilozi objavljeni u ovom zborniku koriste se iskustvima i primjerima iz prošlosti, ali također tragaju za mogućim interpretacijskim

obrascima današnjih događaja. Time se otvara nekoliko težišnih tema kroz koje se obrađuju uloga i značaj odjevnih zabrana nekad i sad, čija recentnost se ogleda u činjenici da su takve prakse bile dio određene politike i na našim prostorima. Bilo da je *dress code* determiniran neoliberalnim konzumerizmom ili medijskom konstrukcijom, iz čega proizlaze klasne napetosti i latentni konflikti unutar društva, ili zakonskom i pravnom regulativom unutar neke države, ono što zabrinjava u navedenoj konstelaciji jeste činjenica da odnos odijevanja, tj. mode, medijske slike i umjetničkog artefakta prerasta granice funkcionalnoga, estetskog i umjetničkog te prelazi u prostor simboličkog s izraženim intencijama napetosti, krize i sukoba.

Nakon zbornika *Odjeća kao simbol identiteta*, koji je objavljen 2012. godine, naučni zbornik *Pažnja! Odjeća, umjetnost, identitet* nastoji ukazati na važnost bavljenja odjećom i modom u okviru vizualnih umjetnosti. Kao takav, ovaj zbornik mapira nekoliko važnih tematskih područja otvarajući nove mogućnosti i ohrabrujući stručnjake različitih profila za bavljenje ovim i sličnim temama u budućnosti.



Tijekom povijesti odijevanja, odjeća i moda nije bila samo puka razonoda, već je ujedno poslužila kao vizualni znak upozorenja te kao sredstvo društvene restrikcije i marginalizacije. Pravila o odijevanju, ukrašavanju te klasnom razlikovanju na temelju odjeće prvi puta se spominju u starom Rimu, te se u različitim vremenskim odmacima pojavljuju sve do sredine 19. stoljeća. Poznati pod nazivom *zakoni protiv raskoši*, u službi *vladajuće aristokracije* utjecali su na ritam i smjer modnih promjena od rane renesanse pa nadalje. U ovome radu kroz povijesni pregled na primjerima odjevnih oblika i artefakta, analizirat će se njihova šira društvena uloga, kao i pitanje njihovoga utjecaja na slojevito značenje odjeće i ostalih pokrivala tijela. Ujedno će se nastojati ukazati na prisutnost povijesno uhodanih obrazaca *zabrana i upozorenja* odjećom i u suvremenoj kulturi.

---

U zapadnoj kulturi, u različitim intervalima, *zakoni protiv raskoši* prisutni su sve do 19. stoljeća. Ovisno o stilskom razdoblju i zemlji porijekla, nalazimo ih pod različitim terminima: latinski *leges sumptuariae*, talijanski *leggi suntuarie*, francuski *lois somptuaires*, engleski *sumptuary law, law against luxury, acts of apparel*, njemački *Aufwandgesetz*, hrvatski *zakon o raskoši* ili *zakon protiv raskoši*. Njihovi utjecaji na modu – i obrnuto, utjecaji mode na zakone – bili su intenzivni, učestali i uzajamni. Promatrat ćemo povijest odijevanja, a zanemariti u sveukupnoj analizi njihovu prisutnost, znači zapostaviti važan segment razumijevanja modnog ozračja određenog razdoblja. Bili oni ekonomski ili ideološki obojeni, diktirali su ritmove promjena i asimilacije modnih izraza. Propisivali su tipove odjeće (kvaliteta i boja tkanine, određeni odjevni oblici i ukrasi) u svrhu klasne identifikacije, kao i odjevne oblike u svrhu kažnjavanja i društvene marginalizacije pojedinaca.

### Prvi propisi o odijevanju

Prvi *zakoni protiv raskoši* potječu iz razdoblja antike. U 7. stoljeću prije Krista, grčki zakonopisac Zaleuk propisao je *Lokrijski zakon*.<sup>1</sup> Zabranio je svim slobodnim ženama više od jedne sluškinje za

pratnju, osim ako su bile u alkoholiziranom stanju. Ženama je zabranio i zadržavanje na javnim trgovinama u kasnim noćnim satima. No zakonom im je propisao i odjevni izgled, limitirajući količinu zlatnog nakita i raskošnih tkanina. Zabranio je *časnim* ženama ukras na tkanini od purpurnih linija, koje su bile obilježje *nečasnih* žena – prostitutki. Lokrijski zakon odnosio se i na muškarce, zabranivši im i raskošan nakit i tkanine "poput onih izrađenih u Miletu".<sup>2</sup> U Ateni u 6. stoljeću prije Krista kralj Solon, donoseći pravila žalovanja za pokojnikom, dotakao se i miraza: "mlada donosi stvari male vrijednosti i ništa više".<sup>3</sup> Kasnije se u povijesti najčešće ipak spominju spartanski zakoni (5. stoljeće prije Krista) te propisi koji su Spartancima zabranjivali sudjelovanje na razuzdanim zabavama, posjedovanje zlata i srebra, posjedovanje raskošnih kuća i namještaja. U izgradnji im je bilo dopušteno koristiti samo običnu pilu i sjekiru. U staroj Grčkoj pisani su zakoni ograničavali potrošnju novaca za bankete, pokope i miraze. Catherine Kovesi Killerby tvrdi da

---

1 Grad Lokri (tal. *Locri*) nalazi se u regiji Kalabriji na jugu Italije.

2 A Sexton of the Old School, *Dealings With the Dead*. BookNet, 2012.

3 Anne Carson, "The Gender of Sound", u: Nanny de Vries, Jan Best (ur.), *Thamyris. Mythmaking from Past to Present*, god. 1 (1994), br. 1, str. 19. Vidi: Josine H. Blok, "Sumptuary Legislation, Greece", u: *The Encyclopedia of Ancient History*, Wiley-Blackwell, Malden – Oxford 2012.

su Rimljani bili daleko više zainteresirani za kontrolu raskoši od Grka.<sup>4</sup> Rimski izvori prvi zakon o zabrani luksuza ili raskoši datiraju u 215. godinu prije Krista. Napisao ga je Gaj Opij (Gaius Oppius), plebejski tribun Rimske Republike, a zakon je po njemu prozvan *Lex Oppia* i smatrao se prvim u nizu zakona protiv raskoši poznatih pod latinskim nazivom *leges sumptuariae*. U njemu je ženama zabranio višebojne tkanine ukrašene grimiznim linijama, posjedovanje velike količine zlata, te vožnju kočijama ulicama Rima.<sup>5</sup> Razlozi za provedbu zakona nisu bili potaknuti estetskim zahtjevima već financijskim gubicima Rima, nastalim nakon poraza u Prvom punskom ratu (264.–241. g. pr. Kr.). Ovim se zakonom nastojalo potrošnju *preumjeriti* s raskošnih ženskih tkanina i nakita u opremanje vojske. Nakon pobjede u Drugom punskom ratu (218.–202. g. pr. Kr.) zakoni više nisu imali opravdanja za postojanje, no ipak su se zadržali u kulturi Rima iz ideoloških razloga. Tako je rimski državnik, konzul, pisac i govornik Marko Porcije Katon Stariji (234.–149. g. pr. Kr.) smatrao da žensko trošenje na raskoš potkopava tradicionalne rimske vrline skromnosti i daje muževima poticaj za korupciju.<sup>6</sup> Ubrzo su zakoni, zahvaljujući pobuni žena,<sup>7</sup> nestali. No nakon određenog vremena su ponovno uvedeni, a kao osnovni motiv ističe se prekomjerna raskoš odjeće i nakita,<sup>8</sup> te nemogućnost iščitavanja društvenih razlika. Odjeća, nakit i ukrasi na tkaninama postali su sredstvo klasne identifikacije, propisani upravo zakonima protiv raskoši. Društvene razlike očitovale su se brojem purpurnih linija – *clavusa* – na tunici i vrstama toge.<sup>9</sup> *Augustus clavus*, tunika jahača, imala je dvije pruge na svakoj strani haljetka, sveu-

kupno četiri. *Latus clavus*, senatorska tunika, imala je po jedan *clavus*, sveukupno dva. No uloga zakona nije bila usredotočena isključivo na klasno razlikovanje, već su propisi korišteni i kao sredstvo discipliniranja društva, uvjetovano povijesnim okolnostima. Muškarcima su u određenim razdobljima Rimskog carstva bile zabranjene svilene tkanine, uz izliku da se radi o vrsti tkanine isključivo namijenjene ženama, a Flavije Honorije (384.–423.) zabranio je rimskim građanima nošenje hlača, opisujući ih odveć barbarskima.<sup>10</sup> Rimski zakoni otkrivaju i važnost toge za rimsku kulturu. Njezin izgled ovisio je o zanimanju i dobi rimskog građanina.<sup>11</sup> Sve do 2. stoljeća prije Krista, vunenom togom tijela su omatali svi rimski građani, i muškarci i žene. Od 2. stoljeća prije Krista toga je bila dopuštena samo rimskim građanima (*mens togata*),<sup>12</sup> a ženama, robovima i strancima zabranjena. Bijelju togu s purpurnim porubom – *toga praetexta* – nosili su dječaci prije ulaska u pubertet, te svećenici i suci. Obična bijela toga – *toga virilis (toga pura, toga libera)* – bila je za senatore i mladiće do 18 godine; *toga candida*<sup>13</sup> za državne djelatnike i političare; *toga pulla* ili *toga sordida* bila je tamna toga za žalovanje. *Toga purpurea*, grimizna toga,<sup>14</sup> bila je zakonom propisana isključivo za rimskog cara i generale u trenucima ulaska u grad nakon trijumfalnog povratku s ratišta. Rimski zakoni protiv raskoši – *leges sumptuariae* – osim zabrana i limitiranja odjegovnog te ukrasnog luksuza, propisivali su i odjevne oblike u svrhu društvene stigmatizacije i kazne. Žene kažnjene za preljubništvo, prostituciju i radoznalost morale

4 Vidi: Catherine Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*. Clarendon Press, Oxford 2001., str. 12.

5 Vidi: Naphtali Lewis, Meyer Reinhold, *Roman Civilization: Selected Readings*, sv. 1. Columbia University Press, New York 1990., str. 489–496.

6 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 14.

7 195. g. pr. Kr. zakon je ukinut pod pritiskom žena koje su javno demonstrirale oko Kapitola. Izvor: Titus Livius (Livy), *The History of Rome*, Book 34, <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Liv.%2034.4.12> (pristup: 10. 12. 2013.).

8 Giuseppe Dari-Mattiacci, Anna Plisecka, "Luxury in Ancient Rome: Scope, Timing and Enforcement of Sumptuary Laws", *Legal Roots* (1/2012), str. 189–216; <http://works.bepress.com/gdarimat/14/> (pristup: 12. 12. 2013.).

9 Toga je bila vunena, dužine i preko šest metara. Pri omatanju tijela bila potrebna pomoć robova.

10 Vidi: *Codex Theodosianus* (14.10.2–3), preveden na engleski: Clyde Pharr (ur.), *The Theodosian Code and Novels and the Sirmonian Constitutions*. Princeton University Press, Princeton 1952., str. 415.

11 Vidi: William Smith, William Wayte (ur.), *A Dictionary of Greek and Roman Antiquities*, <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.04.00-63%3AAalphabetic+letter%3DT%3Aentry+group%3D2%3Aentry%3Dtoga-cn> (pristup: 15. 12. 2013.).

12 Toga je bila simbol mira i vojnici ju nisu nosili.

13 Izvedenica za naziv 'kandidat'.

14 Grimizni pigment dobivao se od žlijezde morskih puževa volaka. Za obojiti jedan kilogram tkanine bilo je potrebno preko 10.000 puževa, pa je boja bila namijenjena samo visokom staležu. Tonaliteti grimizne razlikovali su se kroz stoljeća. Grčki povjesničari opisuju je kao boju mora u sumrak ili boju zgrušane krvi, dok je u Bizantu naglasak na ljubičastim tonalitetima. Vidi: Michel Pastoureau, *Blue. The History of a Color*. Princeton University Press, Princeton – Oxford 2001.



su tijelo zaogrnuti u javnom prostoru togom pod nazivom *toga muliebris*.<sup>15</sup> Odjenuti muški odjevni oblik *togu*, umjesto lanene *stole*, rimskim ženama nalikovalo je gubitku ženstvenosti, a kazna tog tipa bila je oblik neizmjernog javnog poniženja.

Motiva za postojanje i provedbu zakona iz rimskog doba bilo je i u srednjem vijeku. Rani kršćani, posvećeni njegovanju vrlina i pokajničkog duha koji se trebao očitovati i kroz odabir odjeće, odbacivali su raskošno ruho. Vjerovalo se da će Bog biti daleko zadovoljniji ako se "okite" dobrim djelima umjesto svilenim i jarko obojenim tkaninama. Muškarci i žene poticali su se na odijevanje u skladu sa skromnim načelima nauka Isusa Krista, koji je bio stolar i putujući propovjednik. Tako se povijest zakona protiv raskoši, *leges sumptuariae*, nastavila i u narednim stoljećima pod srodnim nazivima.

### Motivi zakona protiv raskoši u kulturi Zapada tijekom povijesti

Zakoni protiv raskoši na području Europe aktualiziraju se tijekom devetog stoljeća, u vrijeme karolinškog kraljevstva<sup>16</sup> i usko su vezani za kler. Od 12. stoljeća nadalje, osim klera, pravila odijevanja počinju se učestalije doticati i običnog puka. Najraniji propisi o raskoši u kršćanskoj Europi bili su regulirani crkvenim propisima, tj. kanonskim pravom. Uvode se u većem dijelu današnje Europe,<sup>17</sup> a prvi takav bio je propisan 1157. godine u Genovi<sup>18</sup> i ticao se raskošnog krzna. Suočena s financijskom krizom, 1360. godine Firenca uvodi seriju poreza ili *gabelle* na luksuznu odjeću i modne dodatke. Godišnjim porezom od 100 zlatnih "florinsa" muževi su svojim ženama "kupili" dopuštenje nošenja raskošne odjeće. Nalik Firenci, *gabelu* 1402. godine uvodi i Genova, no u svrhu pokrivanja tekućih potreba grada.<sup>19</sup>

15 Vidi: Catharine Edwards, "Unspeakable Professions: Public Performance and Prostitution in Ancient Rome", u: Judith P. Hallett, Marilyn B. Skinner (ur.), *Roman Sexualities*, Princeton University Press, Princeton 1997., str. 81.

16 Propis uvodi Karlo Veliki, kasnije ga aktualizira njegov sin Ludovik I., koji zabranjuje korištenje svile, zlata i srebra.

17 U Engleskoj, Škotskoj, Španjolskoj, Francuskoj, germanskim državama, talijanskima gradovima-državama. Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 23.

18 *Breve della campagna* ograničenja za cijenu krzna od samurvine. Zakon se napustio 1161. godine.

19 Samo dva grada uvode *gabelu* – Firenca i Genova. Vidi: C.

Od 14. stoljeća nadalje, njihov broj se povećava. Samo u Veneciji u razdoblju od 1299. do 1499. godine vlast uvodi četrdeset dva oblika zakona, koji se tiču isključivo odijevanja. Iz Italije se zakoni šire na ostatak Europe. U Francuskoj, Filip IV. (1268.–1314.), slično talijanskom obrascu, uvodi propise o dopuštenoj odjeći, ovisno o staležu na kraljevskom dvoru. Nasljednici francuske krune nastavili su provoditi i sadržajno usavršavati zakone, fokusirajući se na odjevne ukrase u obliku veza, dragog kamenja ali i raskošnih svilenih i lanenih tkanina. Za vrijeme vladavine Edvarda II. (1284.–1327.) u Engleskoj je bilo zabranjeno konzumiranje više vrsta jela i posjedovanje pretjerano raskošnog posuđa,<sup>20</sup> dok je Henrik VIII. u razdoblju od 1510. do 1533. propisao četiri proglašenja o dopuštenoj raskošnoj odjeći i nakitu za pojedine pripadnike dvorskih titula.

Frances Elizabeth Baldwin ukazuje na to da su engleski zakoni, tzv. *Acts of Apparel*, bili više nacionalno obojeni, dok su u ostatku Europe lokalne prirode i manje okupirani zabranama uvoza tuđih proizvoda.<sup>21</sup> Jacob Burckhardt primjećuje da je većina zakona protiv raskoši došla iz mediteranskih gradova, a kao razlog navodi da je Italija, za razliku od drugih zemalja, u razdoblju renesanse prepoznala važnost mode za gospodarski napredak i uređeno društvo.<sup>22</sup> Catherine Kovesi Killerby proširuje Burckhardtova istraživanja i zaključuje da talijanski zakoni mogu zahvaliti svoju dugotrajnost i postojanost kršćanskoj tradiciji, ali i načelima proizašlim iz razdoblja antike.<sup>23</sup> Autorica ukazuje na nekoliko razloga primjene zakona tijekom povijesti. Prvi je uloga tržišta i prisutnost potražnje i potrošnje, kao odraz društvenog blagostanja veće

Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 47.

20 U Londonu 1281. godine zakonom je propisana dopuštena odjeća radnika, dok je Edvard III. 1336. godine pokušao ograničiti hranu trgovcima i poslužu u vlasništvu plemića. Zabranio je više od jednog mesnog ili ribljeg obroka po danu. Škotski parlament išao je toliko daleko da je pokušao 1433. godine svima ispod titule baruna ograničiti količinu pite i pečenog mesa.

21 Vidi: Frances Elizabeth Baldwin, *Sumptuary Legislation and Personal Regulation in England*. Johns Hopkins University Press, Baltimore 1926.

22 Vidi: Jacob Burckhardt, *The Civilisation of the Renaissance in Italy*. Middlemore, Oxford 1945.

23 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 9.



Slika 1: Odjeća plemstva, raskošna tkanina, vez i nakit (William Scrots: *Elizabeth I*, oko 1546. godine).

grupacije potrošača, što se pojavljuje tek nakon 13. stoljeća. Zatim je tu uloga zaštite domaće proizvodnje, u cilju zaštite nacionalnog ili lokalnog godišnjeg dohotka, poticanja domaće trgovine i smanjivanja deficita.<sup>24</sup> Zakoni su bili oblikovani na dva načina, u smjeru zabrana (tuđih proizvoda) ili poticaja na potrošnju (domaćih proizvoda). No paleta motiva za izradu takvih zakona bila je raznolika; ekonomski, demografsko-regenerirajući, a u mnogo slučajeva vlasti su koristile zakone kao konzervativnu ili čak represivnu silu, koja uvodi red u društvo, te sprječava svaku političku ambiciju.

Zanimljivo je primijetiti da su motivi *klasnog razlikovanja* luksuznom odjećom primarni u zakonima protiv raskoši tek od 13. stoljeća, što odgovara pojavi šire grupacije potrošača, kako je navela Kovesi Killerby. Srednjovjekovno društvo odijevalo se primjereno svome statusu, poštujući društvenu

<sup>24</sup> Vidi: *ibid.*, str. 41.

hijerarhiju s aristokracijom na čelu. Svatko je imao svoje mjesto u društvu. Izdizanje rastrošnim načinom života ili raskošnom odjećom iznad svoje klase, smatralo se herezom. U tome su prednjačili engleski zakoni, koji se od 14. do 17. stoljeća grade i nadopunjuju na osam osnovnih načela, a vrhunac propisa bio je u vrijeme Elizabete I. Prvo, tkanine s metalnim (zlatnim i srebrnim) nitima dopuštene su isključivo kralju i njegovoj pratnji. Drugo, vunene tkanine namijenjene su nižim društvenim slojevima, a svilene aristokraciji. Treće, važno je bilo porijeklo tkanine, da li je domaće ili strane proizvodnje. Četvrta točka određivala je cijene po dužini tkanine (*yard* ili *ell*), peta je regulirala hijerarhijsku podjelu boja tkanina (grimizna, dobivena od kermesa, rezervirana isključivo za kralja), dok je šesta uvodila hijerarhijsku podjelu krzna (uvozno krzno bilo je skuplje od domaćeg krzna). Sedma točka bavila se ukrašavanjem odjevnih predmeta, a osma nakitom.<sup>25</sup>

Zakoni s motivom klasnog razlikovanja provodili su se i u talijanskim gradovima, zatim na području Dalmacije, Francuske i Španjolske. Treba se osvijestiti i o vrijednosti odjevnih predmeta, kako bi se lakše razumjeli motivi klasnog razlikovanja. Primjerice, u Veneciji u drugoj polovici 15. stoljeća muški haljetak ukrašen aplikacijama od dragog i poludragog kamenja odgovarao je vrijednosti šestomjesečnog prihoda kneza. Osim ukrasa od dragog kamenja, veza, tehnički zahtjevnog motiva, klasnoj identifikaciji pridonijela je i boja odjeće (slika 1). Postojanost boje, sjaj boje i njezin intenzitet na tkanini upućivali su na viši društveni položaj nositelja,<sup>26</sup> dok je porubni ukras od hermelina bio dopušten isključivo plemstvu tijekom 15. i 16. stoljeća. U Francuskoj su zakoni dopuštali *mufove* (grijače za ruke od skupocjenog krzna) samo aristokraciji, dok su ih niži slojevi, kako bi izbjegli kazneni progon, izrađivali od mačjeg ili psećeg krzna.

*Gospodarski motivi* zakona odnose se na poticanje

<sup>25</sup> Vidi: Stephen Church, Maria Hayward, "Laws and Prohibitions: Sumptuary", u: Gale Owen-Crocker, Elizabeth Coatsworth, Maria Hayward (ur.), *Encyclopedia of Medieval Dress and Textiles of the British Isles c. 450–1450*. Brill, Leiden 2012., str. 319–321.

<sup>26</sup> Vidi: Katarina Nina Simončič, "Boja u kulturi odijevanja i u modi hrvatskih dizajnera", u: *Moć boja. Kako su boje osvojile svijet*. Etnografski muzej, Zagreb 2009., str. 175–190.

kućne radinosti, domaće trgovine i obeshrabrivanje domaćih potrošača da kupuju strane proizvode. U 14. stoljeću Firenca zabranjuje trgovanje vunom koja nije porijeklom iz tog grada. Srodan zakon propisale su gradske vlasti u Lucci, u strahu od konkurentnih svilarških središta Bologne, Genove, a kasnije i Venecije. U 15. stoljeću venecijanske vlasti zabranjuju korištenje uvoznih tkanina i odjeće, te dopuštaju svojim građanima odijevanje isključivo u odjeću proizvedenu u Veneciji.<sup>27</sup> I u Engleskoj su postojali slični motivi sa snažnim predznakom političkog protekcionizma, koji su pogodovali engleskoj kruni. Nedjeljom i blagdanima podanicima je bilo propisano nošenje kapa izrađenih od domaće vune. Uskoro je Engleska postala vodeća zemlja regije u proizvodnji i prodaji vunениh proizvoda. Elizabeta I. je, kako bi zaštitila domaće tržište, te potaknula na štednju<sup>28</sup> i spriječila odljev engleskog zlata i novca u tuđinu, 1574. godine zabranila uvoz raskošne robe<sup>29</sup> s Dalekog istoka i Mediterana, dok je Nürnberg zabranio muškarcima nošenje talijanskih srebrnih bodeža.<sup>30</sup> Iz istog razloga zabranjuju se poneki elementi "tuđinske mode" i na području Dalmacije. U prvoj polovici 16. stoljeća u Dubrovniku mladićima nisu dopušteni pariški i firentinski ogrtači. Isti stav iskazuje i odredba iz 1516. godine, koja kaže da žene u Dubrovniku mogu nositi samo haljine i ogrtače "na dubrovačku", a ne "aliquas novas fogias". Kazne za nepoštivanje zakona bile su rigorozne, od godinu dana zatvora za pučane do pet godina gubitka javne djelatnosti i privilegija za vlastelu. Ako bi netko s puta donio komad zabranjene odjeće, morao ju je predati u roku od petnaest dana, navodi Zdenka Janeković-Römer.<sup>31</sup> Ako nisu

poštovali navedene zakone, i krojači su bili osuđeni zatvorskom kaznom ili novčanom odštetom za neposlus. Slična situacija, u svrhu zaštite domaće proizvodnje, bila je prisutna i tijekom kasnijih stoljeća u zakonima drugih dalmatinskih gradova i dijelova sjeverozapadne Hrvatske. Kako bi se potaknula domaća proizvodnja, zabranjivao se uvoz određenih tkanina, kako s istoka tako i sa zapada.<sup>32</sup>

Jedan od motiva za provedbu zakona bila je i *potreba za rastom populacije*. U Lucci 1380. godine, a nekoliko godina kasnije i u Firenci, raspravljalo se o prevelikim izdacima za vjenčanja i opremanje budućih mladenki i supruga, zbog čega su muškarci nerado ulazili u brak.<sup>33</sup> Te rasprave potaknule su na razmišljanje o revitalizaciji starorimskih zakona, koji bi kažnjavali preraskošna vjenčanja, miraze i odjeću mladih supruga. Posebno aktualni motivi Zakona za povećanje nataliteta bili su nakon što je u 14. stoljeću kuga ("crna smrt") samo u Veneciji pokosila od 35 do 65 posto ruralnog i gradskog stanovništva. Zakoni venecijanske vlasti zabranjivali su raskošni miraz te raskošno opremanje supruga. 1430. godine zabranili su ženama cipele visokih platformi (40 cm), kako bi zaštitili nerođenu djecu, ali i smanjili trošak za izradu dužih haljina.<sup>34</sup>

Propisi i zakoni poslužili su i u odbacivanju svega što je bilo *štetno za duhovnu formaciju* građana. Čin odijevanje nižih slojeva u raskošnu odjeću, smatrao se neumjesnim i grešnim, kao i osjećaj luksuza i ekstravagancije. Običan i nepismen puk zakone je slušao s propovjedaonica, gdje su bili potkrijepljeni Biblijskim citatima poput sljedećih: "Lakše je devi kroz ušice iglene nego bogatašu u kraljevstvo Božje" (Mk 10:25–26); "Isto tako hoću da se žene pristojno oblače, da se kite stidom i čednošću, ne pletenicama, ni zlatom i biserima ili skupocjenim

27 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 49.

28 Vidi: Elizabeth B. Hurlock, "Sumptuary Law", u: Mary Ellen Roach, Joanne Bubolz Eicher (ur.), *Dress, Adornment and the Social Order*, John Wiley & Sons, New York 1965., str. 295–301.

29 Talijanske svile, purpurni pigment za bojanje tkanina.

30 Vidi: Tim Healey, *History of Costume*. Macdonald Educational, London 1977.

31 Vidi: Zdenka Janeković-Römer, "Nasilje zakona: gradska vlast i privatni život u kasnosrednjovjekovnom i ranonovovjekovnom Dubrovniku", *Analitički Dubrovnik* (41/2003), str. 9–44. Katarina Nina Simončić, "Pokušaj rekonstrukcije kulture odijevanja Dubrovnik u 15. i 16. stoljeću", u: Irfan Hošić (ur.), *Odjeća kao simbol identiteta*. Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću – Gradska galerija Bihać, Bihać 2012., str. 31–47.

32 Vidi: Zlatko Herkov, *Povijest zagrebačke trgovine*. Jugoslavenska akademija, znanosti i umjetnosti u Zagrebu, Zagreb 1987., str. 20; Rudolf Horvat, *Kaptolski cehovi u Zagrebu*. Tiskara braće Kralj, Zagreb 1936., str. 38; Nataša Bajić-Zarko, *Split kao trgovačko i tranzitno središte na razmeđu istoka i zapada u 18. stoljeću*. Književni krug, Split 2004., str. 164.

33 U Firenci u prvoj polovici 15. stoljeća muškarci su ulazili u brak s 23,9–30,9 godine, djevojke s 18 godina (1351.–1400.) i sa 16,6 godina (1401.–1450.). Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 54.

34 Vidi: *ibid.*, str. 51–53.



Slika 2: Prilagodavanje mode novim propisima zakona protiv raskoši: pucanje rukava ispod kojeg proviruje bjelina košulje (William Scrots: Edward VI, oko 1546. godine).

haljinama, već djelima ljubavi kako dolikuje ženama koje ispovijedaju vjeru" (Timoteju I, 2:9–10); "Vaš nakit neka ne bude vanjski – umjetno pletena kosa, stavljanje zlatnog nakita, oblačenje raskošnih haljina" (Petrova I, 3:3–5); "Držite moje zapovijedi! Ne daj svome blagu da se pari s drugom vrstom. Svoga polja ne zasijavaj dvjema vrstama sjemena. Ne stavljaljaj na se odjeće od dvije vrste tkanine" (Levitski zakonik 19:19).

U povezivanju raskoši s padom moralnih vrijednosti posebno su se isticali talijanski gradovi Bologna, Lucca, Perugia, Siena, Firenca i Venecija, za razliku od Engleske, Francuske i Španjolske, gdje su bili važniji drugi motivi. Mladenke su ograničene u nošenju velikog broja prstenja, a ožalošćeni u prekomjernom iskazivanju tuge, plaču i otkrivanju kose. U Dubrovniku su zakonodavci povezivali raskošnu odjeću s problemom javnog nereda. U jednom od zakona doslovno se kaže da su providnici zemlje predložili ograničenja u odijevanju ne bi li "obuzdali neumjerene prohtjeve raspuštene mladeži i osigurali pošten i umjeren život građana".<sup>35</sup> Tako se početkom 16. stoljeća zabranjuju brokatne i svilene tkanine, osim za izradu rukava i za svadbenu odjeću. U potpunosti su zabranjene zlatne rese, a težina bisera, zlatnih vrpca i pojaseva je ograničena.

Drago i poludrago kamenje, te zlatne i srebrne niti i uobičajeni ukrasi odjeće također su bili zabranjeni. Dopušteni su u intervalima samo na rukavu, ali s vremenom su izostavljeni i s njega, što je iziskivalo nova modna i konstrukcijska rješenja. Dinamiku dragog kamenja zamijenilo je "pucanje" rukava ispod kojeg proviruje bjelina košulje (slika 2). Rupice se obrubljuju kontrastnim nitima od kojih su rađene i okrugle ukrasne aplikacije, zamijenivši biserne. Talijanska moda se prilagodila i zabrani odjevnih predmeta od raskošnog uvezenog krzna koje se smješta kao podstava gornjih haljetaka, kako bi oku promatrača bilo skriveno.

Unutar onih motiva zakona koji su bili usredotočeni na sve što je štetno za duhovnu formaciju, propisivala su se pravila i kazne za *ekscresna ponašanja*. U Lucci se 1342. godine zabranjuje starijima od 14 godina da šeću goli.<sup>36</sup> Fokus interesa zakona bila je dubina ženskog dekoltea, te dužina muškog gornjeg haljetka, *doubleta*. Naime, dublji, a time i otvoreniji dekolte u modu uvodi burgundski dvor, dok u u drugim zemljama, posebice u Italiji, izaziva moralne osude.<sup>37</sup> Bergamo 1491. godine propisuje ženama

36 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 61.

37 Vidi: Alan Hunt, *Governance of the Consuming Passions. A History of Sumptuary Law*. Macmillan Press, Basingstoke 1996., str. 45.

visoki steznik ili visoki vratni izrez haljine, kako bi grudi u potpunosti bile oku skrivene, a muškarcima dužina gornjeg haljetka koja mora prekriti privatne dijelove tijela (*pudibunda*). I u Aquili se već 1375. godine propis obratio muškarcima, naglasivši da *doublet* treba dužinom pokriti genitalije. Duboki francuski vratni izrez 1449. je zabranjen u Firenci, a 1488. godine u Genovi uz obrazloženje da "vratni izrez ne smije otkrivati dvije kosti ispod vrata".<sup>38</sup> U svrhu kontrole, Venecija u 15. stoljeću zapošljava nadzornike zadužene za kontrolu predubokog dekoltea haljine. Dekolte nije smio biti dublji od širine dva prsta ispod ključne kosti. U slučaju da su žene bile uhvaćene u prijestupu, po ulicama grada su za tu namjenu bile postavljene prigodne garderobe, gdje su žene preduboke vratne otvore pokrivala povlačeći donju košulju (*chemises*) do grla.<sup>39</sup> Osim *décolletée* koji pobuđuje požudne misli, u Veneciji su zakoni protiv raskoši zabranjivali i maske, ve-love, plašteve, uz obrazloženje da omogućavaju prikrivanje slobodnijeg i nepristojnijeg ponašanja. Srodna rasprava vodila se i dva stoljeća ranije, kada je papin legat iz Romagne, kardinal Latino, u svojoj regiji 1279. godine uputio ženama proglas o obaveznom korištenju vela. Otkrivenu žensku kosu smatrao je nečasnom, te je veo bio sredstvo "pristojnijeg" izgleda u javnom prostoru. Ostale talijanske regije nisu bile istog mišljenja. Štoviše, smatrale su da veo potiče nedolično ponašanje. Tako je u Luccu 1337. godine bio zabranjen ženama svih društvenih statusa, osim časnih sestara i pripadnica drugih religija. Kapuljače su bile dopuštene za vrijeme žalovanja i vremenskih oborina. 1416. godine zakon iz Perugije, u članku o zabrani vela, objašnjava razloge. Veo "skriva" o kakvoj ženi se radi, "časnoj ili nečasnoj", dok zakon iz Lucce proširuje "opasnosti" vela u provođenju društvene discipline. Naime, zakon kaže da "ispod može biti i muškarac ili prostitutka" (1337.), a slično navodi i zakon iz Ferrare (1476.).<sup>40</sup> Zakon iz Gubbija (1507.), potkrijepljen biblijskim citatom, zabranjuje nošenje maski, te

odjeće suprotnog spola: "Žena ne smije na se stavljati muške odjeće, a muškarac se ne smije oblačiti u ženske haljine. Tko bi to činio bio bi odvratan Jahvi, Bogu svome (Ponovljeni zakon 22:5)."

Mušku odjeću (ogrtači, hlače/*breeches*, kape) odijevala su prostitutke, ne bi li muškoj klijenteli na taj način poručile da u njihovoj ponudi usluga postoji i analni odnos, koji se smatrao sodomijom.<sup>41</sup> 1260. godine prostitutke su zbog odijevanja u mušku odjeću i kose češljane nalik muškarcima protjerane iz Firence. O nošenju oblika hlača među venecijanskim kurtizanima svjedoči i gravura Cesara Vecellija (1590.).

Određeni odjevni oblici, načini nošenja, njihova boja te tkanina postali su kroz zakone protiv raskoši znaci društvene stigmatizacije ili javnog obilježavanja, što je zamijenilo retoričku osudu. Proizašli iz crkvenih pravila, ticali su se društveno marginaliziranih grupa, poput kažnjenika, kriminalaca, prostitutki te svih drukčijih, misleći pri tome na pripadnike druge vjeroispovijesti, npr. islamske i židovske, te na here-tike. Židovi su se kroz povijest pobrinuli da nose prilično jednostavnu odjeću koja nije bila pokazatelj financijskog uspjeha. S njihovim naseljavanjem Europe pojavila se vjerojatnost povećanog broja mješovitih brakova, čega se Crkva plašila zbog opasnosti od nagrizanja kršćanskih vrijednosti. Kako bi se to spriječilo, propisivali su se zakoni o simbolima i odjeći koju trebaju nositi pripadnici različitih religija. Na četvrtom Lateranskom koncilu (1215.), papa Inocent III. izdao je uredbu po kojoj su židovi i muslimani morali nositi posebnu haljinu kako bi se razlikovali od kršćana. Uvode se odjevni znaci poput kruga, kotačića, velova, vrpce, naušnica, zvijezda. Papa Honorije III. 1227. godine određuje da to bude kružni znak od tkanine, koji se aplicira na odjeću. Na Ravenskom koncilu (1317.) određuje se da taj znak bude žute boje. 1360. godine papa Inocent VI. proširuje uredbu na obavezno nošenje crvenih beretki, dok 1425. godine avinjonski antipapa Benedikt XIII. ponovno uvodi kružni znak crvene i žute boje. U Engleskoj, Francuskoj, Njemačkoj i Italiji tijekom 13. stoljeća židovi su u javnosti nosili šiljasti žuti šešir – *judenhut*, dok se u nekim zemljama za

38 C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 62.

39 Vidi: A. Hunt, *Governance of the Consuming Passions. A History of Sumptuary Law*, str. 50; Amanda E. Facelle, *Down to the Last Stitch. Sumptuary Law and Conspicuous Consumption in Renaissance Italy*. Wesleyan University, Middletown 2009.

40 C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 64.

41 Vidi: Tessa Storey, "Clothing Courtesans: Fabrics, Signals and Experiences", u: Catherine Richardson (ur.), *Clothing Culture 1350–1650*, Ashgate Publishing, Burlington 2004., str. 95–107.



Slika 3: Odjevna obilježja prostitutki – žuta boja (Jan Vermeer Van Delft, oko 1656.).

židove propisuju i široke, crne tunike i ogrtači vrlo šiljastih kapuljača.

No žuta boja kao znak stigmatizacije nije obilježje samo u slučaju židova, već i prostitutki (slika 3), što je izazvalo nemire, primjerice, na ulicama Bologne 1525. godine. Tada je žuta haljina jedne židovke bila krivo protumačena kao odjeća prostitutke.<sup>42</sup> I žuta haljina Anne Boleyn, druge supruge Henrika VIII., okrunjene 1533. godine, koju je odjenula nakon smrti Katarine Aragonske 1536. godine, izazvala je mnoge rasprave. Taj čin mnogi povjesničari odijevanja opisuju kao znak radosti, nove nade i života, nakon smrti u narodu voljene kraljice. No dio povjesničara smatra da je odabirom boje pobjedonosno prkosila masi koja ju je okarakterizirala kao bludnicu.<sup>43</sup>

Žuta boja kao obilježje prostitutki seže u daleku

42 Vidi: Rafaela Sarti, *Živjeti u kući. Stanovanje, prehrana i odijevanje u novovjekovnoj Europi (1500.–1800.)*. Ibis grafika, Zagreb 2006., str. 235.

43 Vidi: Eric Ives, "The Life and Death of Anne Boleyn", <http://www.theanneboleynfiles.com/17278/yellow-for-mourning-the-reaction-of-henry-viii-and-anne-boleyn-to-catherine-of-aragons-death/> (pristup: 10. 11. 2013.).

prošlost. U Ateni je u 6. stoljeću prije Krista Solon propisao zakon u kojem je odjeću usporedio s poštenim karakterom nositeljice. Po njemu časne žene trebaju nositi odjeću od vune ili lana, dok nečasne prozračne tkanine obojane šafranom<sup>44</sup> (od njega se dobivao žuti pigment). Ipak, njihov znak prepoznavanja kasnije u povijesti nije bila samo žuta boja. Sačuvana škrinja venecijanske kurtizane iz 16. stoljeća sadrži 42 haljine od kojih su dvije haljine bile crvene boje, a najviše haljina bilo je obojeno u skupocjenu tamnoplavu boju s ljubičastim odsjajem, tzv. boju *turquoise-paonazzo*, a zatim i žutu.<sup>45</sup> Znakovi za bludnice su u propisanim zakonima bili brojniji od znakova za druge društveno marginalizirane grupe. Tu su se ubrajali crni plašt, posebna obuća, crvene kapuljače, simboli raširenih škara (oblik društvenog kažnjavanja),<sup>46</sup> ali i prugasta tkanina<sup>47</sup> (slika 4). U Njemačkoj su u 13. stoljeću pruge na odjeći bile namijenjene izvanbračnoj djeci, robovima i ne-kršćanima (židovima, muslimanima, hereticima), dok se od 17. stoljeća u većem dijelu Europe i Sjeverne Amerike vezuju za odjeću zatvorenika.

Za provedbu zakona protiv raskoši, zaduženi su bili nadzornici imenovani od vlasti, najčešće odabrani među pridošlicama i onima čije porijeklo nije bilo vezano za grad nadzora. Time se olakšavala kontrola i sprječavala moguća podmičivanja. No, uvriježen je bio i sljedeći način. Stanovnici su vlastima sami potkazivali prekršitelje, ispisujući imena optuženika na papiriće te ih ostavljajući u za to namijenjene kutije smještene ispred zgrada javnih službi ili crkava.<sup>48</sup> Uspješno potkazivanje novčano se nagrađivalo. Postojao je i drugi oblik nadzora koji

44 Vidi: Sarah Pomeroy, *Goddesses, Whores, Wives and Slaves. Women in Classical Antiquity*. Schocken, New York 1975., str. 83.

45 Vidi: T. Storey, *Clothing Courtesans*, str. 98.

46 Vidi: R. Sarti, *Živjeti u kući*, str. 235.

47 U kulturi odijevanja zapada pojavljuju se sredinom 13. stoljeća, povratkom karmelićana iz Svete zemlje u Pariz. Nosili su ogrtač prošaran linijama, četiri bijele, simboli pravde, mudrosti i umjerenosti, i tri smeđe, simboli vjere, nade i ljubavi. Narod ih naziva *prugastom braćom*, te ih izvrgava podsmijehu, uspoređuje s antikristima zbog linija koje su nosili Saraceni. Vidi: Michel Pastoureau, *The Devil's Cloth. A History of Stripes and Striped Fabric*. Columbia University Press, New York 1991.

48 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 149.



Slika 4: Odjevna obilježja prostitutki – pruge (Richard Newton: *Progress of a Woman of Pleasure*, oko 1796. godine).

se doticao kvalitete tkanina propisane zakonima, a opisala ga je Silvija Banić. Ona navodi da su u Veneciji postojale posebne kontrole, tzv. *corte da parangon*, koje su se sastojale od najistaknutijih pripadnika svilarskih i tkalačkih cehova. Na tkaninama se provjeravala gustoća tkanja, kvaliteta sirovine, kvaliteta boja, dužina, širina i tehnička složenost izvedbe. Ako se nije poštovala izvrsnost u izradi slijedile su novčane i zatvorske kazne. Tkanine bolje kvalitete, tzv. *panni da parangon*, bile su namijenjene za prodaju venecijanskoj aristokraciji, dok su *panni da navegar* bile za izvoz na istok.<sup>49</sup>

49 Vidi: Silvija Banić, "Prilog poznavanju sakralnih inventara

U zakonima protiv raskoši ne može se ne primijetiti da je u središtu njihovog interesa bila – žena. Naime i prvi zakoni tog tipa, koji dolaze iz Sparte (Likurg), inače poznati po provođenju spartanske discipline, zabranjivali su ženama da nose nakit, odjeću u boji, te da svoja tijela ukrašavaju dekorativnim preparatima (parfem i šminka).<sup>50</sup> Aristotel i Plutarh su političku nemoć Sparte povezali s moralnim padom žena koje su svoje bogatstvo, umjesto za opremanje vojske i za potrebe grada, trošile na raskošne tkanine. Poveznica između nedisciplinirane raskoši i moralnog pada društva postojala je i u starom Rimu i u renesansnoj Italiji.<sup>51</sup> Drugi razlog srednjovjekovnih propisa koji se u većoj mjeri tiču žena nalazimo u Starom zavjetu i legendi o Adamu i Evi. Naime, Eva je bila ta koja je zavela Adama, Eva je bila kriva za Istočni grijeh i izgon iz raja, Eva je pala pod utjecaj zmije. U očima srednjovjekovnog klera, žene su bile krive za pad čovjeka i kao takve su predstavljale slabiji spol. Zakonima se žene trebalo disciplinirati i umanjiti bilo kakav poticaj kojim bi muškarce navele na novi grijeh požude, bluda i neumjerenosti.<sup>52</sup> Muškarci su često zbog rastrošnosti svojih supruge i kćeri bili osuđeni na propast. Naime, ako je raskošna odjeća prelazila granice dopuštenog, bili su dužni platiti visoke kazne ili se čak povući u privatnu sferu i napustiti javno djelovanje. No postojali su izuzeci. U Veneciji se pripadnice duždeve obitelji nije obvezivalo tim propisima. Naime, dok je *pater familias* obnašao dužnost, žene iz obitelji bile su dužne odjećom ukazati na političku čast koja je obitelji dodijeljena.<sup>53</sup>

## Napuštanje primjene Zakona protiv raskoši

Sarti navodi da je zadnja kazna za nepoštovanje za-

otoka Raba: Najvrjedniji povijesni tekstili sačuvani na misnom ruhu i drugim dijelovima liturgijske opreme", *Rapski Zbornik II*, Ogranak Matice hrvatske u Rabu, Rab 2012., str. 456–499.

50 Vidi: S. Pomeroy, *Goddesses, Whores, Wives and Slaves*, str. 36.

51 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 9.

52 Vidi: Diane Owen Hughes, "Regulating Women's Fashion", u: Georges Duby, Michelle Perrot, Christiane Klapisch-Zuber (ur.), *History of Women in the West. Silences of the Middle Ages*, Belknap Press, Cambridge 1998., str. 144; C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 118.

53 Vidi: C. Kovesi Killerby, *Sumptuary Law in Italy: 1200–1500*, str. 115.



Slika 5: Sans-culottes ili pantalons (autor: Louis-Léopold Boilly).

kona protiv raskoši provedena u Rimu 1824.<sup>54</sup> godine. Rasplet koji je doveo do njihovog napuštanja započeo je tijekom 18. stoljeća, u vrijeme prosvjetiteljstva, koje se služilo idejama razuma, slobode i povratka prirodi, a kruti i strogi zakoni protiv raskoši iz prethodnih stoljeća zamijenjeni su novim pristupom *pravila*, modnim prilozima s intencijom savjetovanja, a ne kažnjavanja. No kulminacija raspleta bila je Francuska revolucija. Simboličnim padom Bastilje 1789. godine, srušio se stari sustav i pokrenuo kotač povijesti. Otvorio se put prema slobodi, što se odrazilo i na odijevanje. Novi sustav zakona, poput simbola pripadnosti revolucionarne ideje jednakosti, očitovao se u promjeni kolorita (korkarda – plavo, bijelo, crveno), te odbacivanju statusnih simbola odijevanja, čipki, skupocjenih svilenih tkanina, veza i nakita. Osim toga, sloboda odijevanja zakonom bila je proklamirana unutar dekreta *Sloboda, bratstvo, jednakost* (1789.) koji između

<sup>54</sup> Vidi: R. Sarti, *Živjeti u kući*, str. 233.

ostaloga ističe: "Nitko, bilo kojeg spola, neće moći prisiliti drugog čovjeka da se odijeva na način na koji ne želi jer će biti osuđen za uznemiravanje mira." Radni stalež odbacio je sve elemente raskoši aristokracije i plemstva, koje je djelomično ipak zadržala buržoazija. Svilenе hlače do koljena (franc. *culottes* ili engl. *breeches*) zamijenile su *sans-culottes* ("bez svilenih kratkih hlača") ili *pantalons* (slika 5). Bio je to naziv za duge široke hlače, nalik mornarskim, kakve je nosio Pantalone,<sup>55</sup> lik iz *commedia dell'arte*. No preživjele pripadnice aristokracije suprotstavile su se novom odjevnom kodeksu revolucije. Nosile su tzv. *costume catholique*, koji se sastojao od *pierrot* <sup>56</sup>haljetka, bijele suknje, crvenog ili bijelog šala, crnog oglavlja – *bonnet*, s bijelim perom kao ukrasom. Simboli starog režima bili su bijela, crvena i crna.

Odbacivanje raskoši nije bilo dugog vijeka. Nakon što je aristokraciju krvi zamijenila nova aristokracija novca, žene u građanskom društvu 19. stoljeća, raskošnom odjećom ukazuju na društveni status i financijsku moć supruga.<sup>57</sup> Pisane smjernice modnih priloga s pravilima i bontonom (franc. *le bon ton*) tijekom 19. stoljeća doživljavaju brojne nadopune uvjetovane strogim "moralnim" zakonima građanskog društva.

U 20. stoljeću demokratizacija, industrijska masovna proizvodnja i porast društva orijentiranog na potrošnju doveli su do promjena motiva provedbe propisa o odijevanju. No, zadržali su se nekadašnji razlozi postojanja propisa u cilju društvenog nadzora, promocije nacionalnog identiteta ili gospodarskog napretka. Tako, primjerice, početkom 20. stoljeća Pariz temelji identitet na metropoli visoke mode, koja puni nacionalnu blagajnu. Pariški magazin *Elle* je 1948. godine usporedio godišnji dobitak od izvoza Diorove odjeće s prihodom od izvoza 9800 vreća pšenice, odjeće modne kuće Balmain s prihodom od izvoza 3.000.000 kg vune, dok je zarada kuće Balenciage uspoređena s prihodom

<sup>55</sup> Vidi: Albert Soboul, *The Sans-Culottes: The Popular Movement and Revolutionary Government, 1793–1794*. Doubleday, New York 1972., str. 1–2.

<sup>56</sup> Tako su ga prozvali revolucionari u svrhu uvrede. Inače i naziv za *vrapčića*. Forma *haljetak* podsjeća na njegov stražnji dio.

<sup>57</sup> Katarina Nina Simončič, *Kultura odijevanja u Zagrebu na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće*. Plejada, Zagreb 2012.





















latnosti i službi "koje neposredno služe porodici, domaćinstvu i radnom čoveku u zadovoljavanju potreba svakodnevnog života".<sup>6</sup> Kao oblik proširene porodice i forma "podruštvljavanja domaćinstva" ove institucije neposrednog društvenog upravljanja upustile su se u važan poduhvat daljeg širenja mreže dečjih ustanova i servisnih službi ne bi li se uvećao moderni potencijal socijalističke države.<sup>7</sup>

Sa aspekta dominantne ideologije kućne poslove trebalo je i racionalizovati, odnosno učiniti lakšim i efikasnijim. Maksimizacija rezultata uz minimalne napore bila je uzvišeni ideal u čiju su realizaciju bili uključeni različiti društveni subjekti: arhitekta, naučnici, pronalazači, privredne organizacije, ženska društva i drugi. Briga za udobniji način života žena započinjala je već sa projektovanjem stana: prostori je trebalo rasporediti tako da ne iziskuju suviše kretanje prilikom održavanja.<sup>8</sup> Sledeći korak u racionalizaciji kućnih poslova bila je mehanizacija domaćinstva. Domaća industrija se usredsredila na proizvodnju modernih kućnih pomagala: usisivača, mašina za pranje rublja, električnih štednjaka, frižidera, električnih pegli, "ekspres lonaca", mašina za meso, mašina za orahe i sličnih pomagala. Ideološki, uređaji koji predstavljaju poslednju reč tehnike odstranili bi fizičke napore, pretvorili rad u uživanje i tako izmenili tradicionalnu sliku ženske svakodnevice. Isto tako, razvoj prehrabene

industrije trebalo je da redukuje ženske poslove u kuhinji. U toku šeste decenije, preduzeće *Vardar* iz Skoplja otpočelo je masovnu proizvodnju čuvenog specijaliteta orijentalne kuhinje "Imam bajildi", *Podravka* iz Koprivnice i drugi proizvođači pokrenuli su produkciju supa i čorbi iz "kesice", dok je *Mlinpredov* pogon *Danubius* iz Novog Sada lansirao novinu u proizvodnji sušenog testa – testenine sa paradajzom. Konzervirano meso, voće i povrće, lisnata testa, flaširani sok od paradajza i drugi proizvodi bili su takođe tu da spremanje obroka učine prijatnijim. Oficijelni diskurs pridavao je prehrabenoj industriji magična svojstva: u ideološkoj perspektivi njeni gotovi proizvodi menjali su karakter aktivnosti žena i pružali im toliko željeni komfor i ugodnost.

Kako bi racionalizacija kućnih poslova bila što uspešnija, trebalo ju je uzdignuti na nivo nauke. U tom cilju u svim republikama u toku 1950-ih osnivani su Zavodi za unapređenje domaćinstva, čiji je zadatak bio sprovođenje naučnih istraživanja i ponuda tehnoloških rešenja koja mogu unaprediti porodični život.<sup>9</sup> Osmišljavanje racionalnih rešenja uređenja stambenog prostora, usavršavanje proizvodnje električnih aparata, stvaranje novih i unapređenje već poznatih proizvoda (od kuhinjskog posuđa do odevnih predmeta), te izumevanje različitih vidova podruštvljavanja kućnih poslova (od restorana društvene ishrane do uslužnih servisa) bili su samo neki od zadataka ove specifične institucije.

Kolektivna težnja ka rodnoj ravnopravnosti rezultovala je razvijanjem diskursa o novoj podeli rada u domaćinstvu. Ideološki, sa većom participacijom žena u javnom životu, muškarac bi trebalo da provodi srazmerno više časova u kućnim poslovima:

"Smatra se da domaći poslovi danas ne mogu više da budu isključiva 'privilegija' žena. Nemamo nameću da učešće muškaraca u domaćim poslovima podvrgavamo nepotrebnim diskusijama jer smatramo da je odavno prošlo vreme kada se na muškarca koji gura dečja kolica, nosi pakete, ili korpu sa pijace, ili pripaše kuhinjsku kećelju gledalo s prezrenjem. Potrebe savremenog života nužno nameću podelu rada u jednoj bračnoj zajednici, koja u slučaju da je žena zaposlena van kuće, moralno obavezuju

6 Opšti zakon o stanbenim zajednicama. Osnovne odredbe, čl. 2, u: *Službeni list FNRJ*, 22. 4. 1959.

7 Javno zagovaranje različitih oblika "podruštvljavanja domaćinstva" bilo je u kontradikciji sa praksom političkog aparata na ovom polju. Novembra 1951. godine jaslice su prešle na samostalno finansiranje, što je uslovlilo povećanje sume koju su izdvajali roditelji. Posledica ove mere bilo je opadanje broja jaslica. Slična "biografija" zadesila je i dečije vrtiće. S druge strane, država je tretirala uslužne servise kao komunalna preduzeća, što je povlačilo za sobom plaćanje čitavog niza različitih doprinosa. Krajnji rezultat bile su visoke cene usluga. Situacija se nešto popravila 1959. kada je Savezno izvršno veće u skladu sa članom 26 Opšteg zakona o stanbenim zajednicama donelo Odluku o olakšicama za ustanove i servise stanbenih zajednica, prema kojoj su servisi ovih organa komune oslobođeni plaćanja poreza na promet proizvoda i usluga, te taksi i doprinosa društvenoj zajednici (Odluka o olakšicama za ustanove stanbenih zajednica, u: *Službeni list FNRJ*, 1. 7. 1959.). Dakle, iako je režim zagovarao pomoć zaposlenoj ženi, stvarnost je bila daleko od ideala: žene su postale dvostruko opterećene.

8 *Praktična žena*, 5. 8. 1956., str. 5.

9 Prva institucija ove vrste osnovana je u Ljubljani 1953. godine.



Haljine za popodne, pozorište i koncerte, *Ukus* 24, 1952.

muškarca da primi na sebe dobar deo svakodnevnih domaćih poslova. Ovo utoliko pre ako žena nema pomoći sa strane, koja bi bar u nečemu mogla da je odmeni".<sup>10</sup>

Prema oficijelnom konceptu, dosezanje idealne simetrične porodice u kojoj su ravnomerno raspoređeni muški i ženski poslovi bilo je u uskoj vezi sa redefinisanjem i unapređenjem kućne sfere. Kolaborativnim radom u domaćinstvu otklonila bi se i poslednja prepreka u uspostavljanju pune rodne ravnopravnosti.

Prema oficijelnom diskursu, podruštvljavanje i racionalizacija kućnih poslova i nova podela rada u domaćinstvu trebalo je da imaju velikog uticaja na slobodno vreme radne žene. Novonastalo slobodno vreme "nova žena" mogla bi da iskoristi za društveni i politički aktivizam, ali i za dokolicu. Čitanje, širenje znanja, razvoj kreativnih potencijala, slušanje radi-

ja, gledanje televizije, odlazak u pozorište, bioskop ili na koncert, praznici, putovanja, turizam – sve su to bile aktivnosti koje su ženama donosile "slobodu, ispunjenje, izbor i razvoj".<sup>11</sup> No, dokolica kao oznaka socijalnog progressa redefinisala je i značenje mode u jugoslovenskom socijalističkom društvu. Iako je u posleratno vreme odbačena kao proizvod buržoaske prakse, moda je ponovo postala društveno poželjna kao oblik dokoličarske aktivnosti.<sup>12</sup> Žene su pozvane da se u slobodno vreme prepuste čarima mode, ulepšavanju i nezi. Magazini poput *Ukusa*, *Svijeta* ili *Praktične žene* upoznavali su čitateljke sa poslednjim modnim krikovima Pariza, Rima ili Londona. Na istorijskoj sceni žene borce i udarnice postepeno su zamenile negovane "radne dame".

Ipak, pogrešno bi bilo novu sklonost ka modi, ukrašavanju i estetskim efektima posmatrati isključivo kao rezultat ideološke diskvalifikacije starog poretka organizacije domaćih poslova i diskursa o slobodnom vremenu. Ona je neodvojiva od državnog zaokreta ka povećanju životnog standarda građana i ustanovljenja potrošačke kulture. Govorom u Karlovcu jula 1955. godine Josip Broz Tito najavio je intenzivniji razvoj industrije potrošnih dobara i politiku poboljšanja životnog standarda građana. Zaokret ka "ideologiji standarda"<sup>13</sup> bio je vidan i u državnim strateškim dokumentima. Drugi petogodišnji plan (1957–1961) ozakonio je rast lične potrošnje<sup>14</sup> i promenu strukture proizvodnje. Teška industrija prestala je da bude prioritet: društveni akcenat stavljen je na razvoj lake industrije i proizvodnju robe široke potrošnje. U cilju realizacije zahteva za srećom ljudi, sad i odmah, režim je podigao lične prihode i revitalizovao čitav niz institucija svakodnevnog kulture, među kojima je moda zauzimala značajno mesto.<sup>15</sup> Moda kao

10 *Politika*, 21. 2. 1959., str. 12.

11 Igor Duda, *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*. Srednja Europa, Zagreb 2005., str. 25.

12 Thorsten Veblen je prvi doveo u vezu modu i dokolicu. U Veblenovo interpretaciji pripadnice povlašćene klase, "velike dame dokolice", bile su verne sledbenice mode kao ekstremnog oblika rastrošnosti. Vidi: Thorsten Veblen, *Teorija dokoličarske klase*. Mediterran Publishing, Novi Sad 2008.

13 Predrag Marković, *Beograd između Istoka i Zapada. 1948-1965*. Službeni list SRJ, Beograd 1996., str. 291–292.

14 U ovom dokumentu podizanje životnog standarda građana bilo je na trećem mestu prioriteta državnih ciljeva.

15 Među revitalizovanim institucijama svakodnevnog kulture nalazili su se i nekada mrski balovi. Od sredine 1950-ih

posledica oslobođenja kolektivnog života od diktature Budućnosti otelovljavala je novo legitimno vreme koje deli osobitu sklonost prema prolaznoj sadašnjosti i lepšem životu.<sup>16</sup> Depolitizacija populacije kao direktna posledica nove kulturne politike odražavala je suštinski promenjen odnos između države i društva: vladavina pomoću terora bila je zamenjena suptilnijim oblikom dominacije – simboličkom manipulacijom.<sup>17</sup>

Ipak, ključne promene u ekonomskom ambijentu desile su se par godina ranije. Rehabilitacija tržišta od uvođenja samoupravljanja (1950.) otkrila je značaj reklama u predstavljanju proizvoda. Intenziviranje zavodljivog reklamnog oglašavanja počev od 1952. usmeravalo je potražnju i stvaralo požudu. Kako plate nisu bile dovoljno izdašne u ostvarenju želja bez odlaganja, od 1952. građanima su u pomoć pristizali krediti, državni projekat bez presedana u društvima istočne Evrope. Tržišne implikacije samoupravljanja, reklamni diskursi i sve pristupačnija materijalna dobra neosporno su odškrinula vrata konzumerizmu. Prirodna posledica pojave potrošačke kulture bio je povratak mode na jugoslovenski prostor. Pozivajući se na Thorsteina Veblena, Gilles Lipovetsky kaže: "Moda je, sa svojim brzim izmenama i 'nekorisnim' novotarijama, posebno pogodna za to da pojačava javno trošenje..."<sup>18</sup> Legitimizacijom "izlišnih" novina socijalistička žena kročila je na teren hedonističke kulture.

### Uvek dobro odevena: uobličavanje "socijalističkog dobrog ukusa"

Ipak, čudljiva zapadna moda morala je biti predmet sveobuhvatnog preispitivanja i valorizacije, kako bi odgovarala potrebama centralne moći u sprovođenju kontrole nad svakodnevicom. Standardizacija mode i kontrola promena vršila se posredstvom specifične estetike – "socijalističkog

dobrog ukusa", koji je nastao, kako je to utvrdila Djurdja Bartlett, hibridizacijom zajedničkih osobina proleterskog i sitnoburžoaskog "dobrog ukusa".<sup>19</sup> Zajedničkim kategorijama, kao što su skromnost, neupadljivost, prikladnost i udobnost, pridodate su lepota i elegancija posuđene iz sitnoburžoaskog "dobrog ukusa".<sup>20</sup>

"Postići skladnost kroja, harmoniju boja, jednostavnost i neupadljivost, to je ono čemu treba da teži svaka žena. Neostakati od sredine u kojoj se krećemo, i koju imamo svakodnevno mogućnosti da posmatramo. Učimo se postepeno i brižljivo da posmatramo svet i da iz toga odabiramo ono što je jednostavno, skoro neprimetno, pa ćemo postići eleganciju, pronaći svoj stil svoj način odevanja."<sup>21</sup>

U atmosferi novih estetskih vrednosti, oficijelni diskurs rezervisao je za sebe pravo preispitivanja formalnih inovacija zapadne mode, te saobražavanja boja, linija, krojeva i ukrasa kanonima zvanično ustanovljenog "socijalističkog dobrog ukusa". Odevanje socijalističkih građanki moralo je da pretrpi odgovarajuće izmene kako bi se održala stanovita udaljenost od epicentra mode.

19 Djurdja Bartlett, "Let Them Wear Beige: The Petit-bourgeois World of Official Socialist Dress", *Fashion Theory* (2/2008), str. 127–164. Prema interpretaciji Djurdje Bartlett, "oficijelna socijalistička odeća", čiji je jedan od stilskih izraza bio i "socijalistički dobar ukus" pojavila se u istočnoevropskim zemljama u periodu od 1958. do 1968. godine. Ipak, konture ove odeće uočljive su u Jugoslaviji već nakon sukoba sa Informbirom, kada su prvi put reinterpretirani zapadni modni diktati u skladu sa društveno važećim ukusima socijalističke zajednice. Ipak, bujanjem kanona elegancije, počev od 1953. godine, oformljen je idealtipski oblik ove ideološki kodirane odeće. Njena ranija pojava svakako je rezultat jugoslovenskog geopolitičkog i kulturnog otvaranja prema zapadnim zemljama od početka 1950-ih godina.

20 "Dobar ukus" sitne buržoazije – običan, osrednji, umeren, jednostavan i bezimen – korespondirao je sa socijalističkim idealom demokratske jednakosti i supremacije kolektivnih vrednosti. Osim toga, legitimni ukus ovog društvenog sloja je "konzervativan, siguran i stabilan" (vidi: Jukka Gronow, *Sociologija ukusa*. Naklada Jesenski i Turk – Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb 2000., str. 92), te uplašen prekoračenja estetskih kodova. Strah od nepredvidljivih izraza individualnosti, te naglasak na nepromenljivosti, jednostavnosti i umerenosti podstakli su usvajanje ove estetike u socijalističkom okruženju.

21 *Žena danas*, 12. 1956., str. 19.

studenti su priređivali "velike studentske balove", a novinari tradicionalne "novinarske balove". I druga profesionalna udruženja i institucije organizovali su ovu vrstu zabave.

16 O modi i vrednovanju vremenske ose sadašnjosti vidi: Žil Lipovecki, *Carstvo prolaznog. Moda i njena sudbina u modernim društvima*. Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci 1992., str. 28–29.

17 Ken Jowitt, *New World Disorder. The Leninist Extinction*. University of California Press, Berkeley, CA 1992., str. 99–100.

18 Ž. Lipovecki, *Carstvo prolaznog*, str. 51.



Udržana i nenametljiva odeća, Ukus 28, 1953.

---

U prepuštanju kultu novotarija naročito je trebalo biti oprezan sa bojama. Iako su magazini upućivali čitateljke u svet modernih boja, restriktivna paleta definisana u posleratnom periodu i dalje je opstajala. Najnezavidniji status imala je crvena boja, čija je upadljivost bila protivna ustanovljenom dobrom ukusu.<sup>22</sup> Uz pastelne tonove, crna, teget, siva, braon, bež i tamno zelena boja neprikosnoveno su vladale na pozornici jednostavnih spoljnih izgleda. Politički autoriteti koristili su boje kao vidljive markere ne bi li naglasili preovlađujuće vrednosti. Odeća tamnih i neutralnih boja bila je sredstvo komuniciranja mentalne snage i stabilnosti. Povrh toga, ona je zagovarala umerenost i neupadljivost kao socijalističke vrline. Razlika među toaletama neminovno se smanjivala nošenjem prigušenih i neupadljivih tonova.

Opreznost se preporučivala i u slučaju "modnih ekstrema". Za jugoslovenski socijalistički režim osobito je bila problematična moda kratkih sukanja (dužine ispod kolena) Christiana Diora iz 1953., Balenciagina džak haljina iz 1958. i trapez linija Yvesa Saint-Laurenta za kuću *Dior* iz iste godine. Kontradiktorno, iako su korespondirali sa praktičnim i udobnim stilovima koje je propagirao režim, maštoviti krojački eksperimenti pariskih dizajnera proglašeni su za ekscentričnosti oprečne estetskom pristupu odevanju. Navedene modne invencije ocenjene su kao smešne, nedolične i ružne. No, iza napada na "bezumlje" zapadne mode stajao je zapravo strah režima od promena i estetske proizvoljnosti. "Ontološki, socijalizam je sebe shvatao kao koherentan i linearan narativ",<sup>23</sup> kao sistem koji zanemaruje promenu u korist kontinuiteta. Svakodnevni život u socijalizmu bio je "stabilan i konformistički"<sup>24</sup> i nije donosio velika iznenađenja. Dinamika brzih promena zapadne mode morala se zauzdati kako bi odgovarala prirodi socijalističkog sistema. Ipak, protokom vremena početno bespo kojstvo bilo je zamenjeno zvaničnim prihvatanjem "suludog" modnog trenda.<sup>25</sup>

22 Naročito je bila problematična upotreba crvenog laka za nokte i ruža za usne. "Lakiranje noktiju je stvar ukusa. (...) Valja znati da za svakodnevnu upotrebu nije lepa jako crvena boja. Mnogo je lepši bezbojni ili otvoreno ružičasti lak." (*Žena danas*, 4/5. 1953., str. 22.)

23 Dj. Bartlett, "Let Them Wear Beige", str. 141.

24 J. Gronow, *Sociologija ukusa*, str. 96.

25 O tome koliko je "socijalistički dobar ukus" bio efikasno

"Socijalistički dobar ukus" usmeravao je spoljni izgled postavljanjem dodatnih kanona. Odeća je morala da bude u potpunom skladu sa telom: samo ona saglasna uzrastu žene i njenim telesnim karakteristikama mogla je steći legitimitet mode. Magazini su vrveli od priručnika o "ispravnom" odevanju, obezbeđujući pojedinke sa formulama identiteta, zvaničnim vrednostima i moralom: "Za sasvim mladu devojku nisu prikladne uske suknje kakve nose zrele žene",<sup>26</sup> "Krupna, visoka žena deluje suviše ozbiljno da bi se smela upuštati u kondurenje",<sup>27</sup> "Prvi savet svim malim ženama: izbegavajte volančiće, cveće, mašnice, karnere i tome slično. Svi ovi detalji doprinose da mala, sitna žena izgleda kao nakindurena lutka",<sup>28</sup> "Mršava žena treba da izbegava velike izreze oko vrata, pripijen struk, haljine bez pojasa ili manžeta, materijale s uzdužnim prugama, kao i one koji se sami priljubljuju uz telo",<sup>29</sup> "Punoj ženi veoma dobro pristaje haljina sa sportskom kragnom, koja se spređa zakopčava. Puna žena ne sme da nosi haljine upadljivih boja ili s krupnim šarama".<sup>30</sup> Ovi i drugi saveti standardizovali su odevanje žena: postizanje opšte harmonije nije bilo ništa drugo do homogenizacija spoljašnjeg izgleda. Propisno odevanje osiguravalo je uniformnost i bezimennost, sputavajući izraze individualne različitosti i slobode. Poprimajući odlike antimode, propagirani odevni kodovi poricali su promenljivost i spontanost. Čak štaviše, socijalistički šik po merilima "dobrog ukusa" možemo uporediti sa uniformama. Jednako kao i uniforme, on je bio socijalno i političko sredstvo za "osiguranje konformnosti i lojalnosti".<sup>31</sup> Namera režima bila je da oblikovanjem estetskih ideja i pro-

---

sredstvo u uobličavanju kolektivnog ukusa svedoče brojni novinski natpisi. U intervjuu datom *Praktičnoj ženi* Dara Teofanović, rukovodilac Krojačko-prerađivačke zadruge "Budućnost", komentarisala je prodaju džak haljina: "Vrlo teško i vrlo nescemo rešavale se žene da kupe takvu haljinu. Mada su te haljine praktične, mogu se nositi s pojasom, izrađuju se u dosta raznih dezena i više modela, žene su ih posmatrale s interesovanjem, ali se nisu usuđivale da ih kupe." (*Praktična žena*, 5. 11. 1958., str. 16–17).

26 *Politika*, 24. 4. 1954., str. 7.

27 *Politika*, 27. 4. 1952., str. 6.

28 *Politika*, 4. 5. 1952., str. 6.

29 *Politika*, 13. 2. 1954., str. 8.

30 *Politika*, 13. 2. 1954., str. 8.

31 Tammy M. Proctor, "Scouts, Guides, and the Fashioning of Empire, 1919–39", in: Wendy Parkins (ur.), *Fashioning the Body Politic. Dress, Gender, Citizenship*. Berg, Oxford 2002., str. 129.

pisivanjem obaveza da se one slede uspostavi delotvornu kontrolu odevnih praksi.

Ponovo legitimizovana moda trebalo je da bude prikladna, odnosno da odgovara specifičnim prilikama u kojima se pojavljuje "socijalistička dama". Ustanovljena je jasna podela na odeću za rad, kuću i izlaske. Odeća za izlaske bila je dalje podeljena na prepodnevnu, popodnevnu i večernju toaletu.<sup>32</sup> Svaka prilika bila je normirana nizom formalnih pravila: radikalna odstupanja od propagiranih kodova civilnosti izazivala su preneraženost i oštru kritiku. "Svaka žena kada je kod kuće najprijatnije se oseća u svojoj domaćoj haljini",<sup>33</sup> "Smešno je videti ženu na radu, bez obzira kakav posao obavlja, u svilenoj haljini, kao što se izbegava da se žena u svečanijim prilikama oblači upadljivo sportski",<sup>34</sup> "Izbegavajte da uz sportski način odevanja – suknje, bluze i puloveri – na radnom mestu nosite bisere oko vrata i biserne minduše",<sup>35</sup> "Prepodne, uz sportsku odeću, stavlja se neupadljiv i malo grublji nakit: minduše, skromnija ogrlica ili manja narukvica. Popodne nakit je elegantniji, a tek uveče može se slobodno pokazati i ono što po danu treba da leži u kutiji",<sup>36</sup> "Za izlaske u pozorište, koncerte itd. smatra se još uvek da je najprikladnija crna haljina, kostim, ili haljina iz dva dela",<sup>37</sup> "Platnena haljina na zakopčavanje je najpraktičnija odeća na putu. Možete da je nosite skoro celog dana, a lako ćete je navući i preko kupaćeg kostima".<sup>38</sup> Navedena pravila prikladnosti ne samo da su ozakonila novoosvojena područja rada i dokolice, već su svedočila i o potrebi establišmenta da disciplinuje i rafiniše nepredvidljive modne izbore.<sup>39</sup> Dostojanstvena građanka koja vodi računa o pravilima uljudnosti postala je ideal.<sup>40</sup> U svojoj, sada već kulturnoj knjizi,

32 *Politika*, 7. 1. 1958., str. 10; *Politika*, 9. 1. 1958., str. 10; *Politika*, 14. 1. 1958., str. 10; *Politika*, 16. 1. 1958., str. 10.

33 *Politika*, 9. 3. 1952., str. 6.

34 *Žena danas*, 1/2. 1955., str. 23.

35 *Žena danas*, 10. 1959., str. 18–19.

36 *Politika*, 14. 1. 1958., str. 10.

37 *Žena danas*, 10. 1959., str. 18–19.

38 *Praktična žena*, 20. 5. 1956., str. 30–31.

39 Dj. Bartlett, "Let Them Wear Beige", str. 146.

40 Civilizacijski procesi u socijalističkoj Jugoslaviji podrazumevali su i usvajanje uljudnih oblika ponašanja. Kodeks pristojnog ponašanja obuhvatao je norme vladanja na ulici, u pozorištu, restoranu, vozu, na plaži i drugim javnim mestima, pravila dočekivanja i posluživanja gostiju, te standarde

*Proces civilizacije. Sociogenetička i psihogenetička istraživanja*,<sup>41</sup> Norbert Elias je pokazao da civilizacijski procesi podrazumevaju, s jedne strane, "nastajanje osobe čija je osetljivost saobrazna zahtevnijim i prefinjenijim nalogima uglađenosti", i s druge strane, "nastajanje društva koje ima slojevit i centralizovaniju kontrolu nad svojim članovima".<sup>42</sup> Internalizacija ograničenja kao vid samokontrole i razvoj društvene kontrole pokreću civilizatorsko kretanje i neminovno vode ka razvoju i rafinisanju pravila pristojnosti. Tako je skup pravila prikladnog odevanja funkcionisao kao još jedan od vidova institucionalne kontrole. "Socijalistički dobar ukus" odredio je i dominantne diskurse u vizuelnom predstavljanju žena. Bujanje kanona elegancije podarilo je predmetima buržoaske konotacije nov zamah i značenje. Kulturni ideal postala je dama u kostimu ili haljini sa prikladnim šešikom i rukavicama.<sup>43</sup> Visoke potpetice takođe su krasile modernu žensku siluetu. U skladu sa promenom zvaničnog kursa mediji su prenosili informacije o novim modelima šešira Jacquesa Fatha, Jeana Patoua ili Jacquesa Griffa, savetovali čitateljke kako da formu šešira podese prema obliku lica i telesnim proporcijama, kodifikovali pravila njihovog nošenja. Sličnu "kulturnu biografiju" delile su i rukavice i visoke potpetice. Otelotvorenje novog estetskog ideala ženstvenosti postala je supruža predsednika Republike, Jovanka Broz. Njena dnevna odeća, koja se odlikovala jednostavnošću, uzdržanošću i elegancijom bila je obavezno praćena malim šešikom i prikladnim rukavicama.

### Kad kupovina nije rasonoda: "socijalni život" odevnih predmeta

Međutim, iako se moda vratila na jugoslovenski prostor, "socijalistička dama" koja, prema dominantnom diskursu traga za dokolicom, traćila je slobodno vreme uzaludno tražeći (redefinisani) modni krik.

ponašanja u gostima. Kako pravilno sedeti i držati telo takođe su bile nezaobilazne teme priloga o etiketiji. Jugoslovenski civilizacijski procesi sličili su *kulturnosti* ustanovljenoj u Sovjetskom Savezu u vreme Staljina.

41 Norbert Elias, *Proces civilizacije. Sociogenetička i psihogenetička istraživanja*. Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci 2001.

42 Pol Konerton, *Kako društva pamte*. Samizdat B92, Beograd 2002., str. 112.

43 U posleratno vreme šeširi, rukavice i visoke potpetice doživljavani su kao manifestacija dekadetne buržoaske kulture.

Dostupna roba mahom nije uzimala u obzir novu usredsređenost na materijalna dobra.<sup>44</sup> Tekstilna industrija proizvodila je jednolične tkanine "neukusnog" dezena i nepostojanih boja. Radmila Smiljanić iz Beograda se žalila kako joj majica crvene boje, koju je kupila u prodavnici "Jadran" u Knez Mihailovoj ulici pušta boju:

"Gde god sam povukla rukom ostale su crvene i bele pruge. Na vešu, na mantilu ispod koga, dok ga ne operem, neću smeti da obučem ništa svetlo, ostala je boja. I to vrlo intenzivna. Čak i kada sam oprala kosu sapunica je bila obojena ružičasto."<sup>45</sup>

Frustracije potrošača uvećavali su i drugi propusti u proizvodnji tekstila. Privredni subjekti redovno su kršili propisane standarde, pa je tržišna inspekcija imala pune ruke posla.<sup>46</sup> Broj uočljivih grešaka po kvadratnom metru tkanine bio je umnogome veći nego što je to standard dozvoljavao, vek trajanja nekih materijala brojao se danima, tkanine su se skupljale prilikom prvog pranja, žice osnove bile su postavljane rede nego što to standard propisuje. I industrija obuču zaobilazila je važeće propise. Tržišni inspektori utvrdili su da je obuća veoma često izrađena od slabe kože, da su donovi ispod propisanog standarda kvaliteta, a razmak štepa neodgovarajući. "Nije dakle čudo što se ljudi tako često žale da im se don na cipeli rašio ili da je 'lice' na cipeli ispućalo desetak dana posle kupovine", zaključila je *Politika*.<sup>47</sup>

No, politika kvaliteta nije krasila ni modnu industriju. Neuredna izrada odvlačila je potrošače od kupovine konfekcije. Veliki problem predstavljalo je proizvodljno normiranje veličina od strane mnogih preduzeća. Mile Trenkovski iz Prilepa zahtevao je 1959. kvalitetniji pristup izradi konfekcije:

"Kupio sam u jednoj prodavnici u Prilepu košulju broj 37, proizvod tvornice 'Mura' – Murska Sobota. Kad sam je obukao, međutim, nikako nisam mogao da povučem ruke do kraja: rukavi su bili namenjeni sigurno broju 42! Košulja staje 2.550 dinara. Ne

znam razloge koji rukovode ovu fabriku da ovako troši materijal, ali mislim da tako ne bi trebalo u buduće raditi. (Vi ste ipak srećniji potrošač, jer na jednu se fabriku žale da su rukavi kraći – Primedba urednika.)<sup>48</sup>

Loš dizajn konfekcije vređao je javni ukus. Ženska društva smatrala su se pozvanim da reaguju: ona su organizovala različite izložbe posredstvom kojih su kritikovala neestetsku proizvodnju. Na izložbi "Ukus-neukus", koju je 1958. priredilo društvo "Savremeni dom" u saradnji sa kostimografkinjom Milicom Babić Jovanović i Udruženjem primenjenih umetnika Srbije, bio je prikazan niz neuspelih kreacija domaće modne produkcije. "Najneukusniji" bio je "kišni mantil od svetlozelenog prugastog somota preko koga su naštampane neke crne, sitne šare (uzgred budi rečeno ovaj materijal se prodaje kao tkanina za 'šlafroke') postavljen kariranjem postavom!"<sup>49</sup>

Ujednačena razrada modela i njihova proizvodnja u velikim serijama dodatno su diskreditovali ugled mlade industrijske grane. Karikatura Z. Jovanovića, objavljena u *Politici*, kao i mnoge druge, svedoče o uniformnoj proizvodnji odeće: kada otac i sin izađu iz prodavnice konfekcije u odeći sličnog kroja i potpuno istog dezena, prvi prolaznik kaže: "Mali je isti otac".<sup>50</sup> Visoka cena konfekcije dodatno je odbijala potencijalne kupce. Ipak, najveći problem domaće modne industrije predstavljala je njena demode produkcija. Inertnost rukovodećeg kadra bila je ključan razlog što je oficijelna proizvodnja kasnila za zapadnom modom do dve i više godina. U priči nastaloj na stranicama *Duge* jedan akter izražava svoje stavove protiv kupovine konfekcijskog odela:

"Konfekcija? Ko je lud da se oblači iz konfekcije. Da u džaku provodi dane. Da svi vide da je odelo kupio u konfekciji. Da stalno ratuje sa širokim pantalonama i tesnim sakoom. Da ga uvek potsećaju na konfekciju kratki rukavi i široke pantalone. Da nosi odela raznih krojeva koje bi svet odavno zaboravio, koje bi još samo u muzejima viđao, da ih konfekcija nije sačuvala od zaborava."<sup>51</sup>

44 U nedostatku primera koji se odnose na žensku odeću koristićemo se primerima muške.

45 *Politika*, 23. 5. 1956., str. 6.

46 Ipak, bilo je i pozitivnih primera: neka preduzeća, u želji da zasene potrošače, uz izvinjenje su zamenjivala proizvode koji nisu odgovarali propisanom kvalitetu.

47 *Politika*, 7. 4. 1961., str. 9.

48 *Politika*, 25. 3. 1959., str. 7.

49 *Politika*, 8. 3. 1958., str. 11.

50 *Politika*, 14. 5. 1961., str. 20.

51 *Duga*, 21. 6. 1959., str. 14–15.



Restriktivna paleta boja, *Ukus* 33, 1954.

Slična situacija odlikovala je i industriju obuće. Dok su žene vapile za cipelama sa visokom potpeticom, domaće fabrike uporno su proizvodile neudobne, teške cipele. Krajnji ishod bile su zalihe neprodane robe.<sup>52</sup> U beogradskim lagerima 1957. bilo je neprodanih modela iz 1950., 1951. i 1952. godine.

"Zar je onda čudno što je jedan prestonički list doneo ovakav naslov: 'Čim naša cipela iziđe iz fabrike ona je odmah stara deset godina!' I što su se oko cipela stvorile nove reči, novi izrazi koji nimalo ne služe na čast jugoslovenskim proizvođačima: jorgan-cipele, cipele na šraf, trospratnice itd."<sup>53</sup>

Inertnost usađena u socijalističko preduzeće sprečavala je fabrike da napuste staru ideološku proizvodnju nežensvene obuće i zamene je produkcijom elegantne cipele sa visokom potpeticom.

52 Zapravo, sve do otvaranja *Koštane* iz Vranja (1960.) i *Lede* iz Knjaževca (1961.) teške, glomazne cipele mahom su ispunjavale izloge (i magacine) socijalističkih prodavnica.

53 *Praktična žena*, 20. 1. 1958., str. 4.

Za proizvodnju robe koja ne prati ritam mode nije bila odgovorna samo industrija. Dodatnu zbrku na tržištu proizvodila je trgovina. Na Međunarodnom sajmu odevanja "Moda u svetu" 1961. godine niz proizvođača ponudio je novotarije u saglasju sa zapadnim trendovima:

"Da navedemo samo jedan karakterističan primer: na štandu trikotaže 'Banačanka', iz Pančeva, bile su izložene dve lepe i praktične haljine od vunenog prediva sa teritalom, sa pulpulom od kože na okovratniku i džepovima. Moderno i elegantno. Žene su zastajkivale, zagledale i raspitivale se gde to može da se kupi. A evo šta nam je rekao predstavnik 'Banačanke': – Još nekoliko sati i sajam će se zatvoriti a ni jedan jedini trgovac nije se zainteresovao za ove haljine niti ih je poručio. Kažu: nije to za naše žene! A mi ne možemo da se odbranimo od žena koje bi htele odmah da ih kupe. I pored tolikog interesovanja potrošača ne možemo da ih proizvodimo kad nemamo mogućnosti da ih plasiramo na tržištu."<sup>54</sup>

Autarhična distributivna mreža nije osluškivala probudene ženske želje. Modna neosvešćenost trgovačkog kadra činila je da roba u socijalističkim prodavnicama bude daleko od potreba i ukusa potrošača.

Gomile sistemskih nereda zaticale su potrošače i prilikom upražnjavanja potrošačkih praksi. Da zvaničan povratak kanona elegancije nije dotakao uspavane proizvodne cikluse, bilo je vidno iz činjenice da je "socijalistička dama", koju je svesrdno promovisala domaća štampa, ostala uskraćena i za prateće detalje modnoj odeći. Posebnu muku prilikom kupovine stvarala je potraga za prikladnim šeširom, rukavicama i nakitom – neophodnim rekvizitima u postizanju autentičnog izgleda istinske dame.<sup>55</sup> No, "nova žena" ni kod kuće nije mogla da postigne željeni izgled: nestašice kućnih haljina i kecelja nisu bile retka pojava.<sup>56</sup> Nedovoljno pažnje, prema mišljenju potrošača, poklanjano je i "modelima za prepodnevne izlaske i rad u kancelarijama".<sup>57</sup>

54 *Politika*, 11. 10. 1961., str. 8.

55 Gradanke su se često žalile kako se kišni mantili prodaju bez odgovarajućeg šešira, te kako ne mogu da nađu prikladan nakit ili odgovarajući pojas.

56 *Žena danas*, 1/2. 1959., str. 4.

57 *Praktična žena*, 20. 11. 1961., str. 3.





Večernje haljine, *Ukus* 24, 1952.

Pravila prikladnosti i rafiniranog odevanja teško su se realizovala u praksi.

Međutim, jugoslovenskog potrošača nije mučila samo oskudica moderne odeće: na tržištu su nedostajali i preko potrebni predmeti. Nestašice kišobrana, džepnih maramica, pamučnog donjeg rublja i drugih proizvoda stalno su uznemiravale domaću javnost. Izrazitom nestabilnošću i nepredvidljivošću posebno se odlikovalo tržište tekstila.

Navedeni primeri jasno ukazuju na to da je postojao raskorak između stvarnih proizvodnih i potrošačkih praksi i diskursa prisutnih u štampanim medijima. Idealna socijalistička odeća zasnovana na kodovima "socijalističkog dobrog ukusa" bila je ideološki konstrukt koji je imao malo toga zajedničkog sa stvarnim životom.<sup>58</sup> Raskorak između stvarnog i željenog iz dana u dan donosio je nova razočaranja. Nabujale konzumerističke želje tražile su svoje zadovoljenje.

58 Dj. Bartlett, "Let Them Wear Beige", str. 129.

## Kako otkloniti nezadovoljstvo potrošača: prakse "prve" i "druge" ekonomije

Budući da u socijalizmu država ima potpunu odgovornost za zadovoljenje potrošačkih potreba i želja, te se svako razočaranje koje pojedinačni potrošač doživi može protumačiti "kao rezultat nemogućnosti ili nemara vlade i države da pravilno vode ekonomiju",<sup>59</sup> režim se upustio u projekat stvaranja niza institucija, koje je trebalo da unaprede modnu proizvodnju i donesu trgovačku revoluciju. Zahteve za industrijom utemeljenoj na zakonima mode, uraznoličavanju i kvalitetu proizvoda trebalo je realizovati u praksi. U postizanju ovog cilja režim je dodelio uvaženo mesto sledećim institucijama: Centru za savremeno odevanje, modnom dizajneru i savetima potrošača.

Centar za savremeno odevanje, osnovan u Beogradu 1961., zamišljen je kao spona između proizvođača i potrošača kako bi se na tržištu pojavili lepši, moderniji, kvalitetniji i jeftiniji artikli. Ideja vodilja bila je da se dizajn angažovanih kreatora u skladu sa estetskim zahtevima socijalističke modernosti realizuje i u proizvodnji. Između ostalog, zadatak Centra bio je da putem biltena obaveštava industriju o modnim linijama za određenu sezonu. Osim toga, Odeljenje za tržište ove institucije imalo je za cilj da proučavanjem potreba i želja kupaca u određenim lokalnim sredinama utiče na diversifikaciju ponude u trgovačkoj mreži. Preobražavajući industriju i prodajna mesta, Centar za savremeno odevanje je trebalo da donese dugo očekivano zadovoljenje potrošačkih želja. Ipak, iz vizure ove institucije potrošač nije bio apsolutni kralj: vaspitavanje ukusa kupaca kako bi se uobličile sklonosti, težnje i ponašanja većine bio je prioritet.

Centar za savremeno odevanje veoma je sličio institutima za modu ustanovljenim u ostalim socijalističkim zemljama. U DDR-u je 1952. godine osnovan Institut za kulturu odevanja (1957. preimenovan u Nemački institut za modu), centralna državna institucija odgovorna za dizajniranje, propagiranje i snabdevanje proizvodnje i distributivne mreže zvaničnim "modnim linijama DDR-a".<sup>60</sup>

59 J. Gronow, *Sociologija ukusa*, str. 98.

60 Judd Stitzel, *Fashioning Socialism. Clothing, Politics and Consumer Culture in East Germany*. Berg, Oxford 2005., str. 30.

Kako se Jugoslavija uvođenjem samoupravljanja udaljila od modela "staljinističkog centralističkog upravljanja" privredom, ovakve institucije nisu bile predodređene za uspeh. Temeljno načelo samoupravljanja podrazumevalo je da preduzeća samostalno odlučuju o proizvodnji i distribuciji robe. Stoga je značajniji korak ka suzbijanju građanskog nezadovoljstva predstavljao povratak dizajnera u svet industrijske proizvodnje. Zvanično ukidanje mode u posleratno vreme značilo je i "progonstvo" modnog kreatora. Krojači koji imaju "smisla za lepo"<sup>61</sup> i modelari bili su glavni akteri oblikovanja "neukusnih" artikala. Iako su zahtevi za estetizacijom proizvoda postali glasni već 1951. godine, tek je kraj decenije doneo znakovite promene. U NR Srbiji, počev od 1957. godine, tekstilna industrija počela je da upošljava dizajnere u većem broju. Sledeći primer srodne industrijske grane, i modna industrija zaposlila je prve kreatore. Krajem 1950-ih preduzeća bez dizajnera počela su da angažuju Zavod za primenjenu umetnost<sup>62</sup> i strukovna udruženja primenjenih umetnika u kreaciji novih proizvoda. Posle više od deset godina progonstva, modni kreator se vratio kako bi svojom estetskom inicijativom i darovitošću ispravio nagomilane probleme u odnosima proizvodnje i potrošnje.

Zarad unapređenja tržišne ponude, država je predložila osnivanje saveta potrošača. U skladu sa novom tržišnom orijentacijom preduzeća od uvođenja samoupravljanja, ličnost kupca morala je da se opaža u svim sferama ekonomskog i društvenog života. Prve ideje o savetima potrošača javile su se već 1950., da bi se potom dalje razvile u Uredbama o trgovinskoj delatnosti iz 1953. i 1955. godine. Ipak, i pored zvaničnih namera ova institucija nikada nije zaživela. Život saveta potrošača najčešće se završavao odmah nakon čina osnivanja i konstituisanja. No, bilo je i svetlih primera uvažavanja očekivanja kupaca. Robna kuća "Crvena zvezda" ne samo da je imala delotvoran savet potrošača, već je otišla i korak dalje. Krajem 1960.

61 *Duga*, 10. 1950., bez paginacije.

62 Zavod za primenjenu umetnost osnovan je u Beogradu 1949. s ciljem da industriji ponudi nacрте, modele i uzorke estetizovanih artikala. Kako se proizvodnja nije interesovala za delatnost ovog Zavoda, njegovi odseci za umetničku keramiku, primenjenu grafiku, tekstil i unutrašnju arhitekturu bili su prinuđeni da otpočnu sopstvenu produkciju kako opstanak ove institucije ne bi bio ugrožen.

ovaj prodajni objekat obrazovao je stručni savet sastavljen od predstavnika trgovine, industrije, Centra za unapređenje domaćinstva, likovnih umetnika, jednog arhitekte i kostimografa. Primaran zadatak ovog tela bio je progonoštvom neestetizovane i nemoderne robe iz ovog savremenog trgovačkog objekta. Prema pisanju štampe, roba koja je ugrožavala ugled ove robne kuće bila je vraćena nesavesnim proizvođačima.<sup>63</sup>

No, država je primenila i druge mehanizme za suzbijanje građanskog nezadovoljstva. Kako se domaće tržište odlikovalo stalnim nestašicama pojedine vrste robe, 1956. godine jugoslovenska partijska elita odlučila je da pokrije deficit uvozom. Povećanje uvoza robe široke potrošnje ne bi li se predupredilo nagomilavanje nezadovoljstva potrošača bilo je u skladu s odlukama o suzbijanju mera racionalizacije i povećanju standarda donetim u jesen 1955. godine. Umesto 3–4 milijarde dinara u ranijim godinama, država je za uvoz robe široke potrošnje 1956. namenila ukupno 10 milijardi dinara. Dakle, utroštručan uvoz robe, među kojom su značajno mesto zauzimali modni predmeti, proširio je lepezu izbora i nadomestio nestašicu traženih artikala. Svojim bojama i dezenima italijanski, zapadnonemački, austrijski, japanski i indijski tekstil osvajali su domaće kupce. Ipak, pravu senzaciju izazvale su italijanske cipele čiji je uvoz otpočeo 1959., te belgijska trikotaža i italijanski "šušlavci" uvezeni 1961. godine.<sup>64</sup> Kolika je pomama vladala za zapadnim modnim artiklima, najbolje svedoči primer mantila "šušlavca", čije je ekskluzivno pravo distribucije dobila Robna kuća "Beograd". Već u 6 časova ujutro ispred ovog objekta na Terazijama stvorio se dugačak red. Velika gužva kao da je najavila da će početak prodaje biti obeležen nizom incidenata:

"Navala kupaca je bila tako velika da je direkcija Robne kuće bila prinuđena da obustavi dalju prodaju, jer je pretila opasnost da se polome vrata ili da

63 Među ovom robom našli su se muški sakoi rdave izrade, šiveni od materijala koji kvalitetom nije zadovoljavao propisane standarde, demodirani ženski mantili, kućne haljine drečavih dezena i slična roba; vidi: *Politika*, 2. 2. 1961., str. 9.

64 Kako bi se zaštitila domaća modna industrija u razvoju, sve do 1961. godine među uvezenom robom nije bilo konfekcije.

zbog propadanja stepeništa (gelenderi su potpuno demolirani) neko i nastrada."<sup>65</sup>

Telefoni su neprestano zvonili: svako je tražio nekog "svog", zaposlenog u ovom prodajnom objektu, ne bi li mu ovaj ostavio na stranu koji šušakavac. Na kraju je intervenisala i policija, a Robna kuća je odlučila da iz bezbedonosnih razloga dalju prodaju ovog artikla nastavi na Beogradskom sajmu. Uvezena roba zadovoljavala je glad za estetizovanom i modernom robom.

Iako je probuđena želja za modnim novitetima donekle zadovoljena uvozom, to ni izbliza nije bilo dovoljno. Uvoz je pokrивao samo pet odsto ukupnih robnih fondova. Stoga je bilo potrebno legitimizovati još jedan mehanizam za suzbijanje nezadovoljstva potrošača: snabdevanje izvan sektora zvanične ekonomije. Posredstvom alternativnih kanala, pre svega kupovinom u komisijama i Trstu,<sup>66</sup> čežnja za predmetom iz snova mogla se usmeriti u pravcu potencijalnog zadovoljenja. Tako je "druga" ekonomija vršila "neophodnu funkciju popunjavanja onih praznina između proizvodnje i potrošnje",<sup>67</sup> koje je stvarala struktura samoupravne ekonomije. Ipak, odnos zvanične politike prema ovim oblicima potrošačkog ponašanja bio je i ostao ambivalentan. Država je, s jedne strane, pokazivala neprijateljske reakcije prema komisijama (karakterizacije negativnog naboja, povremene opsežne kontrole poslovanja ovih prodavnica), dok su, s druge, zvanični propisi sadržali neprecizno formulisane odredbe koje se odnose na predmet trgovanja komisijama preduzeća i radnji direktno omogućavajući zloupotrebe. Slična situacija bila je i sa prekograničnom kupovinom u Trstu. Formalna pravila bila su u takvoj suprotnosti sa stvarnom praksom da su bila nedelotvorna, ili, kako kaže Breda Lutar, koreni neformalnog siste-

65 *Politika*, 14. 10. 1961., str. 8.

66 Šverc robe iz Italije olakšao je Videmski sporazum potpisan između Italije i Jugoslavije 1955. godine. Ovim sporazumom, između ostalog, ugovoreno je da stanovnici pograničnih oblasti mogu četiri puta mesečno, na osnovu specijalnih propusnica, nesmetano prelaziti iz jedne u drugu zemlju sa pravom zadržavanja od 48 časova. Građani obeju zemalja obilato su se koristili pogodnostima sporazuma kako bi za sebe pribavljali materijalnu korist. Od kraja 1950-ih stalno se povećavao broj Jugoslovena koji su radi kupovine modne robe putovali u Trst.

67 Ferenc Feher, Agnes Heler, Đerd Markuš, *Diktatura nad potrebama*. Rad, Beograd 1986., str. 155.

ma bili su "ugrađeni u samu formalnu organizaciju i potpomagani formalnošću njenog uređenja".<sup>68</sup> Nedoslednost državne politike, vidna u čestim izmenama carinskih propisa, odsustvo pojedinih pozitivnih pravila, nesprovođenje donetih propisa i arbitrarnost carinika u odnosu na sprovođenje zakona<sup>69</sup> – samo su podsticali "nedozvoljene" aktivnosti.

Dakle, alternativne šoping prakse bile su deo prećutnog konsenzusa između režima i građana. "Autoriteti su želeli poslušne građane, a građani se nisu protivili režimu u zamenu"<sup>70</sup> za poslednji model italijanskih cipela, udoban džins, tergal suknje ili hipermoderan "šuškavac". Ovo saglasje potrajalo je gotovo do raspada socijalističke Jugoslavije.

68 Breda Luthar, "Remembering Socialism. On Desire, Consumption and Surveillance", *Journal of Consumer Culture* (2/2006), str. 243.

69 Brojne karikature razotkrivale su taktike nadmudrivanja carine. Karikatura Petra Korakšića objavljena u *Politici* 1961. godine predstavlja ženu zavidnog obima grudi. Međutim, nakon carinske kontrole zamašan obim postao je prošlost; vidi: *Politika*, 9. 4. 1961., str. 20.

70 Djurdja Bartlett, *FashionEast. The Spectre that Haunted Socialism*. MIT Press, Cambridge 2010., str. 271.



## Nusret Kujraković

Medžlis Islamske zajednice, Gradačac

### Zakon o zabrani nošenja zara i feredže iz 1950. godine u NR Bosni i Hercegovini

---

Ovaj rad je fokusiran na Zakon o zabrani nošenja zara i feredže koji je usvojen 1950. godine od strane Narodne skupštine NR BiH. Muslimansko žensko pitanje, posebno pitanje nošnje muslimanki u Bosni i Hercegovini postalo je aktualno od austrougarske vladavine. Promatrano je s različitih aspekata i dijametralno suprotnih ideologijskih polazišta. Primjetna su dva pristupa ovome pitanju: tradicionalistički i modernistički. Vođene su žučne rasprave oko toga da li je to vjersko ili društveno pitanje. Centralno pitanje se odnosilo na pokrivanje/otkrivanje muslimanki u novonastalim modernim okolnostima u BiH. Totalitaristička komunistička vlast projektovala je i sprovela njegovo konačno i radikalno rješenje. Pri tome je korišten državni represivni aparat. Bez obzira na primjenu sile, zatvaranja i novčana kažnjavanja, primjetan je veliki otpor većine muslimanki.

---

#### Uvod

Nakon Drugog svjetskog rata u Narodnoj Republici Bosni i Hercegovini (NR BiH) posebno je aktualizirano pitanje nošnje muslimanke. Nošnja – zar i feredža – označena je kao prepreka koja je priječila muslimankama da koriste sve stečevine socijalističke revolucije i da participiraju u privrednom, kulturnom i političkom životu, a posebno da dadnu svoj doprinos u izgradnji i obnovi zemlje. Ovaj razlog, iako veoma upitan i znanstveno neutemeljen, potpuno ideološki motiviran, bio je dovoljan da nova komunistička vlast inicira, pokrene i vodi široku i agresivnu akciju za konačno rješenje ovog pitanja. Idejni začetnik, pokretač i kontrolor te akcije bila je Komunistička partija Jugoslavije (KPJ) koja je dirigirala i usmjeravala tokove akcije, a rukovođenje akcijom povjereno je Antifašističkom frontu žena Bosne i Hercegovine (AFŽ BiH)<sup>1</sup> i drugim tadašnjim masovnim organizacijama, radnim kolektivima i preduzećima. Dakle, akcija za skidanje zara i feredže nije potekla "odozdo", kako se to nastojalo tumačiti,

nego "odozgo", kao direktiva, a u izvršenje su bili uključeni: Antifašistički front žena, masovne organizacije, radni kolektivi, istaknute ličnosti, Islamska vjerska zajednica Federativne Narodne Republike Jugoslavije (IVZ FNRJ), dok se u završnoj fazi, nakon zakonske zabrane, uključio i represivni državni aparat. Cijela ova akcija može se metodološki i radi bolje preglednosti podijeliti na tri dijela, s različitim metodološkim pristupima i karakterističnim elementima: predzakonsku fazu prije donošenja Zakona o zabrani nošenja zara i feredže, donošenje Zakona i period vakacije, i stupanje Zakona na snagu i njegova primjena. Vrlo značajno pitanje ovog rada jeste istraživanje i definiranje razloga za ukidanje zara i feredže. Također, bitno je rasvijetliti praktične oblike djelovanja učesnika u ovoj akciji, postupak donošenja i provođenja Zakona, reakcije javnosti i odnos prema pokrivenim muslimankama prije i poslije zakonske zabrane. Sarajevske dnevne novine *Oslobođenje* i *Glasnik* Vrhovnog islamskog starješinstva u Federativnoj Narodnoj Republici Jugoslaviji (VIS u FNRJ) činili su osnovnu literaturu za izradu ovog rada.<sup>2</sup>

---

1 Antifašistički front žena (AFŽ), masovna politička i borbena organizacija žena Jugoslavije, osnovana 6. 12. 1942. godine na konferenciji u Bosanskom Petrovcu, jeste, u stvari, organizaciono oformljenje ženskog pokreta koji je nastao i razvijao se pod rukovodstvom Komunističke partije Jugoslavije. Kasnije je AFŽ ukinut.

---

2 Emancipacija muslimanke ili muslimansko žensko pitanje nameće se Bošnjacima od dolaska Austro-Ugarske u Bosnu i Hercegovinu i traje do formiranja Federativne Narodne Republike Jugoslavije. U tadašnjim izmijenjenim društvenim

## Zakon o zabrani nošenja zara i feredže

Prije obrade samog Zakona o zabrani nošenja zara i feredže<sup>3</sup> bitno je ukratko pojasniti poslijeratne društvene okolnosti i formiranje nove Jugoslavije, utvrditi karakter pitanja ženske muslimanske nošnje i razloge za ukidanje zara i feredže, odnosno zabranu svakog pokrivanja lica. Pobjeda socijalističke revolucije donijela je nove revolucionarne promjene i vrijednosti u svim republikama koje su činile novu Jugoslaviju, pa tako i u Bosni i Hercegovini, kao što su: socijalizam/komunizam, marksizam, ateistička ideologija, odvajanje vjere od države, sekularizam, jednopartijski sistem, bratstvo i jedinstvo, ravnopravnost žena itd. Posebno je bio negativan odnos prema vjeri i vjerskim zajednicama. Sloboda medi-

---

okolnostima valjalo je naznačiti magistralne komponente narodnog napretka i kulturnog preporoda. Emancipacija muslimanke i njeno prilagođavanje novonastalim socijalnim okolnostima jedno je od pitanja oko kojeg su vođene oštre polemike između modernista i tradicionalista. Različiti profili bošnjačke inteligencije participirali su u otvorenim raspravama: svjetovno obrazovana inteligencija, bošnjačka komunistička inteligencija, vjerski modernisti, tradicionalna vjerska inteligencija i bošnjačka ženska inteligencija. Istup prvih muslimanskih žena na javnu scenu predstavljao je pravo osvjedoženje i znamenitu kulturnu vrijednost. Po programskoj opredijeljenosti učesnici rasprava mogu se podijeliti na dvije grupe: reformsku, modernističku, prozapadnu i tradicionalnu, konzervativnu inteligenciju. Prva će se zalagati za uključivanje muslimanke u javni život i široku društvenu emancipaciju i za nju je karakterističan modernistički pristup ili pravac u rješavanju muslimanskog ženskog pitanja, dok je druga grupa proklamirala tradicionalistički pravac, koji podrazumijeva održanje *status quo* i protivljenje bilo kakvim izmjenama socijalnog položaja muslimanke.

- 3 Pojašnjenje riječi 'zar' i 'feredža': 1. "Zar je vrsta šireg, nekrojenog ogrtača koji je, skupljen u struku, činio suknju u donjem dijelu, a gornji dio se samo prebacivao preko glave i ramena. Omogućavao je slobodnije kretanje, za razliku od feredže. Ovaj ogrtač nazivao se također i čaršaf (tur. carşaf), a kombinirao se i s pečom (crni veo preko lica). Neki pogrešno zar nazivaju feredžom. Zar se kroji od basme, štofa ili svile, a feredže samo od čohe." 2. "Feredža je vrsta širokog kaputa, dugih širokih rukava, s velikom 'jakom' (kragom) oko vrata. Feredža je uvijek bila od crne čohe, a kod begovica i od tamnozeleno. (...) Uz nju su se nosila i tri pokrivača od bijelog tankog platna. Jedan pokrivač je dolazio na glavu i čelo, i zvaao se čember, drugi preko lica, odnosno usta, vezivao se na tjemenu i zvaao se jačmak, treći je pokrivaao cijelu glavu, padao unaokolo, do pola leđa, i zvaao se dušeme. Ovakvo obučena žena imala je mali otvor oko očiju." Abdulah Škaljić, *Turcizmi u srpskohrvatskom-hrvatskosrpskom jeziku*. Svjetlost, Sarajevo 1985., str. 647 i 279.

ja, sloboda mišljenja i slobodno tržište nisu postojali. Diktatorski način vladavine, torture, zastrašivanje i likvidiranje protivnika revolucije bili su vidljivi. Posebno se to odnosi na vrijeme izgradnje i obnove zemlje poslije rata (1945.–1960.).

Obnova i izgradnja u ratu razrušene zemlje, te izgradnja socijalističkog/komunističkog društva odigrali su značajnu ulogu u određivanju političkih ciljeva i prioriteta, i pravaca razvoja bosanskohercegovačkog društva. Značajno je napomenuti da je donešen Petogodišnji plan razvoja koji je predviđao industrijalizaciju, elektrifikaciju, agrarne reforme, izgradnju škola, bolnica, puteva itd. Bila je nužna masovna mobilizacija ženske radne snage u izgradnji i obnovi zemlje, napose Petogodišnjeg plana. Pošto je tema ovog rada vezana za muslimanski narod, nužno je naglasiti činjenicu da ga komunistička vlast prvobitno nije priznala, ukinuti su šerijatski sudovi, zabranjen rad mekteba, medresa i tekija, eliminirana je vjeronauka iz školskog sistema itd. Dodatno, pokreće se i pitanje nošnje muslimanke, a to ne znači samo odjevni predmet, već se tu radi i o vjerskoj tradiciji, običajima, kulturnim navikama, porodičnim standardima i obrascima življenja. Može se samo zamisliti u kakvoj je situaciji bio muslimanski narod, a posebno muslimanka kojoj se želi ukinuti sloboda izbora odijevanja. U naprijed spomenutim društvenim okolnostima pokrenuta je agresivna kampanja za eliminiranje tradicionalne muslimanske ženske nošnje, i to istodobno sa početkom provođenja Petogodišnjeg plana. Vladajuća politika je, koristeći moć i silu, odlučila da ovo pitanje radikalno riješi za sva vremena. Dakle, ovo je pitanje kompleksno i delikatno, te znanstvena istina i objektivnost nalažu istraživačima da vode računa o njegovom kvalificiranju, definiranju i karakternom određenju. Kada se radi o karakternom određenju pitanja tradicionalne nošnje muslimanke u Bosni i Hercegovini u vremenskom razdoblju od 1945. do 1950. godine, po mom mišljenju, ono je za komunističku vlast prevashodno radikalno političko pitanje, pokrenuto iz političko-nacionalnih razloga, a ne kulturno-civilizacijskih i emancipacijskih pobuda kao dio zamišljenog, ali neostvarenog projekta denacionaliziranja, deislamizacije i asimilacije tada nepriznatog muslimanskog/bošnjačkog naroda. Naravno, ono je imalo svoje popratne socio-ekonomske, obrazovne, kulturne i emancipacijske dimenzije, ali one nisu bile glavni pokretač, nego su poslužile kao vješto zamaskirano i privlačno



Muslimanke u feredži

---



Muslimanke u zaru poslije 2. vjetskog rata

opravdanje i obrazloženje. Dogodilo se prvi put u historiji da iza projekta dokidanja ženske muslimanske nošnje zara i feredže stoji moćna i diktatorska komunistička vlast i državni aparat. Naprosto su znanstveno neutemeljena i ljudski neodgovorna mišljenja onih koju su otkrivanje muslimanke ocijenili kao njeno "oslobođenje", "osvješćenje", "emancipaciju" ili napredak u svakom pogledu. Pa zar i pokrivena muslimanka nije mogla konzumirati sva prava i vršiti sve dužnosti? Svakako, mogla je, ali joj to nije bilo dopušteno.

### Razlozi za ukidanje zara i feredže

Da bi se obrazložila i opravdala pokrenuta politička akcija, a kasnije i zakonska zabrana tradicionalne ženske muslimanske nošnje, trebalo je narodnim masama, a naročito muslimanskim ženama podastrijeti valjane, razumne i opravdane razloge. Iščitavajući izvore i literaturu koja obrađuje ovu oblast, došlo se do sljedećih razloga i njihovih protagonista:

- Otvoriti put ravnopravnog života i korisnog rada desetinama hiljada dosad zaostalih žena (Antifašistički front žena Bosne i Hercegovine).<sup>4</sup>
- Osloboditi ženu muslimanku zaostalog običaja kojim je sputana njena ličnost i do sada kočen njen razvoj. Mi moramo pomoći ženi muslimanki da uđe što šire u javni život i da skidanjem zara i feredže postane ravnopravan član naše zajednice u punom smislu riječi i važan faktor u izgradnji nove Jugoslavije (Vrhovni vakufski sabor).<sup>5</sup>
- Zar i feredža zapreka su jednakopravnosti muslimanke. Ovaj stari i štetni običaj treba da što prije prestane kako bi muslimanka mogla koristiti sva prava i postati punopravni član naše zajednice i pomoći izgradnju i obnovu naše domovine (reisu-l-ulema Ibrahim Fejić).<sup>6</sup>
- Pokrivanje žene nije vjerski propis i muslimanke

4 *Novi Muallim*, br. 56, 2013., str. 53.

5 *Glasnik VIS u FNRJ*, br. 1–3, 1950., str. 18–19.

6 *Ibid.*, str. 23–24.





Muslimanke u zaru, Sarajevo 1944. godina

mogu slobodno otkrivene hodati i vršiti svoje poslove (Vrhovno islamsko starješinstvo).<sup>7</sup>

- Po šerijatskim propisima muslimanka može biti otkrivena onoliko koliko joj je potrebno za obavljanje svakdašnjih poslova, bez obzira da li se radi o radu u fabrici, na njivi, u ustanovi i sl. (Vrhovno islamsko starješinstvo).<sup>8</sup>
- Nema vjerskih zapreka otkrivanju muslimanke. Oslobođena zara može ići u korak s ostalim ženama u FNRJ i ići putem slobode, napretka i ravnopravnosti (Udruženje ilmije).<sup>9</sup>
- Zar je pečat zaostalosti i potčinjenosti muslimanke, pokrivanje ometa učešće ženama u javnom životu, u privredi i politici (Mahmud Konjhodžić); zar je simbol stoljetne zaostalosti i smetnja uključenju muslimanke u društveni život i korištenju prava koja im je revolucija donijela

<sup>7</sup> Ibid., str. 67.

<sup>8</sup> Ibid., str. 25–26.

<sup>9</sup> Glasnik VIS u FNRJ, br. 8–10, 1950., str. 272.

(Senija Pilavdžić); posljednje obilježje ropskog položaja i teške prošlosti, kočnica razvoja vaših sposobnosti i ravnopravnosti (Grupa istaknutih muslimanki); obilježje zaostalosti, nekulturno obilježje, smetnja političkom i kulturnom uzdizanju (Džemal Bijedić); kočnica napretku, feudalni ostatak, obilježje nazadnosti, rekvizit mračnjaštva i nazadnjaštva, obilježje varvarskog odnosa prema ženi, anahronizam suprotan novim društvenim okolnostima (Avdo Humo); zar je obilježje feudalizma, ružan i nazadan običaj (Halid Mesihović); oznaka ograničavanja lične slobode i pokornosti do poniženja (Zaim Šarac); sramotni simbol tutorstva nad ženom muslimankom u braku i porodici (Hasan Brkić); istaknuta oznaka za podjelu masa po principu vjere (Ramiz Tvrtković); običaj pokrivanja nastao je u robovlasničkim despotijama na Istoku i uvežen je u BiH (Derviš Tafro).<sup>10</sup>

Sažetak gore spomenutih razloga i ciljeva našao se u članu 1. Zakona u kojem je napisano da se pristupilo zakonskoj zabrani po želji narodnih masa, radnih kolektiva i masovnih organizacija, a u cilju da se otkloni vjekovna oznaka potčinjenosti i zaostalosti žene muslimanke, da se olakša ženi muslimanki puno korištenje prava izvojevanih u Narodno-oslobodilačkoj borbi i socijalističkoj izgradnji zemlje i da joj se obezbijedi puna ravnopravnost i šire učešće u društvenom, kulturnom i privrednom životu zemlje zabranjeno je nošenje zara i feredže i svako pokrivanje lica žene. Na prvi pogled zvuči humano, a i bilo bi da se nije uvjetovalo dokidanjem bitne oznake vjerskog i narodnog identiteta i tradicije muslimanskog/bošnjačkog naroda. Nametnuto uvjetovanje determinira sasvim drugačije konotacije, zapitanosti i prosudbe.

Muslimanka sa zarom i feredžom nije se uklapala u viziju komunističkog ideološkog obrasca razvoja socijalističkog čovjeka i društva. Dodatno, za razumijevanje ovog pitanja vrlo je važno napomenuti i odnos Komunističke partije Jugoslavije i novih socijalističkih/komunističkih vlasti prema muslimanskom narodu u tom razdoblju, koji nije bio priznat kao narod, što navodi na zaključak da se taj narod trebao nacionalizirati i asimilirati u Srbe i Hrvate. Zanimljivo je da je ključni problem muslim

<sup>10</sup> Oslobođenje, br. 1224, 1950., str. 1–4.

manke njena nošnja koja je viđena kao uzrok njene zaostalosti i neobrazovanosti. Niko ne daje odgovore zašto je muslimanka bila u takvom stanju niti spominje socijalno-ekonomske okolnosti, školske obrazovne sisteme, političke odnose i državno-pravne sisteme u prethodnom periodu, koji su prirodno utjecali na socijalni položaj, između ostalog, i muslimanskih žena. Sva odgovornost je svaljena na muslimanku i njenu nošnju zar i feredžu, jer njoj je inherentna zaostalost, neprosvijecenost, inferiornost, pasivnost itd. Stavljene su znak jednakosti između njene nošnje i njene degradiranosti. To je projicirano, na ideološkim vrijednostima, a ne na znanstvenim osnovama utemeljena globalna slika imaginarne pokrivenosti muslimanske žene, koja nije samo izum komunista, već je odranije egzistirala ne samo u Bosni i Hercegovini. U ovom slučaju potpuno se ignoriraju socijalna i vjerska tradicija i običaji muslimana, njihova kultura življenja, njihov narodni/nacionalni identitet i posebnost, njihove civilizacijske vrijednosti. Ovo nam je jasnije ako znamo da se zabrane bilo koje vrste islamske nošnje zara, feredže i burke/nikaba u nekim evropskim zemljama argumentiraju time da to ne odgovara evropskim vrijednostima i da je to nesloboda i podređenost žene, dakle, ideološki se zasnivaju kao da druge vrijednosti ne postoje. Postavlja se jednostavno pitanje: da li je muslimanka mogla raditi, školovati se, sudjelovati u političkom, kulturnom i privrednom životu sa zarom i feredžom? Da li bi bila ravnopravna i da li je mogla participirati u tadašnjoj izgradnji i obnovi zemlje? Da li je mogla koristiti sva prava koja je donijela revolucija? Svakako da je mogla. Ali, to nije bilo u interesu socijalističke izgradnje i komunističke vlasti, jer je valjalo taj vanjski znak identiteta nepriznatog muslimanskog naroda dokinuti i olakšati njegovu nacionaliziranje i asimiliranje.<sup>11</sup> Da zaključimo, odnos prema pitanju pokrivanja/otkrivanja muslimanki u BiH u istraživanom periodu gotovo je isti kao i odnos koji se danas promovira u većem broju evropskih zemalja.<sup>12</sup>

**Predzakonska faza od 1947. do 1950. godine**  
Nova totalitarska i diktatorska komunistička vlast mislila je da će ovo pitanje biti riješeno bez velikih

poteškoća pomoću masovne agitacije i apelacije na narodnu svijest, a posebno na svijest i slobodnu volju muslimanskih žena. Zato je u metodološkom smislu prvobitno bio prihvaćen evolutivni pristup i politička akcija. Očekivalo se da će masovna kampanja motivirati muslimanke da dobrovoljno skinu zar i feredžu. Ovim pristupom pokušalo se riješiti ovo pitanje bez zakonske zabrane i represivnog državnog aparata, što je politički bilo bezbolnije i profitabilnije. Na taj način eliminirao bi se snažan argument opozicije i protivnika ove akcije, označenih od vlastodržaca etiketom "reakcionara i nazadnjaka" i protivnika socijalističke revolucije. Naime, opozicija je bila mišljena da je predmetna akcija antiislamska i antimuslimanska, a njen glavni cilj je denacionalizirati i asimilirati muslimanski narod. Komunističkoj partiji je bilo posebno stalo do toga da svoj stav o eliminiranju zara i feredže nametne kao slobodnu volju i želju narodnih masa, masovnih organizacija i radnih kolektiva, a naročito samih muslimana i muslimanki koji su, navodno, pokretači akcije. Stoga je, kako se tumačilo, narodna vlast morala ispuniti volju širokih narodnih masa. Naravno, iščitavajući izvore i literaturu iz tog perioda, mogao bi se izvući pogrešan zaključak da se radi o slobodnom i spontanom vođenju akcije od strane narodnih masa i radnih kolektiva bez uplitanja politike i vlasti, bez nametanja "odozgo", ali svakom je poznato da je to razdoblje komunističke diktature i torture te da se bez direktive Partije i Tita nije moglo raditi ništa, a pogotovo pokrenuti ova veoma delikatna akcija. Svi učesnici koji su participirali u ovoj predzakonskoj fazi kampanje za skidanje zara i feredže radili su po direktivi s vrha.

Predzakonska faza, koja je prethodila donošenju navedenog Zakona, trajala je od polovine 1947. do septembra 1950. godine, odnosno do donošenja Zakona o zabrani nošenja zara i feredže. Organizirana i razrađena akcija za eliminiranje tradicionalne ženske muslimanske nošnje zara i feredže pokrenuta je polovinom 1947. godine i vodio ju je Antifašistički front žena Bosne i Hercegovine, koji je na svom Drugom kongresu u Sarajevu, održanom 13. i 14. 7. 1947. godine u Sarajevu, donio rezoluciju o pokretu muslimanki za skidanje zara i feredže. Komunistička partija je stavila u zadatak Antifašističkom frontu žena da se bavi rješavanjem ovog ženskog pitanja, koji je vidio u muslimanskim ženama veliku radnu snagu za realizaciju Petogodišnjeg plana. U ovoj pokrenutoj akciji par-

11 Također, vidi mišljenje Edhema Bulbulovića u: *Preporod*, br. 12/475, 1990., str. 9.

12 O toj problematici vidi: Đermana Šeta, *Zašto marama? Bosanskohercegovačke muslimanke o životu i radu pod maramom*. CNS – CPS, Sarajevo 2011.

ticipirala je i Islamska vjerska zajednica: Vrhovni vakufski sabor, Vrhovno islamsko starješinstvo, Ulema-medžlis u Sarajevu i Udruženje ilmije.

U ovoj fazi pokrenute akcije, razrađeni su teorijski osnovi i metodologija i praktični oblici realizacije. Teorijsko obrazloženje sadržano je u gore spomenutim razlozima za dokidanje zara i feredže. Što se tiče praktičnih oblika djelovanja, rasvijetlit ćemo rad Antifašističkog fronta žena BiH i IVZ u FNRJ. Nakon donošenja navedene rezolucije, Antifašistički front žena formirao je pri Centralnom odboru AFŽ BiH Zemaljski odbor za otkrivanje muslimanki. Oblici djelovanja AFŽ bili su: organiziranje sastanaka, konferencija, razgovora sa vjerskim predstavnicima i uglednim i istaknutim osobama iz reda muslimanskog naroda. Konferencije i sastanci na koje su pozivane muslimanke organizirani su širom zemlje. Na te konferencije žena pozivani su i vjerski službenici, a posebno oni koji su napustili svoj poziv i prešli u državnu službu, kao i već otkrivene žene. Vrlo često konferencije su održavane po mektebima. Konferencije su imale ubičajen tok. Prvo bi se obratila predstavnicima AFŽ, zatim, ako je bio prisutan, vjerski službenik i na kraju otkrivene žene. Na njima bi se obično dešavalo da dio muslimanki demonstrativno skine zar. Treba naglasiti da je bio izuzetno veliki pritisak na imame i istaknutije muslimane i njihove žene u određenom mjestu da se među prvima otkriju i posluže kao primjer drugima. To je trebalo olakšati i ubrzati započetu akciju.

Islamska vjerska zajednica u FNRJ je u okviru svojih organa i organizacijskih jedinica podržala i pomogla akciju ukidanja zara i feredže. Njene forme djelovanja ogledale su se u rezolucijama, stavovima, sastancima, a posebno predavanjima za žene muslimanke. O potrebi otkrivanja muslimanki i obrazloženju da pokrivanje nije vjerski zahtjev izjasnili su se: Vrhovni vakufski sabor IVZ u FNRJ (donio je rezoluciju o otkrivanju muslimanki 27. 8. 1947. godine<sup>13</sup>), novopostavljeni reisu-l-ulema Ibrahim ef. Fejić (u svom nastupnom govoru, 28. 8. 1947. godine, iskazao je obavezu ukidanja zara i feredže<sup>14</sup>), Vrhovno islamsko starješinstvo (zaključkom od 1. 11. 1947. godine<sup>15</sup> i stavom o aktualnim problemima od 29. 4.

1949. godine<sup>16</sup>), Ulema-medžlis u Sarajevu (organiziranjem konferencije 1947. godine<sup>17</sup>) i Udruženje ilmije BiH (rezolucijom osnivačke skupštine od 5. 9. 1950. godine<sup>18</sup>). Zaduženi su svi organi IVZ i njeni pripadnici, a posebno ulema, da pomognu ovu akciju i upoznaju sve muslimane i muslimanke o stavovima najviših organa. Pored toga, zatraženo je da se muslimani i muslimanke aktivno uključe u sve akcije izgradnje i obnove zemlje, a posebno u ostvarenje Petogodišnjeg plana. Kada se proanaliziraju stavovi IVZ i kompariraju sa stavovima drugih organizacija i pojedinaca, može se zaključiti da su njeni stavovi izbalansirani i ograničeni na vjersko tumačenje, bez označavanja zara i feredže pogrdnim i neutemeljenim etiketama, što se susreće kod drugih. Ključnu ulogu u tumačenju Zakona muslimanskom narodu odigralo je Udruženje ilmije, o čemu će biti riječi nešto kasnije. Ipak, bez obzira na sve poduzete mjere da se političkim sredstvima muslimanka dobrovoljno otkrije, akcija je polučila nezadovoljavajuće rezultate i može se proglasiti neuspješnom. To govori o snažnom otporu i jakoj ukorijenjenosti tradicionalne ženske muslimanske nošnje kod najvećeg broja muslimanki, koja je shvaćena kao simbol vjerskog i narodnog identiteta.

### **Donošenje Zakona o zabrani nošenja zara i feredže i period vakacije**

Poslije neuspjeha političke akcije, tadašnje socijalističke/komunističke vlasti Bosne i Hercegovine odlučile su se za zakonsku zabranu zara i feredže. Vlada NR BiH je uputila Prijedlog Zakona o zabrani nošenja zara i feredže Narodnoj skupštini. Ovaj prijedlog usvojio je Zakonodavni odbor Narodne skupštine na svojoj sjednici od 21. 9. 1950. godine, kojom je predsjedavao Džemal Bijedić. Prijedlog Zakona obrazložio je Hakija Pozderac. Narodna skupština NR BiH usvojila je ovaj Zakon na svom osmom redovnom zasjedanju, koje je održano 28. 9. 1950. godine u Sarajevu. Uvodno obraćanje i obrazloženje izrade zakonskog prijedloga dao je Džemal Bijedić, predsjednik Zakonodavnog odbora. Prethodno je Todo Kurtović, sekretar Narodne skupštine, pročitao pozdravna pisma i depeše od masovnih organizacija i radnih kolektiva iz svih krajeva u kojima se traži donošenje Zakona. Tokom rasprave o zakonskom prijedlogu, narodni

13 *Glasnik VIS* u FNRJ, br. 1–3, 1950., str. 18–19.

14 *Ibid.*, str. 23–24.

15 *Ibid.*, str. 67.

16 *Ibid.*, str. 25–27.

17 *Ibid.*, str. 72.

18 *Glasnik VIS* u FNRJ, br. 8–10, 1950., str. 272.



Travnik 1946. godine

poslanici dali su mu punu podršku te je, na kraju, jednoglasno prihvaćen bez izmjena i dopuna. Zakon je stupio na snagu 4. 11. 1950. godine. U diskusiji su učestvovali narodni poslanici: Džemal Bijedić, Avdo Humo, Halid Mesihović, Ajka Drdović, Fehima Jaran, Zaim Šarac, Dedo Gazić, Hasan Brkić, Sulejman Filipović, Husnija Kurt, Ramiz Tvrtković, Mehmedalija Tufekčić, Nedžmudin Alagić, Sejfo Halilović, Derviš Tafro, Dušanka Ostojić, Slavko Pogarčić, Dušanka Kovačević i Desa Topić. Integralni tekst Zakona o zabrani nošenja zara i feredže glasi:

#### Član 1.

Izražavajući želje narodnih masa, radnih kolektiva i masovnih organizacija, a u cilju da se otkloni vjekovna oznaka potčinjenosti i zaostalosti žene muslimanke, da se olakša ženi muslimanki puno korištenje prava izvojevanih u Narodno-oslobodilačkoj borbi i socijalističkoj izgradnji zemlje i da joj se obezbijedi puna ravnopravnost i šire učešće u društvenom, kulturnom i privrednom životu zemlje zabranjuje se nošenje zara i feredže i svako pokrivanje lica žene;

#### Član 2.

Zabranjuje se prisiljavanje ili nagovaranje žene da nosi zar i feredžu, odnosno pokriva lice, kao i svaka druga radnja usmjerena na podržavanje nošenja zara i feredže i pokrivanja lica žene;

#### Član 3.

Kazniće se do 3 mjeseca lišenja slobode ili novčanom kaznom do 20 000 dinara:

- a) ko nosi zar ili feredžu, odnosno pokriva lice,
- b) ko od svojih ukućana zahtijeva da nosi zar ili feredžu, odnosno pokriva lice;

#### Član 4.

Kazniće se lišenjem slobode sa prinudnim radom 2 godine ili novčanom kaznom do 50 000 dinara:

- a) ko silom, prijetnjom, ucjenom ili drugim sličnim sredstvima nastoji da se nosi zar i feredža, odnosno pokriva lice žene,
- b) ko, zloupotrebljavajući vjerska osjećanja, koristeći predrasude i zaostalost ili na bilo koji drugi način, vrši propagandu da se nosi zar i feredža, odnosno pokriva lice žene;

### Član 5.

Administrativni-kazneni postupak za prekršaje iz člana 3 ovog zakona vodi u prvom stepenu Izvršni odbor sreskog, gradskog (rejonskog) narodnog odbora;

### Član 6.

Za postupak po krivičnim djelima člana 4 ovog zakona nadležan je sreski sud;

### Član 7.

Ovaj zakon stupa na snagu tridesetog dana nakon objavljivanja u "Službenom listu NR BiH".<sup>19</sup>

## Recepcija Zakona u javnosti

Podršku Zakonu iskazale su sve masovne organizacije, radni kolektivi i IVZ, a također i Treći kongres AFŽ Jugoslavije koji je održan u Zagrebu, 28. 10. 1950. godine.<sup>20</sup> Nakon usvajanja Zakona nastupio je period vakacije od 30 dana (od usvajanja do stupanja na snagu). Zakon je stupio na snagu 4. 11. 1950. godine. U ovom periodu pokrenuta je snažna politička akcija da se dokine zar i prije stupanja Zakona na snagu. Cilj je bio da se izbjegnu zakonska prisila, kaznene sankcije i eventualna masovna kršenja. U tom smislu, organizirani su svečani mitinzi podrške donošenju Zakona po mnogim gradovima širom zemlje, u fabrikama i radnim kolektivima. Vlast je nastojala pokazati da Zakon ima masovnu podršku širokih narodnih masa. Sa tih mitinga slate su depeše podrške i zahvale narodnim vlastima i istaknuta odlučnost da se Zakon primijeni. Na njima su pojedine žene demonstrativno skidale zar. U tadašnjoj štampi, posebno u *Oslobođenju*, težilo se pokazati da akcija teče dobro i uspješno. Tekstovi su puni propagandističkog sadržaja, a posebno mjesto je dato izjavama otkrivenih muslimanki. Na stranicama *Oslobođenja* zabilježeni su izvještaji o skidanju zara i podaci o mitinzima podrške u Kladnju, Mostaru, Travniku, Tuzli, Gračanici, Derventi, Zavidovićima, Bosanskom Petrovcu, Moluhama, Kolibama, Čapljini, Modriči, Brčkom, Sarajevu, Gradačcu itd.<sup>21</sup> U preduzećima i osnovnim jedini-

cama masovnih organizacija izrađivani su grafikoni s imenima žena koje su nosile zar, a ime neke žene bilo bi brisano kada bi ista skinula zar.<sup>22</sup>

O problemima provođenja političke akcije skidanja zara prije stupanja Zakona na snagu moguće je saznati iz drugih dokumenata i izvještaja. Novine koje su cenzurirane od strane Partije ciljano nisu izvještavale o tome, jer bi to bilo politički štetno i moglo je usporiti akciju. Takav dokument je i Zapisnik sa savjetovanja rukovodilaca AFŽ Sarajevske oblasti, održanog 13. 10. 1950. godine. Navode se problemi u Zenici, Foči, Travniku, Bugojnu i Sokocu. Diskusiju o Zakonu zaključila je Jelica Erceg, predsjednica Oblasnog odbora AFŽ, rekavši: "... mi ne možemo dozvoliti da se naši zakoni profanišu. Juče je primijenjen novi način u gradu Sarajevu to jest ne usluživanje žena u zaru bilo u ustanovama, nadleštva, prodavnicama i na svim drugim mjestima. Takođe ćemo i mi primijeniti na našoj oblasti ovo i već su poslate depeše sreskim komitetima Partije. S druge strane, organizacija AFŽ-a treba da preduzme sve druge mjere naročito u organizovanju dobrovoljnog šivanja odijela za žene koje skidaju zar kao i raznog prekrojanja."<sup>23</sup> Akcija se teško odvijala i u Srebrenici, Vlasenici, Banja Luci i Doboju.<sup>24</sup>

## Odnos prema pokrivenim muslimankama

Akcija skidanja zara i feredže prije stupanja Zakona na snagu nije išla po planu te se pribjeglo primjeni nasilnih mjera koje bi primorale muslimanke da se otkriju. Te mjere su bile ponižavajuće i diskriminirajuće. Iza tih mjera stajala je KPJ, a ostale masovne organizacije, radni kolektivi i preduzeća bili su samo izvođači radova, što potvrđuje spomenuta Jelica Erceg. Pokrivenim muslimankama uskraćen je javni saobraćaj, usluge javnih ustanova, trgovine, pijace itd. To potvrđuje i Edhem Bulbulović u pismu koje je uputio Muhamedu Hadžijahiću. On navodi da su kolektivna preduzeća i ustanove počeli primjenjivati Zakon samovoljno i na silu od 10. 10. 1950. godine i da "Ni jednoj muslimanki u zaru

19 *Službeni list NR BiH*, br. 32, str. 427; *Glasnik VIS u FNRJ*, br. 8-9, str. 278.

20 *Oslobođenje*, br. 1250, 29. 10. 1950., str. 3.

21 *Oslobođenje*, br. 1225, str. 3; br. 1226, str. 3; br. 1228, str. 2; br. 1229, str. 2; br. 1231, str. 2; br. 1232, str. 4; br. 1234, str. 2; br. 1235, str. 4; br. 1238, str. 3; br. 1241, str. 3; br. 1243, str. 2; br. 1244, str. 2-3; br. 1246, str. 3;

br. 1247, str. 2. Svi brojevi su iz 1950. godine.

22 *Oslobođenje*, br. 1247, 25. 10. 1950., str. 2.

23 Fikret Karčić, "Primjena Zakona o zabrani nošenja zara i feredže", *Novi Muallim*, br. 56, 2013., str. 53-54; Arhiv Bosne i Hercegovine, Fond Glavni odbor AFŽ za BiH, kutija 8, 1950., 2, br. 1081/50.

24 Senija Milišić, "O pitanju emancipacije muslimanske žene u Bosni i Hercegovini", *Prilozi*, br. 28, 1999., str. 225-241.

nisu dali pristupiti ni tramvaju, ni u nadležstva, ni u trgovine. Pri tome postupalo se tako grubo kao da to nisu ravnopravne građanke, nego kuje..."<sup>25</sup> On je u ime svoje žene Sidike poslao pismo Narodnoj skupštini u kojem je predlagao da se Zakon učini fakultativnim za muslimanke starije od 50 godina, koje nisu za radne akcije, i da se produži rok stupanja na snagu. Poslije toga, napisao je Bulbulović, pozvali su njegovu ženu i kćerku na razgovor, napali ih i izvrijeđali tako da su došle kući plačući.

U ozračju kreirane agresivne agitacije i tadašnjih političkih i socijalnih okolnosti, zasigurno je bilo vrijeđanja, maltretiranja, provociranja i ponižavanja muslimanki pod zarom. Malo je toga zabilježeno. O tome govori sjećanje dr. Halida Čauševića iz Sarajeva, kojeg je jedna muslimanka zamolila da joj obavi kupovinu na pijaci, jer njoj nisu dozvolili.<sup>26</sup> List *Oslobođenje* zabilježio je da su Mile Marjanović i Milenko Maletić iz Sarajeva zbog vrijeđanja i napada na pokrivene muslimanke osuđeni na zatvorsku kaznu, prvi od tri, a drugi od dvije godine.<sup>27</sup> Nasuprot tome, zabilježena su i kažnjavanja onih koji su hrabro branili zar i feredžu. Salih Babić i Salih Jusić iz Travnika kažnjeni su sa po godinu dana zatvora, dvojica neimenovanih seljaka iz Preočiće u Travniku sa po šest mjeseci zatvora, a hafiz Ibrahim ef. Ridanović, predsjednik Ulema-medžlisa u Sarajevu, na četiri mjeseca bez ikakvog suđenja.<sup>28</sup> Ne postoje cjelovita istraživanja i objavljeni radovi o tome koliko je žena skinulo zar prije stupanja Zakona na snagu. Istina, Senija Milišić donosi u svom radu nepotpune podatke o broju žena koje su nosile i koje su skinule zar i feredžu. Podaci se odnose na jedan dio BiH. Po njenom istraživanju, do 5. 11. 1950. godine zabilježeno je da je 48.327 žena nosilo zar (nepotpuni podaci), 21.215 žena je skinulo zar, a 29.439 nije.<sup>29</sup> Može se zaključiti da ovi nepotpuni podaci govore da je prvobitno uspjeh bio polovičan. To svjedoči o jakom otporu odbacivanju zara i feredže u tom periodu bez obzira na silu i zakonsku zabranu. Protokom vremena intenzitet otpora je slabio i zar i feredža ne samo da su zakon-

skom prisilom nestali sa bosanskih ulica, nego su vremenom nestali i u krugu porodice.

### Stupanje Zakona na snagu i njegova primjena

Zakon o zabrani nošenja zara i feredže stupio je na snagu 4. 11. 1950. godine. Za sprovođenje Zakona bilo je zaduženo Ministarstvo unutrašnjih poslova BiH koje je, zbog osjetljivosti pitanja koje zalazi u sferu intimnog življenja ljudi, propisalo posebno uputstvo za njegovo provođenje. U tom uputstvu navedeno je da osobe za zarom i feredžom treba odmah provoditi u policijske stanice, da se oni koji drugima zabranjuju skidanje zara odmah uhapsu bez prethodnog upozorenja, da se izbjegavaju incidenti na javnim mjestima, zbog čega policija ne treba skidati zar i feredžu ženama na trgovima, ulicama, javnim lokalima, da se provjeri da li su žene državnih javnih službenika skinule zar, itd.<sup>30</sup> Akcija je završena najvećim dijelom do kraja 1951. godine. Na one žene koje nisu postupile u skladu s Zakonom primjenjivana je sila i razna uskraćivanja i ograničavanja poput zabrane izdavanja vozničkih karata i ulaženja u vozove muslimankama sa zarom i feredžom.<sup>31</sup>

Vrlo važno pitanje, kojem istraživači nisu posvetili naročitu pažnju, jeste pitanje kršenja Zakona, novčanih i zatvorskih kazni i sudskih procesa, uskraćivanja prava, opresivnih praksi i maltretiranja pokrivenih muslimanki. Podaci bi se najvjerovatnije mogli pronaći u sudovima, ako su procesi uopće vođeni, u policijskim izvještajima i izvještajima Komunističke partije, Narodnog odbora i drugih masovnih organizacija. Do tih podataka je danas veoma teško doći. Ovaj bi se problem mogao riješiti jednim temeljitim istraživanjem zasnovanim na razgovorima sa muškarcima i ženama koji su to preživjeli. Takvih svjedoka ima priličan broj i oni bi mogli dati značajne podatke o onome što su vlast i štampa prešućivali. Na taj bi se način došlo do potpunije istine o cijelom toku akcije ukidanja zara i feredže. Nešto podataka pruža nam publikacija Semihe Kačar *Zarozavanje zara. Ženske ispovijesti*.<sup>32</sup>

25 *Preporod*, br. 12/475, 15. 6. 1990., str. 9.

26 *Ibid.*, str. 8.

27 *Oslobođenje*, br. 1248, 27. 10. 1950., str. 3.

28 *Oslobođenje*, br. 1255, 4. 11. 1950., str. 2; *Preporod*, br. 12/475, 1990., str. 9.

29 Vidi: S. Milišić, "O pitanju emancipacije muslimanske žene u Bosni i Hercegovini", str. 235–241.

30 Denis Bećirović, *Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini za vrijeme avnojske Jugoslavije (1945–1953)*. Bošnjačka nacionalna zajednica, Zagreb 2012., str. 289–290.

31 *Ibid.*, str. 290.

32 Semiha Kačar, *Zarozavanje zara. Ženske ispovijesti*. Almah, Podgorica 2000.

## Zaključak

Zabrana nošenja zara i feredže označila je nasilno dokidanje jedne bitne oznake identiteta tada nepriznatog muslimanskog/bošnjačkog naroda, napose njegovih vjerskih porodičnih standarda i kulture življenja, s ciljem njegove deislamizacije, denacionalizacije i asimilacije. Nošnja uopće nije mogla biti prepreka učešću muslimanke u privrednom, kulturnom i političkom životu, posebno školovanju, zapošljavanju i radnim akcijama u obnovi i izgradnji zemlje. Uvodeći zabranu, komunistička vlast poslužila se istovjetnom retorikom koju danas koriste neke evropske zemlje kad uvode restrikcije ili zabranu nošenja marame/hidžaba. U ovom slučaju prekršeno je pravo na slobodu izbora i pravo na slobodu vjere, koja su samo deklarativno ustavno bila zagarantovana. Stoga je ovaj Zakon bio diskriminirajući i nepravedan. Pokrivene i otkrivene muslimanke koje su prije zakonske zabrane radile ili se školovale ili učestvovala u radnim akcijama ostvarivale su iste rezultate. Otkrivene nisu bile ništa uspješnije ili bolje. Sva dostignuća u privredi, obrazovanju ili kulturnom djelovanju koja su ostvarile muslimanke u tom periodu ne mogu se pripisati odbacivanju zara i feredže, nego njihovom zalaganju i napornom radu. Da je tako, dokaz su današnje brojne pokrivene muslimanke u Bosni i Hercegovini

koje su se dokazale u obrazovanju, kulturi, biznisu i drugim poslovima. Neosnovana su mišljenja da je otkrivanje bilo uvjetom da muslimanka postane ravnopravna i slobodna, napredna, obrazovana i kulturna. Zar i feredža mogli su se potpuno prirodnim putem i dobrovoljno transformirati u posve drugačiju nošnju koja uvažava islamske vjerske standarde. To dokazuje činjenica da je nakon zakonske zabrane najveći broj muslimanki kreirao vjerski prilagođenu drugačiju nošnju, doduše bez pokrivanja lica. Stoga je opravdano zaključiti da se ovdje nije isključivo radilo o emancipaciji i jednakopravnosti muslimanke, već da je to bio dio projektiranog, ali neostvarenog plana nacionaliziranja i asimiliranja tada nepriznatog muslimanskog/bošnjačkog naroda. Treba biti veoma oprezan pri prosuđivanju podrške koju su tadašnji zvanični organi Islamske vjerske zajednice dali akciji za ukidanje zara i feredže. To je bilo pod velikim političkim pritiskom i prisilom. Ipak, određeni pojedinci iz reda zvaničnika i uleme mogli su se ponašati slobodnije i drugačije nego što su učinili. I na kraju, treba odati priznanje muslimanima i muslimankama koji su, bez straha od zatvora i kazni, prijetnji i torture, odlučno branili svoje vjerske i nacionalne vrijednosti. Malo se zna o njima. Dobro bi bilo istražiti njihove priče i sudbine. Neka se zna i poštuje njihova borba i žrtva.





Đermana Šeta

CEI Nahla, Sarajevo

## Analiza utjecaja novije zabrane ženskih muslimanskih odjevnih praksi u Evropi

---

Danas su diskusije i sukobi oko zabrane ženskih muslimanskih odjevnih praksi u Evropi, ali i svijetu prevazišli puko pitanje sekularnosti ili svjetonazorne neutralnosti države već služe i kao prostor sukobljavanja različitih savremenih ideologija u borbi za prevlast te krunski test pluralnosti i tolerantnosti savremenih zapadnih društava. Ovaj rad će u tom smislu ponuditi svjedočanstva žena koje su doživjele savremena savremena osporavanja i zabrane u Evropi (Francuska, Njemačka...) i pokušati ukazati na značaj specifičnog ženskog iskustva na intersekciji različitih identitetskih karakteristika svake žene ponaosob te na to da su upravo često žene na koje se savremene zabrane odnose, zagovaračice/predstavnice one linije islamskog učenja koja poziva na razumijevanje, suživot i multikulturalnost koja nam tako neumitno izmiče.

---

### Pokriavanje muslimanki – hidžab u okviru islamskog svjetopogleda

Pokriavanje muslimanki<sup>1</sup> zaokuplja pažnju mnogih i predmet je različitih debata i analiza, kako unutar-muslimanskih tako i izvanmuslimanskih. Iako danas pokriavanje muslimanki ima svoje mjesto u raznim kulturalnim, društvenim, historijskim i drugim kontekstima, neophodno je na početku predstaviti njegovu osnovnu karakteristiku kao vjerskog, tačnije, islamskog koncepta, tj. propisa.<sup>2</sup> Prva muslimanska zajednica sa uspostavljenim obrascima i pravnim izvorima nazire se u 7. stoljeću. Sljedbenici/e takvog Puta, oni/e koji su Bogu predani/e, koji/e prihvataju Božiji zakon<sup>3</sup> vjeruju da Bog – putem njima potpuno jednakog ljudskog bića po imenu Muhammed tada ponovo,<sup>4</sup> i posljednji put u tom obliku,<sup>5</sup> šalje

Uputu. Ta Božija Uputa ljudima sastoji se od Svete knjige – Kur'ana i svega onoga što je Muhammed a.s. govorio, radio ili šutnjom odobrio. Prioritet na takvom Putu nosi *taqwa*<sup>6</sup> – preporuka za moralnu svijest: "Dali smo vam odjeću koja će pokrivati stidna mjesta vaša, a i raskošna odijela, ali odjeća čestitosti (*taqwa*), to je ono najbolje" (7:26).<sup>7</sup> Isti termin prisutan je i u trinaestom ajetu (stavku) sure El-Hudžurat gdje se kaže: "O ljudi, Mi vas od jednog muškarca i jedne žene stvaramo i na narode i plemena vas dijelimo da biste se upoznali. Najugledniji kod Allaha je onaj sa najviše *takwa*, Allah, uistinu, sve zna i nije Mu skriveno ništa."

U islamskom učenju se vjeruje da Bog prepoznaje i sagledava čovjeka kao ljudsko biće, kombinaciju materijalnog i duhovnog i upućuje ga na uspravnost njegovog fizičkog i psihičkog integriteta, neophodnu za ispunjenje ljudske misije. U vezi sa tim su i preporuke za vladanje muškaraca i žena. U kur'anskom tekstu, u suri En-Nur, preporučuje se prvo muškarcima pa ženama obaranje pogleda i bri-

1 Koristit će se terminologija ustaljena u bosanskom jeziku: *pokriavanje, hidžab, marama*.

2 Za druge poznate vrste i uzroke pokriavanja žena (ali i muškaraca) u svijetu vidi: Fadwa El Guindi, *Veil. Modesty, Privacy and Resistance*. Berg, New York 1999.

3 *Ar. muslim* – onaj koji je Bogu predan.

4 Prihvatajući sve ranije Božije izaslanike od Adama/Adema do Isusa/Isaa.

5 Muslimani vjeruju da se Bog ljudima objavljuje stalno, kroz prirodu, druge ljude, te živi kur'anski tekst za koji se smatra da uvijek i iznova komunicira sa ljudima.

6 U prijevodima Kur'ana na bosanski jezik termin '*taqwa*' prevodi se kao 'čestitost' ili 'bogobožnost'.

7 *Kur'an* (s prijevodom Besima Korkuta), <http://bosnamuslim-media.files.wordpress.com/2008/06/prevod-kurana-besimakorkuta.pdf> (pristup: 30. 12. 2013.).

ga o stidnim mjestima svojim: "Reci vjericima neka obore poglede svoje i neka vode brigu o stidnim mjestima svojim; to im je bolje, jer Allah, uistinu, zna ono što oni rade. A reci vjericama neka obore poglede svoje i neka vode brigu o stidnim mjestima svojim; i neka ne dozvole da se od ukrasa njihovih vidi išta osim onoga što je ionako spoljašnje, i neka vela svoja spuste na grudi svoje; neka ukrase svoje ne pokazuju drugima, to mogu samo muževima svojim, ili očevima svojim, ili očevima muževa svojih, ili sinovima svojim, ili sinovima muževa svojih, ili braći svojoj, ili sinovima braće svoje, ili sinovima sestara svojih, ili prijateljicama svojim, ili robinjama svojim, ili muškarcima kojima nisu potrebne žene, ili djeci koja još ne znaju koja su stidna mjesta žena; i neka ne udaraju nogama svojim da bi se čuo zveket nalkita njihova koji pokrivaju. I svi se Allahu pokajte, o vjernici, da biste postigli ono što želite" (24:30–31).

Muslimani i muslimanke vjeruju da Bog ljudsku seksualnost smatra poželjnom u okvirima određenim odnosom koji se bazira na odgovornosti. Stoga se i za muškarce<sup>8</sup> i za žene preporučuje nepokazivanje ukrasa njihovih kod interakcije sa osobama koje im nisu mahremi,<sup>9</sup> a u svrhu postavljanja muškarca i žene u položaj jednakih aktera koji zajednički djeluju u zajednici. "Islam prihvata da je seksualnost normativni aspekt života. Lična seksualnost i vjera nisu jedna drugoj kontradiktorne. Prakticiranje seksualnog odnosa omeđeno je granicama braka kao ugovornog odnosa. Muškarac i žena koji nisu strane u bračnom ugovoru svoj odnos trebaju deseksualizirati. To uključuje pretpostavku da interakcija među polovima može potencijalno uključivati seksualne tenzije. Islam prihvata seksualnost i reproduktivnost žena i muškaraca i ukazuje na potrebu reguliranja njihovog odnosa u javnosti."<sup>10</sup> Uz prethodno navedene ajete, ajetom 59 sure El-Ahzab zaokružuju se kur'anske preporuke o ženskom odijevanju: "O Vjerovjesniče, reci ženama svojim, i kćerima svojim, i ženama vjernika neka spuste haljine svoje niza se. Tako će se najlakše prepoznati pa neće napastovane biti. A Allah prašta i samilostan je."<sup>11</sup>

8 Npr. obaranje pogleda, neotkrivanje dijela tijela od koljena do pupka, nenošenje zlata i svile.

9 Supruga/suprug i osobe s kojima postoji trajna zapreka skla-panja braka.

10 F. El Guindi, *Veil*, str. 136.

11 I 24:60: "A starim ženama koje više ne žude za udajom nije grijeh da odlože ogrtače svoje, ali ne pokazujući ona mjesta

Iz ovih nekoliko navedenih kur'anskih ajeta rađa se obimna i opsežna muslimanska hermeneutika koja, nekada na različite načine, pozicionira i argumen-tira preporuke za pokrivanje žena u islamu. Iako je iz ovih ajeta i hadisa moguće ukratko zaključiti da je pokrivanje povezano sa pristojnošću, prepoznavan-jem i zaštitom žene od napastovanja, patrijarhalno-maskulina interpretativna tradicija, dakako, jeste utjecala na drugačije razumijevanje hidžaba i defini-ranje razloga zbog kojih se ženama preporučuje hidžab. Jedan dio tumača vremenom je počeo govori-ti o tome da se pokrivanjem limitira seduktivnost žene koja iskazivanjem svoje privlačnosti skoro priziva napastovanje ili unosi nered u društvo, te se smatralo da je stoga neophodno da bude pokrivena ako ne želi da bude napastovana ili napadana. Takva su tumačenja i danas prisutna među nekim muslimanskim učenjacima.<sup>12</sup> Međutim, to nisu je-dina tumačenja s obzirom na to da se iz navedenih ajeta uviđa da je u doba objave Kur'ana stanje na ulicama Meke i Medine bilo takvo da je preporuka za pokrivanje bila (a mnogi muslimani/ke uglavnom vjeruju da još uvijek jeste) način na koji se moglo obezbijediti bezbjedno kretanje slobodnih žena,<sup>13</sup> a ne da je to krivica ženine inherentne seduktivnos-ti.<sup>14</sup> Moguće je tvrditi da, upravo suprotno od toga, pokrivanje legitimira njeno prisustvo u javnoj sferi, naročito u vremenskom kontekstu u kome su žene u predislamskom dobu nasljeđivane kao roba, a ženska djeca živa zakopavana. Danas se ovaj fenomen raznoliko tumači i sagledava, što je u ve-likoj mjeri uslovljeno kontekstom u kome se o njemu govori. Tako se, posebno u novije vrijeme, javljaju studije koje ukazuju na to da se ajeti o pokrivanju sve više tumače u svjetlu prevelike konzumerističke eksploatacije ženskog tijela te objektivacije žena kao bića te da se pokrivanje ispostavlja kao instru-ment otpora takvoj zloupotrebi,<sup>15</sup> posebno u zem-

na kojima se ukrasi nose; a bolje im je da budu kreposne."

12 Vidi: Đermana Šeta, *Zašto marama? Bosanskohercegovačke muslimanke o životu i radu pod maramom*. CNS – CIPS, Sarajevo 2011., str. 110.

13 "(...) tako će se prepoznati pa neće napastovane biti" (33:59).

14 Time se otkrivalo socijalni status žena. Pokrivenost žene ukazivala je na status slobodne žene, za razliku od npr. prostitutke, čime se osiguravala njena fizička sigurnost. Vidi: Khaled Abou El Fadl, *Speaking in God's Name. Islamic Law, Authority and Women*. Oneworld, Oxford 2001., str. 233.

15 Vidi: Leila Ahmed, *Women and Gender in Islam. Historical Roots of a Modern Debate*. Yale University Press, New Ha-

ljama koje nisu većinski muslimanske, što i jeste fokus ovog rada. U pojedinim zemljama koje tvrde da svoje zakone zasnivaju na islamu ovaj individualni vjerski propis podignut je na nivo zakonske ili slične obaveze. Primjeri za to svakako su Iran i Saudijska Arabija. U tom slučaju, moguće je reći da takvo pokrivanje postaje tehnički propis, ali nije neophodno da bude u vezi sa ličnim vjerskim uvjerenjem pojedinke. Ono je često i pokušaj kontrole ženskog tijela (u sprezi sa teorijama subordiniranosti žena), gdje se upravo (suprotno prethodno navedenom) nepokrivanje nekad ispostavlja kao instrument otpora.

Ove postojeće raznorodne (hermeneutičke) postavke uslovljene su teorijom rodnih odnosa koju interpretator/ica poima kao "ispravnu" ili "istinski islamsku". Grubo posmatrano, tri su zastupljene teorije rodnih odnosa prisutne kod tumačenja monoteističkih religija, u ovom slučaju islama: teorija subordinacije, teorija komplementarnosti i teorija egalitarnosti između muškaraca i žena.<sup>16</sup> Kako smo naveli, hidžab kao specifično ženska praksa nalazi svoje mjesto u svakoj od njih,<sup>17</sup> što čini njihovo razlikovanje i razumijevanje samog fenomena još kompleksnijim: "Opresivni hidžab i oslobađajući hidžab izgledaju isto".<sup>18</sup> Danas hidžab kod žena uglavnom uključuje pokrivanje cijelog tijela, uz izuzetak šaka i lica. Uz to, odjeća na tijelu ne bi trebala biti previše uska niti providna. Općenito je moguće reći da se većina islamskih teologa/inja slaže oko toga da je pokrivanje muslimanki islamski propis koji uključuje pokrivanje cijelog tijela osim lica, šaka i nogu do članaka.<sup>19</sup> Međutim, postoje i manjinske interpretacije ovih propisa koje sežu od onih koji smatraju ispravnim ili krajnje preporučenim pokrivanje cijelog tijela i lica do onih koji u potpunosti dovode u pitanje ovaj propis.

Dodatni segment u (društvenom) percipiranju odijevanja muslimanki čini i orijentalistička dihotomija posmatranja "muslimana kroz prizmu islama kao statične, monolitne, nazadne doktrine koja objašnjava i određuje njihovo ponašanje".<sup>20</sup> U vezi sa tim kreira se (zapadno) mišljenje o tome da je pokrivanje samo po sebi opresivno i negativno za ženu. Još su kolonizatori iskoristili takav fokus na status žene kako bi dijelom opravdali invazije i kolonizaciju Bliskog istoka.<sup>21</sup> Pokrivanje muslimanki, kao očit i vidljiv simbol različitosti, pretvoreno je u simbol Drugosti i inferiornosti te postaje simbolom "sveukupnog degradiranog statusa žene, i metafora degeneriranosti cjelokupnog Bliskog istoka na kome se zasniva orijentalističko evropsko mišljenje".<sup>22</sup> I nije samo Zapad usvojio tu ideju o pokrivanju kao nečemu opresivnom, već je i lokalna elita u muslimanskim zajednicama prihvatila taj orijentalistički stav o ženama i pokrivanju. Ovakve žene predstavljale su bedem postavljen između kolonizatora i lokalnog stanovništva. Stoga je "pristup ženskim tijelima, otkrivanjem, predstavljao i konačno sredstvo dopiranja do same srži te zajednice",<sup>23</sup> jer kako Meyda Yegenöglü navodi: "Nastojanja orijentalista tako su izražena željom za razotkrivanjem kolonija, jer je otpor žena otkrivanju zapravo značio otpor koloniziranju. Drugim riječima, u očima kolonizatora samo pokrivanje bilo je dovoljan znak otpora."<sup>24</sup> Tako debata oko otkrivanja žena ulazi u same pore lokalnog stanovništva, gdje se sa jedne strane nalazi "zapadno orijentirana elita i drugi koji prihvataju kulturu kolonizatora te ekonomski i društveno profitiraju od kolonizacije, a sa druge ostatak društva, niže klase, tradicionalni muslimanski učitelji i ostali koji, iako su patili zbog kolonijalizma, nisu pristajali na stavove Zapada".<sup>25</sup> Zanimljivo je uporediti debatanje ovog pitanja na prostorima bivše Jugoslavije, u vezi sa okolnostima oko donošenja Zakona o zabrani zara i feredže nakon Drugog svjetskog rata.<sup>26</sup>

ven 1992.; Katherine Bullock, *Rethinking Muslim Women and the Veil*. The International Institute of Islamic Thought, Herndon 2002.

16 Vidi: Zilka Spahić-Šiljak, Rebeka Jadranka Anić, *I vjernice, i građanke*. TPO fondacija – CIPS, Sarajevo 2009., str. 178.

17 Vidi: Đ. Šeta, *Zašto marama?*, str. 92.

18 Amina Wadud, *Inside the Gender Jihad*. Oneworld, Oxford 2006., str. 219.

19 Vidi: Hannes D. Galter, *Mahrma ili zar. Historija kulture jednog orijentalnog fenomena*. Ljiljan, Sarajevo 2004.

20 K. Bullock, *Rethinking Muslim Women and the Veil*, str. xviii.

21 Vidi: *ibid.*, str. 1.

22 *Ibid.*, str. 2.

23 Sallimullah Khan, "Islam and the New World Order in Europe", <http://www.newagebd.com/store/anni08/11.html> (pristup: 14. 6. 2009.).

24 *Ibid.*

25 K. Bullock, *Rethinking Muslim Women and the Veil*, str. 22.

26 Nusret Kurjaković, "Islamska zajednica i muslimansko žensko pitanje u Bosni i Hercegovini", *Pregled* (3/2009), str. 101–121.

Značajno je napomenuti da 2001. godine u magazinu Time, u tekstu pod nazivom "Nova nada za žene Afganistana",<sup>27</sup> Hilary Clinton opravdava ratna djelovanja SAD-a u Afganistanu upravo time što će se afganistanskim ženama obezbijediti "oslobodenje" od potlačenosti. U tom vrlo kratkom tekstu, Clintonova je četiri puta spomenula burku, i to ponavljanje, smatra Malou Innocent, odražava dva stava o muslimankama koja su često prisutna na Zapadu: da je pokrivanje muslimanki znak potlačenosti i da vidljivo oslobađanje muslimanki od te prakse *ipso facto* znači da je ona slobodna.<sup>28</sup>

Uzimajući gore navedeno u obzir, moguće je reći da su različite (unutarmuslimanske) interpretacije ovog propisa, ali i društveno-historijska instrumentalizacija ovog vidljivog muslimanskog ženskog markera, dovele do čestog nerazumijevanja ili zbunjujućeg razumijevanja ove pojave, s obzirom na to da jedna i ista odjevna praksa može predstavljati i mušku dominaciju, i pokušaj kontroliranja ženske seksualnosti, i emancipatorsko sredstvo za deobjektivaciju ženskog tijela, ali i politički stav.

### **Pokrivanje muslimanki – hidžab u okviru sistema ljudskih prava**

Sistem ljudskih prava zasniva se na ideji o priznavanju slobode i neotuđivih prava svim ljudima. Na osnovu ovog postulata, izvedeno je načelo zabrane diskriminacije po bilo kojem elementu razlikovanja ljudskih bića poput rase, spola ili vjere, jer priznavanje jednakih i neotuđivih prava implicira pravo na različitost. "Ljudska bića mogu biti i jesu različita u jedinstvenoj, neponovljivoj, pojedinačnoj egzistenciji i pri tome jednaka u pravima sa svim drugim i drugačijim, odnosno priznata od svih drugih i drugačijih, kao jednako vrijedna i jednakopravna."<sup>29</sup> Sloboda vjere u sistemu međunarodnih prava predstavlja osnovno ljudsko pravo, a eksplicitna zaštita ovog prava u dokumentima od 16. stoljeća naovamo simptomatično ukazuje na činjenicu da su

vjerske slobode često bile predmetom opresije.<sup>30</sup> Kako McGoldrick kaže, posebno problematične za međunarodna ljudska prava jesu države koje su zasnovane na religiji, a koje uslovljavaju svoje prihvatanje međunarodnih ljudskih prava obavezom njihove kompatibilnosti sa npr. islamskim pravom.<sup>31</sup> Međutim, ni sekularne države nisu bez problema, naročito kada je u pitanju poštivanje slobode manifestiranja religije u javnosti,<sup>32</sup> što se možda najzornije vidi u slučajevima novijih zabrana ženskih muslimanskih odjernih praksi u Zapadnoj Evropi. Ako hidžab razumijevamo kao sastavni dio prakticiranja islama, pravo na nošenje hidžaba direktno je povezano sa pravom na vjeru, pravom manifestiranja religije u javnosti, pravo na privatni život i nediskriminaciju.

Vijeće Evrope u Evropskoj konvenciji o ljudskim pravima i slobodama<sup>33</sup> štiti pravo na privatni život (član 8.) kao i pravo na slobodu misli, savjesti i vjere (član 9.), i njihovo ograničenje smatra mogućim samo onda kada je propisano zakonom i neophodno je u demokratskom društvu "u interesu javne bezbjednosti, zaštite javnog reda, zdravlja ili morala, ili zaštite prava i sloboda drugih" (član 9.). Ova Konvencija je obavezujuća za sve zemlje potpisnice i njom se uspostavlja Evropski sud za ljudska prava pred kojim se može pojaviti svaka osoba iz zemlje potpisnice Konvencije koja smatra da su njena prava po Konvenciji ugrožena.

Opća deklaracija o ljudskim pravima UN-a<sup>34</sup> jasno štiti ljudsko dostojanstvo (član 1.) i pravo na slobodu misli, savjesti i vjere (član 18.). Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima<sup>35</sup> u članu 17. štiti pravo na privatni život, a u članu 18. navodi da "svaka osoba ima pravo na slobodu misli, savjesti i vjere koje može biti predmet samo onih ograničenja koja predviđa zakon, a koja su nužna radi zaštite javne bezbjednosti, reda, zdravlja ili morala, ili pak osnovnih prava i sloboda drugih lica". Provedbu ovog Pakta vrši Komitet za ljudska prava.

27 Hillary Clinton, "New Hope for Afghanistan's Women", <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,185643,00.html> (pristup: 5. 1. 2014.).

28 Malou Innocent, "Should America Liberate Afghanistan's Women?", <http://object.cato.org/sites/cato.org/files/articles/Should-America-Liberate-Afghanistan-Women.pdf> (pristup: 30. 12. 2013.).

29 Jasna Bakšić-Muftić, *Ženska prava u sistemu ljudskih prava*. Pravni fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo 2006., str. 109.

30 Vidi: Dominic McGoldrick, *Human Rights and Religion. The Islamic Headscarf Debate in Europe*. Hart, Portland 2006., str. 2.

31 Vidi: ibid. Kako islamsko pravo uključuje opus različitih interpretacija, ovo se odnosi na interpretacije islamskog prava.

32 D. McGoldrick, *Human Rights and Religion*, str. 23.

33 Usvojena 1950. godine.

34 Usvojena na Općoj skupštini UN-a 1948. godine.

35 Usvojen na Općoj skupštini UN-a 1966. godine.

Njegov rad zasniva se na izvještajima koje dostavljaju zemlje potpisnice, ali i pojedinačnih žalbi koje mogu uputiti one zemlje koje su potpisnice i prvog Opcionog protokola Pakta. Ovaj Komitet nudi i tumačenja određenih članova Pakta putem Općih komentara Komiteta. U Općem komentaru br. 22<sup>36</sup> pobliže se tumači član 18. Pakta i navodi se da sloboda ispoljavanja vjere ili ubjedenja kroz vjeronauku uključuje širok spektar djela, te da sljedjenje ili prakticiranje vjere ili ubjedenja "može uključivati ne samo ritual već i određene aktivnosti poput određenih ograničenja u ishrani, nošenje specifične odjeće ili pokrivala za glavu", u šta spada i hidžab. Deklaracija o ukidanju svih oblika netolerancije i diskriminacije na osnovu vjere i ubjedenja<sup>37</sup> trebala bi da posluži zemljama potpisnicama kao smjernica u odnosu na pitanje koje direktno tretira. Njeno nadgledanje vrši posebni izvjestilac/teljka o slobodi vjere ili ubjedenja UN-ove Komisije za ljudska prava, i to putem redovnih izvještaja. Specijalna izvjestiteljka o slobodi vjere i ubjedenja UN-a je u svom izvještaju iz januara 2006. godine navela opće kriterije pomoću kojih je moguće procijeniti – iz perspektive ljudskih prava – restrikcije i zabrane nošenja vjerskih odjevnih praksi i simbola. Prema njenoj analizi, ovo su neki od indikatora aktivnosti koje nisu kompatibilne sa međunarodnim ljudskim pravima: "ograničenja koja onemogućavaju slobodu pojedinca/ke da izražava svoju vjeru ili ubjedenje; ograničenja koja za cilj imaju, ili dovode do bilo vidljive diskriminacije bilo kamuflirane podjele koja zavisi od religije ili ubjedenja; ograničenja kod kojih dužna pažnja nije posvećena specifičnim odlikama određenih vjera ili ubjedenja, npr. čini se da opća zabrana više utječe na određenu vjeru koja propisuje nošenje nekih odjevnih predmeta nego na neke druge vjere ili ubjedenja koja nemaju poseban naglasak na tome".<sup>38</sup> Ograničenje nošenja hidžaba potpada pod sve nabrojane indikatore jer onemogućava slobodu pojedinke, dovodi do podjele koja zavisi od religije (najviše pogodene uvedenim propisima su



Protesti ispred Ambasade Francuske, London 2004.

muslimanke), i čini se da opća zabrana više utječe na određenu vjeru, u ovom slučaju islam.

Iz navedenih međunarodnih dokumenata vidljivo je da pravo na slobodu misli, savjesti i vjere može biti predmet samo onih ograničenja koja su nužna radi zaštite javne bezbjednosti, reda, zdravlja ili morala, ili osnovnih prava i sloboda drugih lica. Kako Bahia Tahzib-Lie navodi, koncept morala je teško definirati te ne postoji jedna usvojena definicija morala. Stoga je teško dokazati da je neka žena nošenjem marame narušila javni moral. S druge strane, tvrdnja države da pošljavanjem žene sa maramom dolazi do narušavanja javnog reda na radnom mjestu ili neometanog rada javnog sektora čini se prilično neodrživom.<sup>39</sup> Tahzib-Lie ipak navodi da, i ako pretpostavimo da država dokaže da takva zabrana jeste u interesu javnog reda ili morala, i dalje ostaje pitanje da li je takva restrikcija neophodna, tj. proporcionalna u odnosu na interes države, jer kada se jednoj ženi onemogući da nosi određeni vjerski simbol, npr. u državnoj službi, pitanje neophodnosti tog čina zavisi od inherentnih zahtjeva njenog posla, ciljeva institucije koja ju upošljava i dobre volje

36 "General Comment no. 22", <http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/%28Symbol%29/9a30112c27d1167cc12563ed004d8f15?Opendocument> (pristup: 21. 12. 2013.).

37 Usvojena na Općoj skupštini UN-a 1981. godine.

38 "Extracts from the Annual Reports 2006 and 2007 of the Special Rapporteur on Freedom of Religion or Belief, Asma Jahangir", <http://www2.ohchr.org/english/issues/religion/standards.htm> (pristup: 9. 11. 2013.).

39 Bahia Tahzib-Lie, "Applying a Gender Perspective in the Area of the Right to Freedom of Religion or Belief", <http://www.law2.byu.edu/lawreview/archives/2000/3/taz8.pdf> (pristup: 4. 12. 2013.).

poslodavca. Dalje navodi da je, kada je riječ o neophodnosti uvođenja takvih mjera, bitno sagledati i koliko je ta mjera diskriminatorna, odnosno da li se isto odnosi na sve.<sup>40</sup> U ovom slučaju, moguće je tvrditi da ovakvi propisi diskriminiraju na osnovu religije jer su jedino oštećene muslimanke.

### Novije zabrane pokrivanja muslimanki u Evropi i njihove implikacije

Pokrivanje muslimanki kao vjerski propis potpada pod pravo na slobodu vjere i njegovo ograničenje trebalo bi biti moguće jedino uz ispunjavanje kriterija za to navedenih u međunarodnim pravnim dokumentima. Međutim, u praksi je situacija drugačija. Kako se ovaj rad fokusira na novije propise koji dovode do zabrane pokrivanja muslimankama na Zapadu, drugi propisi koji drugdje u svijetu utječu na (ne)pokrivanje muslimanki neće biti razmatrani. Danas brojne evropske zemlje na ovaj ili onaj način onemogućavaju pokrivenim muslimankama rad i/ili školovanje, nekoliko zemalja nikako ne dozvoljava izlazak na ulicu muslimankama koje pokrivaju i lice. Nekoliko evropskih zemalja (ili njihovih pokrajina), na razne načine – putem državnih zakona, pokrajinskih zakona ili uredbi, uvele su propise koji onemogućavaju ženama sa maramom da rade ili da se školuju. Ovdje neću nabrajati sve zemlje ni zakone kojima se ovo zabranjuje, nego ću samo predstaviti nekoliko primjera koji ilustriraju okolnosti u kojima se ove zabrane donose, ali i opći sentiment koji postoji u Evropi u odnosu na ovo pitanje.

2004. godine u Francuskoj je usvojen zakon kojim se zabranjuju vjerski simboli u školama, čime je, *de facto*, ženama sa maramom onemogućen pristup obrazovnim institucijama, s obzirom na to da se ovaj vjerski propis primarno posmatrao kao simbol za (politički) islam. Zakon brani sva, i jevrejska, i kršćanska i druga vjerska obilježja, ali su njegove najveće žrtve muslimanke. Među posljednjim slučajevima zabrane po ovom zakonu je slučaj dviju muslimanskih djevojčica turskog porijekla koje su izbačene iz škole zbog toga što nisu željele skinuti maramu tokom časova tjelesnog odgoja. Evropski sud za ljudska prava krajem januara, 2014. donio je presudu u korist škole.<sup>41</sup>

40 Ibid.

41 "European Court Confirms Headscarf Ban in School No Violation to Rights", <http://www.hurriyet.com.tr/english/world/10507420.asp> (pristup: 22. 12. 2013.).

U Njemačkoj je slučaj Fereshte Ludin pokrenuo pitanje pokrivanja muslimanki. Ona je 2003. godine pokrenula slučaj jer joj je odbijeno radno mjesto nastavnice u saveznoj državi Baden-Württemberg zbog toga što nije željela skinuti hidžab. Federalni ustavni sud je presudio da njemačke savezne države imaju pravo zabraniti nošenje hidžaba nastavnom osoblju i drugim uposlenicama u javnim službama, ali samo putem federalnih zakona koje u tom trenutku država Baden-Württemberg još nije usvojila, pa se Ludin mogla vratiti na posao. Vrlo brzo nakon toga savezna država je usvojila taj zakon te je, u aprilu 2004. godine, Fereshti Ludin onemogućen rad. Od tada, od šesnaest saveznih država osam usvaja slične zakone. Od tih osam, u njih pet postoje izuzeci za kršćanska i jevrejska obilježja i simbole jer se "zapadne religije smatraju bitnim elementom njemačke kulture".<sup>42</sup> Time je npr. časnim sestrama<sup>43</sup> dozvoljen rad u školi, dok pokrivenim muslimankama nije dozvoljen. Tokom parlamentarne rasprave oko usvajanja zakona u pokrajini Nordrhein-Westfalen jedan parlamentarac je izjavio sljedeće: "Marama je u međuvremenu postala globalni simbol islamskog fundamentalizma. Ona se može smatrati političkim simbolom islamskog fundamentalizma koji predstavlja potpunu suprotnost vrijednostima zapadnog društva kao što su samoopredjeljenje ili emancipacija žena. (...) a prema federalnom ustavnom sudu (...) to ne zavisi od motiva iz kojih nastavnica nosi maramu nego od toga kako to roditelji i učenici razumijevaju."<sup>44</sup>

Ipak, dva su slučaja ključna za ovu temu. Oba su dospjela pred Evropski sud za ljudska prava<sup>45</sup> te i danas služe kao referenca za donošenje presuda po ovom pitanju. Prvi je slučaj učiteljice Lucije Dahlab, kojoj je švicarski Federalni sud u presudi naveo da njen izgled može utjecati na vjerska uvjerenja njenih učenika/ca, drugih učenika/ca ili roditelja učenika/ca, da stoga ne može raditi u školi te da

42 D. McGoldrick, *Human Rights and Religion*, str. 115.

43 Zanimljivo je da su njemačke časne sestre uzaludno ponavljale da njihova odora nije pitanje njemačke kulture i da jeste jasno vjerski inspirirana. Vidi: "Discrimination in the Name of Neutrality", <http://www.hrw.org/en/node/80829/section/2>, fusnota 112, str. 31 (pristup: 8. 12. 2013.).

44 Ibid.

45 Vidi: Carolyn Evans, "The 'Islamic Scarf' in the European Court of Human Rights", <http://www.law.unimelb.edu.au/files/dmfile/download89441.pdf> (pristup: 14. 12. 2013.).

je nošenje marame rodno neravnopravno. Sud u presudi navodi sljedeće: "Iako do tog trenutka nije bilo nikakvih žalbi učenika i roditelja, to ne znači da ona svojom pojavom nije utjecala na njih." U presudi se također navodi da "je teško pomiriti nošenje marame sa principom rodne ravnopravnosti".<sup>46</sup> Nakon ovoga, Dahlab se obraća Evropskom sudu za ljudska prava, koji u velikoj mjeri prihvata presudu izrečenu na državnom nivou i u odluci u slučaju *Dahlab protiv Švicarske* kaže: "U navedenim okolnostima, nemoguće je definitivno negirati to da nošenje marame može imati određeni prozelitirajući efekat, s obzirom na to da se čini da je ista nametnuta ženi propisima iz Kur'ana, koji su, kako je to Federalni sud naveo, teško pomirljivi sa principom rodne ravnopravnosti. Time se čini teškim za pomiriti nošenje islamske marame sa porukom tolerancije, poštivanja drugih i, iznad svega, jednakošću i nediskriminacijom koje svi nastavnici u demokratskim društvima moraju prenositi svojim učenicima."<sup>47</sup>

Drugi slučaj je slučaj *Şahin protiv Turske*, koji je pokrenula Turkinja Leyla Şahin zbog zabrane školovanja na Medicinskom fakultetu u Istanbulu.<sup>48</sup> Zabrana joj je izrečena zbog nošenja hidžaba.<sup>49</sup> Nakon što je izgubila slučaj na državnom turskom sudu, obratila se Evropskom sudu za ljudska prava. Između ostalog, Leyla Şahin je pred Vijećem Evropskog suda za ljudska prava navela da se njen izbor temelji na njenom vjerskom uvjerenju koje predstavlja najvažnije osnovno pravo koje joj omogućava pluralistička, liberalna demokratija. Također, da je ljudima nedvojbeno omogućeno da slobodno pristaju na granice koje sami smatraju ispravnima; da je nepravdno reći kako je nošenje islamske marame suprotno principima jednakopravnosti muškaraca i žena, s obzirom na to da sve religije imaju određeni

odjevni kodeks, a sve osobe slobodno biraju da li žele ili ne žele slijediti takav kodeks. Vijeće je, međutim, zaključilo – kao i u slučaju Dahlab protiv Švicarske – da se čini kako je "teško pomiriti nošenje islamske marame sa porukom tolerancije, poštivanja drugih i, iznad svega, jednakopravnošću i nediskriminacijom" te je donijelo presudu u kojoj se navodi da nije bilo kršenja navedenih prava. U ovom slučaju, sutkinja Tulkens nije bila saglasna sa odlukom ostalih 16 sudaca Vijeća. Ona je u svom izdvojenom mišljenju, u svojoj presudi, pod tačkama 11.–13., navela da "sloboda vjere znači da se svakome omogućava to pravo, bilo samom ili sa drugima, bilo javno ili privatno, pod dva uslova: da ne ugrožavaju prava i slobode drugih, i da ne narušavaju javnu bezbjednost, a u ovom slučaju ni jedan ni drugi uslov ne postoje (...). Tužiteljica, odrasla žena, studentica, rekla je – i ne postoji ništa što bi nas navelo na to da ona nije govorila istinu – da nosi maramu kao rezultat svoje slobodne volje. U odnosu na to, ne mogu da uvidim kako se principom rodne jednakopravnosti može pravdati zabrana jednoj ženi da to radi kada je, u odsustvu bilo kakvog suprotnog dokaza, vidljivo da je ona sama donijela tu odluku. Jednakopravnost i nediskriminacija su subjektivna prava koja moraju ostati pod kontrolom onih na čijem su raspolaganju."<sup>50</sup>

Ovo su samo neki od slučajeva koji tretiraju zabranu pokrivanja muslimanki na radnom mjestu ili u obrazovnoj instituciji. Ovaj rad ne ostavlja dovoljno prostora u kojem bismo mogli analizirati sve argumente i razloge kojima se pravda usvajanje ovakvih zakona, niti ovakvo tumačenje Evropske konvencije o ljudskim pravima i slobodama, prema kojoj se pravo na slobodu misli, savjesti i vjere može ograničiti samo onda kada je to propisano zakonom i neophodno u demokratskom društvu "u interesu javne bezbjednosti, zaštite javnog reda, zdravlja ili morala, ili zaštite prava i sloboda drugih" (član 9.) i niti jedan od tih kriterija ne navodi se kao razlog za uvođenje ovakvih zabrana. Argumenti koji se koriste protiv dozvoljavanja pokrivenim muslimankama da se zapošljavaju i školuju pod hidžabom, kako smo dijelom vidjeli iz iznesenih stavova i presuda, jesu da se hidžab smatra "političkim simbolom islamskog fundamentalizma" te "nečim što je u potpunosti suprotnosti sa vrijednostima zapadnog društva" poput

46 D. McGoldrick, *Human Rights and Religion*, str. 125.

47 Presuda "Dahlab v. Switzerland", [http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-22643#{"itemid":\["001-22643"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-22643#{) (pristup: 8. 12. 2013.).

48 Presuda "Şahin v. Turkey", [http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-70956#{"itemid":\["001-70956"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-70956#{) (pristup: 22. 12. 2013.).

49 Situacija u Turskoj, u odnosu na zabranu nošenje hidžaba tokom školovanja i rada, promijenila se s dolaskom na vlast premijera Recepta Tayyipa Erdoğan te je krajem 2013. i zvanično usvojen paket mjera koji, između ostalog, dozvoljava školovanje i rad pod maramom. Vidi: "Turska: Marame u parlamentu nakon 14 godina", <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/turska-marame-u-parlamentu-nakon-14-godina>.

50 Presuda "Şahin v. Turkey".

"tolerancije ili poštivanja drugih", i to "bez obzira na motiv zbog kojeg ga žena nosi". Evropski sud za ljudska prava je – nakon što su i Dahlab i Şahin navele da iz svog ličnog uvjerenja nose maramu i da nisu do sada imale bilo kakvih problema niti žalbi kolega ili roditelja u vezi sa tim – u presudi naveo da nalazi kako je "teško pomiriti nošenje islamske marame sa porukom tolerancije, poštivanja drugih i, iznad svega, jednakopravnošću i nediskriminacijom". Njenu prirodu jednog prvenstveno vjerskog propisa zanemaruje se i posmatra ju se kao simbol za cjelokupno muslimansko biće koje, predrasudno posmatrano, nije tolerantno, ne vjeruje u jednakopravnost žena i muškaraca, niti može biti neutralno.

U analizi presuda Evropskog suda za ljudska prava o slučajevima Şahin i Dahlab, Carolyn Evans, profesorica pri Centru za uporedne ustavne studije Pravnog fakulteta Univerziteta u Melbourneu, nalazi da su presude uslovljene (zapadnim) stereotipima o islamu i muslimanima/kama, i to konkretno sa dva međusobno suprotstavljena stereotipa. Prvi je onaj o ženi kao žrtvi opresivne religije i koju je stoga potrebno spasiti od nasilnih muškaraca jer nije u stanju da se sama zaštiti od toga. To je vidljivo iz dijelova presuda u kojima Sud navodi da pokrivanje nije u skladu sa rodnom ravnopravnošću te da država treba djelovati u pravcu spašavanja tih žena. Drugi stereotip koji se primjećuje u presudama je onaj o muslimankama kao agresivnim fundamentalistkinjama koje svoje vrijednosti nameću svim ljudima bez razlike i obzira. To je vidljivo iz dijelova presuda u kojima Sud govori o prozelitizmu, netoleranciji i poštivanju drugih. Tu je pokrivena žena inherentno i jednoznačno posvećena promicanju i nametanju svojih stavova do te mjere da se čak i učiteljica koja nikada nije pomenula riječ "islam" u učionici ispostavlja kao opasna propagatorica islama, pa je treba ukloniti iz škole jer su vrijednosti koje bi ona mogla prenijeti netolerantne, diskriminatorne i prijetnja su sekularnom sistemu.<sup>51</sup> Ova dva stereotipa kojima se koristi Sud prisutna su i u popularnoj političkoj kulturi u kojoj se koriste bez uviđanja da su jedan drugom kontradiktorni. Istovremeno se za iste žene (npr. Şahin i Dahlab) smatra da su potlačene, pasivne žrtve rodne neravnopravnosti, ali i opasne fundamentalistkinje koje su prijetnja državnoj stabilnosti jer posjeduju takvu

51 Vidi: C. Evans, "The 'Islamic Scarf' in the European Court of Human Rights".

snagu da i samo njihovo prisustvo ima efekat opasnog prozelitizma.

U cijeloj ovoj debati posebno mjesto zaslužuje analiza stavova muslimanki koje se pokrivaju. Iako je većina ovih žena izjavljivala tokom suđenja da maramu nose iz ličnog uvjerenja i da je to dio njihove religioznosti te da navedeni argumenti nisu ispravni, iz presuda se iščitava da se ta njihova svjedočenja nisu uzimala u obzir. Human Rights Watch<sup>52</sup> je za izvještaj o zabrani nošenja marame u Njemačkoj intervjuirao broje oštećene strane koje su bile voljne pristati na kompromis i razmotriti alternativne vidove pokrivanja (npr. velike šešire, netipične načine motanja/stavljanja marame) koji bi im omogućili da poštuju svoje vjersko opredjeljenje. Neke žene pristajale su i na najmaštovitije kompromise, ali ni sud ni poslodavac nisu željeli prihvatiti alternativna rješenja. Maryam Brigitte Weiß ponudila je da veže maramu u stilu Grace Kelly. Druge žene nudile su da nose beretku ili neki drugi vid pokrivala za glavu. Izvještaj Sare Silvestri<sup>53</sup> pokazuje da su evropske muslimanke prilično integrirane u evropsko društvo, te da žele iste stvari koje žele druge građanke Evrope: "da ih se poštuje kao pojedinke, da žive u mirnoj, pravnoj državi, da imaju solidno obrazovanje, normalan posao..." François Gaspard i Farhad Khosrokhavar su u svom istraživanju, provedenom među mladim francuskim muslimankama, zaključili da one vide hidžab kao autonomni izraz svoga identiteta, a ne kao bilo kakvu dominaciju.<sup>54</sup> Specijalna izvišteljica UN-a, nakon posjete Francuskoj u septembru 2005. godine, navodi da ovakvi zakoni krše pravo onih djevojaka koje samostalno biraju da nose hidžab u sklopu svog vjerskog ubjeđenja: "Smatram da direktne, a posebno indirektno posljedice ovog zakona nisu dovoljno sagledane. Bilo je dosta slučajeva zloupotrebe ovih propisa i najčešće su dovodili do poniženja mladih muslimanki. Takva poniženja mogu samo voditi radikalizaciji oštećenih osoba i osoba povezanih sa njima".<sup>55</sup> U svim debatama i izvještajima vidljivo je da pokrivene žene nisu

52 Vidi: "Discrimination in the Name of Neutrality".

53 Vidi: "Europe's Muslim Women: Potential, Aspirations and Challenges", [http://www.kbs-frb.be/uploadedfiles/kbs-frb/3%29\\_publications/pub\\_1846\\_muslimwomen\\_03.pdf](http://www.kbs-frb.be/uploadedfiles/kbs-frb/3%29_publications/pub_1846_muslimwomen_03.pdf) (pristup: 29. 12. 2013.).

54 Vidi: D. McGoldrick, *Human Rights and Religion*, str. 61.

55 "Extracts from the Annual Reports 2006 and 2007 of the Special Rapporteur on Freedom of Religion or Belief, Asma Jahangir".



uopće (bile) uključene u razmatranja ovog pitanja te da se njihov stav ne uzima u obzir.

### Zaključak

U radu sam pokušala ukratko prezentirati značenje pokrivanja muslimanki u islamu, kao i raznorodna tumačenja prisutna u unutarmuslimanskom razumijevanju ovog propisa. Također sam predstavila mjesto koje ovaj islamski propis zauzima unutar međunarodnog okvira za zaštitu slobode vjere, savjesti i misli te ukazala na nekoliko slučajeva kroz koje je moguće uvidjeti okolnosti i sentiment koji vlada na Zapadu u odnosu na ovaj fenomen.

Kada se na kraju, u pokušaju zaključka, sve rečeno stavi u jedan širi geopolitički kontekst, u kome Huntingtonova teza o sukobu civilizacija i orijentalističke interpretacije odnosa Zapada i islama trenutno veoma podatno koriste svjetskim moćnicima, kontekst u kome se trenutno propituje uspješnost evropskih integracijskih modela, u kome evropski građani sa imigrantskim (i često muslimanskim porijeklom) traže status punopravnih građana sa svojim religijsko-kulturalnim specifičnostima, i u kome evropska desnica sve više dobija na popularnosti i švicarski referendum zabranjuje izgradnju minareta, ovakva situacija u vezi sa zabranama pokrivanja muslimanki i ne treba da čudi previše, kao ni argumenti koji se navode njoj u prilog. Zakonima koji zabranjuju pokrivenim muslimankama da se školuju ili rade neće se riješiti problemi potencijalne rodne neravnopravnosti, problemi neintegriteta, problemi pristrasnosti ili prijetnje sigurnosti. Čak i tamo gdje pokrivanje možda jeste indikator rodne neravnopravnosti ili stanovite potlačenosti, zabranom školovanja i rada se tim ženama neće olakšati put ka emancipaciji i većoj integraciji; upravo suprotno, ostatak će uskraćene za obrazovanje i mogućnost samostalnog donošenja odluka o svom životu. Uz to, ničim se ne garantira da ona žena koja nije pokrivena (ili koja nije muslimanka) zaista uživa blagodati rodne ravnopravnosti, čemu u prilog govore visoke stope rodno zasnovanog nasilja, diskriminacija žena na tržištu rada i objektivacija žena u razvijenim demokratskim zemljama. Tamo gdje se sumnja na pristrasnost pokrivenih muslimanaka, treba ju podvrgnuti discipliniranim procedurama, kao i svakoga drugoga ko nesavjesno obavlja svoj posao; tamo gdje postoje određeni sigurnosni rizici, treba usvojiti pravila koja u proporciji sa sigurnosnim zahtjevima osiguravaju da se svaka osoba uz

poštivanje njenog punog dostojanstva podvrgne sigurnosnim procedurama.

Zakoni kojima se uvode ove zabrane, kao i presude evropskih sudova, pa i Evropskog suda za ljudska prava, naprosto ukazuju na to da je opće mnijenje takvo da se islam i muslimane/ke u Zapadnoj Evropi i dalje posmatra "kroz prizmu islama kao statične, monolitne, nazadne doktrine koja objašnjava i određuje njihovo ponašanje".<sup>56</sup> Dokaz za to su i ranije navedeni stavovi iz istraživanja u kojima muslimanke jasno i nedvosmisleno govore o svom izboru, svom evropskom, ali i religijskom identitetu, te o želji za školovanjem i zapošljavanjem. No, takvi stavovi naprosto ostaju na marginama. Kako jedna muslimanska aktivistkinja iz Francuske navodi: "Nikome nismo smetale dok smo čistile. Otkada radimo kao doktorice, smetamo."<sup>57</sup> U svojoj slijepoj borbi ovi/e donosioci/teljice odluka ne uviđaju da se bore protiv žena koje se obrazuju, zapošljavaju, integriraju i žele graditi zajedničku evropsku budućnost sa svim drugim ljudima u društvu. Jedna žena tako navodi: "Ja sam čist primjer integracije (...), izlazim, borim se za posao, završila sam studij, nisam se mlada udala, tek nakon što sam završila fakultet (...), sama sam odabrala svog supruga, niko me nije ni na šta prisilio (...). Niko me nije natjerao da stavim maramu – ja sam praktično primjer žene kakav oni žele. (...) Veoma je tužno kada vas neko identificira sa nekom slikom koju serviraju mediji. Ja ne poznajem tu ženu za koju me oni smatraju."<sup>58</sup>

Ove žene trebale bi poslužiti kao premosnica, poveznica, dokaz da "jedinstvo u različitosti" nije samo isprazni slogan Evropske unije, već stvarni i jedini put kojim je moguće ići dalje. U protivnom, muslimanske zajednice nastaviti će primati poruke o svojoj nepoželjnosti, proces dezintegracije i getoizacije društva će se nastaviti, što će ostavljati samo još više prostora za frustraciju, sukobe i radikalizaciju, a to u konačnici nikome neće donijeti ništa dobro.

56 K. Bullock, *Rethinking Muslim Women and the Veil*, str. xviii.

57 Razgovor sa Nourom Ben Hamouda, predsjednicom Evropskog foruma muslimanki, 12. 6. 2012.

58 "Discrimination in the Name of Neutrality".



Izlaganje će ponuditi prikaz i interpreta-ciju odjevnih (modnih) trendova povezanih s politikom i političarima na globalnoj razini, naglašavajući pritom nekoliko konteksta koji se čine važnima. Na prvoj se razini analize nameće semiotičko-semantička dimenzija modnih izričaja nekih reprezentativnih političkih uzoraka (primjerice stilska osebnost donedavnog libijskog predsjednika Gaddafija), te diktat odjevne normativnosti s ciljem praktične manifestacije ideološko-političke neprijepornosti (na primjer Sjeverna Koreja). No, za potpuniju su kontekstualizaciju također neodvojivo važne sekundarne razine interpretacije koje uključuju problem medijske konstrukcije i reprezentacije modno-stilskih diskursa povezanih s političarima i politikom. Radi se o pitanjima koja se neposredno dotiču širih trendova spektakularno-tabloidnih tendencija u medijima, kao i općega trenda tzv. selebrizacije koja ni polje politike ne ostavlja netaknutim, te sa time povezanu aktualnu krizu klasičnoga/tradicionalnoga poimanja politike i političkoga djelovanja.

---

"Fashion is not something that exists in dresses only. Fashion is in the sky, in the street; fashion has to do with ideas, the way we live, what is happening."

(Coco Chanel)

Uvodni novinarski prilog: "Novinarima je priznala da je dugo razmišljala što odjenuti kako se prema odjeći ne bi nagađalo s kime će koalirati".

Izjava protagonistice (Angela Merkel, dan nakon osvajanja trećeg uzastupnog mandata za kancelarku Njemačke): "Možda nećete vjerovati, ali jutros sam stala ispred ormara i razmišljala: ne mogu obući crveno, ni zeleno i odlučila odjenuti nešto vrlo neutralno".

(Prilog centralnog dnevnika HRT-a, emitiran 23. 9. 2013. u 19.30 sati)

## Uvod

Gore navedeni citati ukazuju na potencijalnu povezanost po pitanju poimanja mode, odijevanja i njihove simboličke funkcije od strane dviju teško povezivih povijesnih ličnosti koje progovaraju iz različitih historijskih, političkih, ekonomskih, društvenih i kulturnih konteksta, ali se u ovom slučaju susreću upravo na primjeru mode i odjevnih praksi kao seta niza fenomena koji traže ponešto kompleksniju raz-

radu. I dok će Coco Chanel, jedna od najvećih ikona modnog dizajna ikad, navedenom mišlju ukazati na složenu narav sustava mode, njezinu polivalentnost koja seže onkraj pukih odjevnih trendova, izjava trenutno najmoćnije europske političarke, Angele Merkel, plastično simbolizira primjerenost i potvrdu Chaneline vizije u desetljećima koja će uslijediti nakon nje: u epohi uznapredovale komodifikacije "svega i svih", odnosno tržišno konstruiranog i so-

cijalno realiziranog svijeta spektakla s kraja 20. i početka 21. stoljeća, niti jedno društveno polje, pa tako ni visoka politika, ne može ostati izolirano od utjecaja spektaklom definirane ideološke matrice. Odjevno-stilske izričaje unutar društvenih sfera poput politike, sve određeno i uokvirano hegemonomijom estradnih, tabloidno-senzacionalističkih medijskih narativa, treba promatrati i analizirati kao simptom širih društvenih, pa i političko-ekonomskih trendova "duha vremena". Radi se o epohi koja inauguriira spektakl ne samo kao formu karakterističnu za industriju zabavljачke kulture, kako bi se to zdravorazumski moglo pogrešno zaključiti, već o spektaklu koji je postao "jedno od načela organizacije u ekonomiji, politici, društvu i svakodnevnom životu".<sup>1</sup> Potrebno se, dakle, ponovno prisjetiti Guya Deborda i ustvrditi primjerenost njegove – već u šezdesetim godinama prošlog stoljeća zapisane – teze da kultura, a samim time i politika, "koja je postala u potpunosti robom mora postati vrhunskom robom društva spektakla".<sup>2</sup>

### Teorijska ishodišta problema

Uvodni dio teksta nastojao je otvoriti perspektivu za uvid koji je *condicio sine qua non* svih suvremenih proučavanja fenomenâ mode i s tim povezanih praksi: onog trenutka kad je postalo jasno kako je u funkciji odjeće i odijevanja nešto više od njihovih uporabnih dimenzija zaštite i prikrivanja, postao je moguć istraživački interes za modu kao kompleksniji sustav simboličke razmjene u konstruiranju značenjâ. Time se otvorio niz problemskih pitanja poput pitanja: je li stil odijevanja doista indikativan znak putem kojeg je moguće iščitati niz društveno-povijesnih značenja, odjeće kao simbola moći, distinktivne kategorije razlikovanja među klasama i kulturama? Ili, primjerice, je li odjeća doista relevantan i znakovit pokazatelj duha nekog vremena i neke epohe?<sup>3</sup> Iako kroničari i povjesničari prve znakove mode – u značenju kakvo modi i danas, u najširem smislu, pridajemo, a to je onda "kada odijevanje postaje odrazom, brzo promjenljivim, stanja duha, nadahnuća, napuštajući svoju zadaću održavanja društvene tradicije koje je snaga bila u

nepromjenljivosti" (Butazzi)<sup>4</sup> – smještaju u vrijeme rane renesanse, to jest u sredinu 14. stoljeća, te ih vezuju uz rani talijanski humanizam, na prva proučavanja mode u strukturalističko-semiotičkom ključu morat ćemo pričekati sve do druge polovice 20. stoljeća. Radi se o epistemološkom obratu u poimanju strukture odjernih predmeta i manifestaciji njihova značenja kao cirkulirajućih društvenih znakova na način kako je to definirao i dekonstruirao Roland Barthes u prijelomnom djelu za ovu temu, *Sistem mode (System de la Mode, 1967.)*. Takav epistemološki obrat u društvenim i humanističkim znanostima, počevši s promjenom lingvističke paradigme Ferdinanda de Saussurea, bitno će odrediti i sva kasnija istraživanja spomenute teme.

Kontekstualizacija naznačenog problema u teorijskom ključu ukazuje na potrebu da se, barem paušalno, osvrnemo na početke, to jest starije, klasičnije teorije mode. To nas upućuje na Georga Simmela koji je u razdoblju visoke moderne, krajem 19. i početkom 20. stoljeća (tzv. *fin de siècle*), definirao nekoliko uporabnih konteksta mode koji i danas, naravno u ponešto revidiranim formama, mogu biti korisni za razradu fenomena. Prvi je kontekst razvidan kroz Simmelov poznati tekst "Moda"<sup>5</sup> u kojemu je naglašena klasno-društvena dimenzija mode, odnosno forma mode u funkciji stremjenja k višoj klasi, povezivanja s vlastitom klasom i težnje za razlikovanjem od niže klase. Nije teško primijetiti kako ovakvo tumačenje sadržajno i vremenski koincidira s tradicijom samih početaka socioloških proučavanja mode i srodnih fenomena poput dokolice, potrošačke kulture i slično, započevši sa znamenitom studijom Thorsteina Veblena *Teorija dokoličarske klase (The Theory of the Leisure*

1 Douglas Kellner, "Medijska kultura i trijumf spektakla", *Europski glasnik* (13/2008), str. 261.

2 Guy Debord, *Društvo spektakla*. Arkzin, Zagreb 1999., str. 153.

3 Vidi: François-Marie Grau, *Povijest odijevanja*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2008.

4 Mirna Cvitan-Černelić, Djurdja Bartlett, Ante Tončić Vladislavić (ur.), *Moda. Povijest, sociologija i teorija mode*. Školska knjiga, Zagreb 2002., str. 51.

5 Esej "Die Mode" ("Moda") dio je Simmelove knjige *Philosophische Kultur (Filozofijska kultura)* koja je izašla u dva izdanja (1911. i 1919. godine), te predstavlja revidiranu verziju članka "Philosophie der Mode" ("Filozofija mode") koji je izašao u časopisu *Moderne Zeitfragen* 1905. godine. Engleska verzija ovog članka ("Fashion") objavljena je 1904. u časopisu *International Quarterly*. Prijevod ovog teksta na hrvatski jezik, kao i brojnih drugih Simmelovih eseja, moguće je pronaći u: Georg Simmel, *Kontrapunkti kulture*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2001. – Simmel je pak svoj prvi članak o modi objavio još 1895. godine pod naslovom "Zur Psychologie der Mode" ("O psihologiji mode").

Class, 1899.). Drugi kontekst, vrlo srodan prvome, formu mode određuje kao istovremenu želju za društvenom imitacijom i individualnim izdvajanjem, to jest povezivanjem i razlikovanjem unutar iste grupe. I kao treće, Simmelov esej "Velegradovi i duhovni život", iz 1903. godine, nudi svojevrsnu organizacijsku perspektivu u definiranju forme mode. Moda, smatra Simmel, u brzini smjenjivanja svojih ciklusa predstavlja i svojevrsan odgovor na intenzifikaciju živčanoga života, odnosno na brzinu smjenjivanja dojmova i osjećaja vremena u urbanoj vrevi velegradске svakodnevice.<sup>6</sup>

No, za naznačeni problemski motiv ove rasprave svakako su primjereniji pristupi proučavanju mode Jeana Baudrillarda koji izrasta na nasljeđu spomenutog de Saussureovog strukturalističkog obrata u društvenim i humanističkim znanostima. S Baudrillardom, naime, u optjecaj ulaze teorijsko-analička oruđa kodnih reprezentacija, znaka, simulacije i simulakruma. Ovaj teoretičar u formi smjenjivanja mode vidi prije svega princip rada koda, koji je, prvenstveno zahvaljujući dominaciji medijski konstruirane slike svijeta, zahvatio društvo u cjelini. Posljedica je, prema Baudrillardu, dvostruka: uspostava poretka simulakruma koji on razumije kao četvrti stadij slike koja više nema svoju vlastitu referencu, original na koji se poziva, te posljedična zbilja hiperrealnosti kao slijeda autoreferencijalnih znakova ili slika.<sup>7</sup> 1976. godine Baudrillard je objavio knjigu *Simbolička razmjena i smrt (L'échange symbolique et la mort)*, koju mnogi Baudrillardovi kritičari smatraju njegovom posljednjom "pravom" knjigom, aludirajući time na njegov pojačan interes za naznačena pitanja simulacije, koda, simulakruma, hiperrealnosti, itd., do kojeg dolazi početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća. Tim se pomakom, shodno ovim kritikama, Baudrillard udaljava od znanstveno-analičkog i teorijskog proučavanja, te ulazi u sferu gotovo distopijske znanstvene fantastike.<sup>8</sup> "Baudrillard je sebi postavio zadatak teo-

rijski istražiti postoji li ijedna praksa ili forma koja se može suprotstaviti dominaciji koda, odnosno sustavu simulacije te je došao do zaključka da je to jedino moguće kroz formu reverzibilnosti simboličke razmjene ili pak smrti. Forma reverzibilnosti posve je izbačena iz sustava zapadnih društava i upravo se na tome temelji moć koda."<sup>9</sup> S tim u vezi, Baudrillard piše i o "kraju društvenoga", što je posljedica vladavine masa koje s medijima sačinjavaju jedan te isti simulacijski proces, čime se upisuje u niz autora iz druge polovice 20. stoljeća koji naznačuju raznorazne krajeve.<sup>10</sup>

Nadovezujući se na zadnje reference vezano za Baudrillarda, a aplicirajući naznačene teorijske koncepte na primjere koji slijede, moguće je napraviti iskorak u tekstu sa sljedećim pitanjem: ne ulazeći u daljnju problematizaciju ovih i onih krajeva (povijesti, ideologije, društvenoga, političkoga...), je li uopće ikada i bilo povijesti, ideologije, društvenoga i političkoga izvan strukturalnih, bazičnih kontura ekonomsko-političkih poredaka proizvodnje znakovno-kodnih, u ovome slučaju odjevno-modnih, poređaka realiteta? Nasuprot Baudrillardovim kritikama klasičnog marksizma – koje se tiču, prema njegovu mišljenju, promašenog naglaska klasične ortodokсне marksističke paradigme koja svoju analizu usmjerava na uvjete proizvodnje, te problematična pitanja tržišta i uporabno-razmjenske vrijednosti proizvoda, naglasak, kaže Baudrillard, nije više na razmjenskoj nego na znakovnoj vrijednosti proizvoda – pitanje se želi vratiti ishodištima: što ako

---

drillard je, pak, cijelu stvar popratio komentarom da su njegove teze u filmu krivo razumljene i interpretirane.

9 Leila Guberina, *Od društvene forme do neljudskog koda: Georg Simmel i Jean Baudrillard o modi* (diplomski rad). Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu (Odsjek za sociologiju), Zagreb 2012., str. 30.

10 Pored već poslovične reference na ovu temu, Fukuyaminog "kraja povijesti" s početka devedesetih godina 20. stoljeća, kojim se željela trijumfalno naznačiti konačna pobjeda modela liberalno-demokratskog kapitalizma s okončanjem tzv. hladnog rata, treba se prisjetiti i teze Daniela Bella o "kraju ideologija" sa samog početka šezdesetih godina prošlog stoljeća. Ovo je pak povezano s recentnijim tvrdnjama o "kraju političkoga" stoga što se nema više koga zastupati, postoji samo "medijski konstruirani referent 'tihe većine' javnoga mnijenja, čije postojanje nije društveno nego statističko" (Richard G. Smith *jur.*, *The Baudrillard Dictionary*. Edinburgh University Press, Edinburgh 2010., str. 207).

6 Vidi: G. Simmel, *Kontrapunkti kulture*.

7 Vidi: Jean Baudrillard, *Simulakrumi i simulacija*. Biblioteka Psefizma, Karlovac 2001.

8 Indikativno je, u ovom kontekstu, prisjetiti se činjenice da su autori jednog od najpoznatijih suvremenih znanstvenofantastičnih filmova, trilogije *Matrix*, Lana i Andy Wachowski, otvorenim filmskim referencama na *Simulaciju i simulakrum*, Baudrillardovu knjigu iz 1981. godine, odali svojevrsan *hommage* ovom francuskom teoretičaru. Bau-



Slika 1. Muammar Gaddafi

je sustav znakovne vrijednosti proizvoda, koda i poretka simulakruma ne samo puki simbolički odraz, već upravo autentični oblik bazične produkcije političko-ekonomskih uvjeta proizvodnje ideoloških i materijalnih vrijednosti, to jest hegemonijskog poretka suplementarnih odnosa vlasti i moći, diktatorskih ovlasti i autokratizma, novca? Takav pristup srodan je kulturalno-studijskom poimanju ideologije (posebice kod Stuarta Halla, naslanjajući se na tradiciju Gramscija i Althussera) koja, u ključu neomarksističke kritike klasične marksističke podjele na bazu i nadgradnju, i u sferi tzv. nadgradnje, a posebice ideologije, vidi manifestaciju bazičnih političko-ekonomskih vrijednosti.

### Razrada fenomena

Tekst želi ponuditi prikaz i interpretaciju odjevnih (modnih) trendova povezanih s ideologijom, politikom i medijima na globalnoj razini, naglašavajući pritom nekoliko konteksta koji se čine važnim. Na prvoj se razini analize nameće semiotičko-semantička dimenzija modnih izričaja nekih reprezentativnih političkih uzoraka. Svima nam je, primjerice, još uvijek u sjećanju stilsko-odjevna osebnost donedavnog libijskog predsjednika Gaddafija (*slika 1*), koja je, bez obzira je li se radilo o Samitu afričkih nacija, dočekivanju visokih svjetskih dužnosnika u Libiji ili posjetama drugim zemljama, uvijek sa sobom (do)nosila dozu prepoznatljive ekstravagancije kao simboličke poruke o neupitnoj uvjerenosti u vlastitu moć i snagu samoproglašenog lidera Afrike.

U srodnom je ključu moguće iščitavati i sjevernokorejski diktat odjevne normativnosti (neo)maoističkog tipa, brižno njegovane u vladajućoj dinastiji Kim, sve s ciljem odašiljanja jasne poruke narodu o navodnoj ideološko-političkoj nepriepornosti koja se manifestira i kroz jednostavnost modnoga stila (*slika 2*). 2010. godine je agencija France Press izvijestila da je kaki odijelo, sada već pokojnog "velikog vođe" Kim Jong-ila, uz njegov dosljedan i nepromjenjiv stilski izričaj (frizura, naočale, cipele...), postalo pravi modni trend u međunarodnim okvirima.

U smislu odjevno-stilskog reprezentiranja leaderske osobnosti i svojevrsne simbolizacije kulta ličnosti, treba se prisjetiti i donedavnog egipatskog predsjednika Hosnija Mubaraka za kojeg se ustvrdilo da je nosio odijela s prugama koje su bile izvezene od njegovog vlastitog imena.<sup>11</sup>

Za potpuniju su obradu također važne i razine interpretacije koje uključuju problem medijske konstrukcije i reprezentacije modno-stilskih diskursa povezanih s političarima i politikom u smislu njihova šireg kontekstualiziranja. Radi se o pitanjima koja se neposredno tiču širih trendova spektakularno-tabloidnih tendencija u medijima, kao i općeg trenda tzv. selebritizacije koja ni polje politike ne ostavlja netaknutim, te s tim povezane aktualne krize klasičnog/tradicionalnog poimanja politike i

<sup>11</sup> Izvor: *Daily Mail Online*, 4. 3. 2011.



Slika 2. Kim Jon-il



Slika 3. Carla Bruni i Nicolas Sarkozy

političkog djelovanja. Svjedočimo direktnom sudonosu političkih figura moći, medijskih narativa u konstrukciji društvene zbilje i modne ekonomije spektakla. Primjera ovog tipa doista ne nedostaje. Takav je slučaj medijskih obrada intimne veze bivšeg francuskog predsjednika Nicolasa Sarkozyja i estradne pjevačke zvijezde Carle Bruni (slika 3). Od samoga su početka popunjavali medijski prostor pikantnim detaljima svog odnosa, a Sarkozyjeve su se službene posjete inozemstvu medijski redovito pratile i kroz prizmu "života na visokoj nozi", u rubrikama namijenjenim "selebritijima".

Nenadmašan je primjer donedavnog talijanskog premijera Silvija Berlusconi (slika 4), to jest poplava medijskih naracija (čak i u onim medijima koji su u Berlusconijevom vlasništvu!) o Berlusconijevom intimnom i seksualnom životu, aferama i orgijama s maloljetnim prostitutkama, što je idealan sadržajni obol profitnom interesu reklamne industrije, unosnom marketinško-medijskom poslovanju i privlačenju publike, a potom i oglašivača.

Ili, recimo, opsežne medijske "rasprave" o torzu ruskog predsjednika Vladimira Putina (slika 5) i njegovim lovačkim trofejima, pri čemu u sjenci os-

taju očigledno politički montirani procesi zatiranja demokratskih sloboda javnog djelovanja i govorenja u današnjoj Rusiji.<sup>12</sup>

Nakon nekoliko navedenih primjera medijskih reprezentacija stilsko-modnih vizura političara, u raspravu je moguće, ali i potrebno, uključiti nešto kompleksnija pitanja ideoloških dimenzija fenomena stila, mode, odijevanja, koji reprezentiraju i ukazuju na više od pukog igrivog sklopa znakova, kodova i medijskih narativa kojima su oblikovani modno-stilistički diskursi. Sa čime smo, primjerice, suočeni kada svjedočimo selefijskom odjevnom stilu u islamu, čijom je praksom, prema nekim informacijama, moguće ostvariti sasvim pristojne stipendije koje dodjeljuju saudijskoarabijski kulturni centri u nizu zemalja?

Tomu srodan primjer je slučaj zabrane nošenja burki i hidžaba u Francuskoj, koja je stupila na snagu u travnju 2011. Rigorozan zakon, kojim se

<sup>12</sup> Za širi interpretativni uvid u spomenute, ali i neke druge, srodne primjere, vidi: Hajrudin Hromadžić, "Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti", *Politička misao*, god. 50 (2013), sv. 2, str. 60–74.)



Slika 4. Silvio Berlusconi

predviđa i kazna do 30.000 eura za muškarce koji tjeraju svoje supruge na nošenje burki i hidžaba, smjestio je Francusku, prema pisanju časopisa *Foreign Policy*, na nepopularnu listu pet država s najstriktnijim pravilima odjevnog koda (*dress code*). U Saudijskoj Arabiji, državi s vjerojatno najrigidnijom normativnošću po pitanju društveno prihvatljivih praksi ponašanja, nikab je, u svrhu skrivanja kože i tijela, obavezan dio ženskog odjevnog asortimana. U drugom vjerskom kontekstu, budističkom, kraljevina Butan propisuje drevni odjevni kod poznat kao *driglam namzha*, kojim se muškarci obavezuju na nošenje do koljena dugog ogrtača zvanog *gho*, dok se od žena zahtijeva kimono *kira*. U Africi, pak, u praksama odjevno-normativne restriktivnosti prednjači Sudan u kojemu je ženama zabranjeno pojavljivati se u javnosti u hlačama, dok muškarci riskiraju kaznu upotrijebe li *make up*.

No, već spomenuta Sjeverna Koreja na mnoge načine prednjači u regresivno-represivnim politikama ovog tipa. Tamo ne samo da nije, kao u slučaju Sudana, dozvoljeno ženama nositi traperice, kao i hlače općenito, već se službeno propisuje doličan tip frizura za žene i muškarce. Ženama je tako, s



Slika 5. Vladimir Putin

ciljem slabljenja zapadnjačkih stilskih utjecaja, ponuđeno na izbor 18 oficijelnih frizura, dok se od muškaraca traži redovito šišanje svakih petnaestak dana u svrhu održavanja duljine kose ispod pet centimetara. Ako za trenutak iskoračimo u povijesni kontekst, poznat je slučaj slavnog Huga Bossa koji je modnu karijeru započeo dizajnirajući upečatljive uniforme za nacističku vojsku u Njemačkoj u tridesetim godinama prošlog stoljeća, te je proširio svoj asortiman eksploatirajući besplatnu radnu snagu poljskih i francuskih logoraša tijekom Drugog svjetskog rata.

### Umjesto zaključka

Jednu je stvar važno uvijek iznova naglašavati. U navedenim primjerima nedvosmislene normativizacije stilsko-odjevnih i modno-životnih obrazaca ne radi se o pukim socijalno-kulturalnim refleksijama i medijskim reprezentacijama dominantnih hegemonijskih političko-ideoloških matrica. Takve interpretacije, naravno, ne vode nužno pogrešnim tumačenjima, ali su svakako nedostatne, pretjerano razumljive, "prvoloptaške", vode nas tek prema zdravorazumskim interpretacijskim čitanjima... Analiza bi trebala pokazati da se tu radi o praksama i matricama bazične materijalne produkcije u





Slika 6. Laibach

.....

produkciji ideologije. Umjesto opsežnih rasprava koje bi se o ovom problemu mogle otvoriti, dovoljno je, u cilju potkrepljivanja ove teze, prisjetiti se Laibacha (slika 6). Ono što nam ovaj slovenski bend s globalnim razmjerima svoga značaja, između ostalog, plastično uprizaruje jest odličan performativni zaokret u smjeru dekonstrukcije ideološke

dimenzije modne uniformnosti univerzalnog tipa totalitarnog poretka. U naglašeno stiliziranoj performativnoj proizvodnji ideologije, čime se ukazuje na svu njezinu snagu, Laibach podastire mamac neodoljivog šarma ideološkog zavođenja u vidu izvornog, izvrsnog i visoko estetiziranog scenskog performansa.



Aleksandar Pašagić

Kamgrad, Zagreb

"Nevjernik prve klase" – moderna vojna  
uniforma kao pozornica sukoba kultura

---

U ovome se radu analiziraju popularni "motivacijski našivci" (*morale patches*) – neslužbeni amblemi koji se, najčešće putem čičak površine, pričvršćuju na uniformu ili drugu opremu, osobito popularni među oružanim snagama Sjedinjenih Američkih Država. Kao "ratne boje" novoga doba njihova pretpostavljena svrha je višestruka: podizanje morala kroz određivanje vlastitoga identiteta pojmovima hrabrosti, snage i ponosa; određivanje vlastite pripadnosti američkom kolektivu; te provociranje protivnika. Sva tri se aspekta često ostvaruju vlastitim načelnim prihvaćanjem onih vrijednosti koje se percipiraju oprečnima naspram neprijatelja. Kroz prizmu čestih anti-islamskih slogana na tim našivcima istražuje se dublja problematika: pretvaranje percipiranog neprijatelja u generičkog predstavnika svoje religije i kulture, te produblјivanje sukoba kroz vizualnu manipulaciju simbolima koji predstavljaju ili vrijednosti suprotne od neprijateljskih ili ih direktno vrijeđaju. Zaključno, propituju se posljedice prihvaćanja takvog postupanja, kako na neposrednu uspješnost moderne vojne doktrine, tako i na međukulturalne odnose na općenitijoj razini.

---

## Uvod

Kada govorimo o uniformi modernih oružanih snaga, prvenstveno mislimo na odjevni predmet standardiziran i oblikovan sukladno strogim zahtjevima funkcionalnosti. Povijesno gledajući, jedna od funkcija uniforme bila je i diferencijacija unutar postrojbi u odnosu na namjenu pojedinih rodova i jedinica, kao i vertikalna diferencijacija po hijerarhiji. Takva diferencijacija bila je nužna za učinkovito manevriranje na bojištu; odsustvo modernih komunikacijskih sredstava nametalo je korištenje vizualne komunikacije kao primarno sredstvo upravljanja vojnicima u prirodno kaotičnom okruženju neposredne borbe. Istovremeno, vojna uniforma transcendirala je svoju strogo praktičnu svrhu, te je isticala status svog nositelja ne samo u kontekstu vojne hijerarhije, već i društvene hijerarhije općenito. Stoga su se paradne i praktične inačice uniformi malo razlikovale u kontekstu šarolikosti i ornamentalnosti.

Razvojem vatrenog oružja i povećanjem njegovog ubojitog dometa živopisnost uniforme postaje njezin nedostatak. Promijenjeni uvjeti na bojištu dovode do transformacije osnovnog tona uniforme od šarenog do zagasitog. Smanjuju se i razlike između uniformi pojedinih jedinica i zemalja, budući da su

svi vođeni istom težnjom – učiniti vojnika što težom metom. Funkcionalnost preuzima prioritet nad estetikom; uniforma za bojište više nije nalik paradnoj uniformi. Vojnik želi biti što neupadljiviji, što sličniji okruženju u kojem se nalazi. Časnici također ne žele vizualno odskakati od ostatka svoje jedinice i time privući neželjenu pažnju neprijatelja.

S druge strane, ostaje problem učinkovitog raspoznavanja na bojištu. Vojne operacije postaju složenije i masovnije, različite jedinice sve češće djeluju koordinirano, i vojnici se susreću sa suborcima koje osobno ne poznaju, čime se nameće pitanje kako raspoznati kojoj jedinici netko pripada i na kojem se mjestu u hijerarhijskoj ljestvici nalazi, a da se pritom ne ugrozi sigurnost pojedinaca. Jedno od rješenja tog problema, na koje ćemo se osvrnuti u ovom radu, dolazi u obliku ramenih oznaka.

## Ramene oznake

Prva američka vojna jedinica sa službeno odobrenom ramenom oznakom bila je 81. pješačka divizija, angažirana u operacijama na francuskoj bojišnici 1918. godine. Jedna od priča koja objašnjava porijeklo njihove oznake poziva se na činjenicu da je divizija, prije odlaska na bojište, prošla obuku u

Fort Jacksonu, mjestu kroz koje protječe Wildcat Creek, te su vojnici usvojili siluetu divlje mačke (eng. *wildcat*) kao svoj amblem.<sup>1</sup> Druga priča tvrdi da je divlja mačka izabrana kao simbol države iz koje je potjecao najveći broj vojnika u toj diviziji.<sup>2</sup> Kružnom površinom amblema dominirala je crna reducirana silueta divlje mačke na maslinasto zelenoj jednobojnoj podlozi. Praksa je inicijalno naišla na neodobranje vojnika iz drugih jedinica, no kao odgovor na takva negodovanja general John J. Pershing službeno je potvrdio inicijativu 81. pješačke divizije, te je predložio da i druge divizije odaberu vlastite oznake. Do Drugog svjetskog rata sve više jedinica u američkoj vojsci imalo je svoje jedinstvene ramene oznake, od kojih su mnoge simbolično evocirale događaje vezane za specifičnosti nastanka ili povijesti te jedinice.

Danas su službene oznake jedinica američke vojske strogo definirane i prolaze kroz rigorozan hijerarhijski proces prije dobivanja odobrenja za upotrebu. TIOH (The Institute of Heraldry), kao službeno tijelo s korijenima koji sežu do 1919. godine,<sup>3</sup> čuva precizne specifikacije za sve službene odobrene ramene oznake unutar oružanih snaga Sjedinjenih Američkih Država.

Službene ramene oznake predmeti su nabijeni snažnim emocijama. Prema izjavama nekih nositelja, one služe kao spona s tradicijom jedinice u kojoj je vojnik služio i vojnom tradicijom općenito, te ga ispunjavaju ponosom.<sup>4</sup> Služe promicanju kolektivnog duha, osjećaja povezanosti s manjom skupinom ljudi koji dijele nesvakidašnju vezu;<sup>5</sup> ponosni nositelji nerijetko ih uspoređuju s obiteljskim fotografijama. Nošenje tih oznaka mora se zaslužiti;<sup>6</sup>

veterani na bilo kakvu praksu koja odstupa od toga gledaju s neskrivenom odbojnošću. Specifična ramena oznaka, poput pripadnosti vojne jedinice u kojoj su služili, za mnoge je dio osobnog identiteta koji odbijaju dijeliti s osobama izvan te ekskluzivne zajednice.

### Nestandardne ramene oznake

Radi praktičnosti i ekonomičnosti proizvodnje, ramene oznake u oružanim snagama SAD-a danas se uglavnom pričvršćuju "čičak-trakom".<sup>7</sup> Takav način ostavlja prostora vojnicima za samoinicijativno dodavanje nestandardnih oznaka, poznatih pod popularnim imenom 'morale patches', što ćemo za potrebe ovog rada prevoditi kao 'motivacijski našivci'. Službeniji termin, koji će se naizmjenično koristiti, bit će 'nestandardne ramene oznake' (NRO).

*Motivacijski našivci* proizvod su civilne komercijalne industrije i nisu službeno odobreni od strane oružanih snaga, ali su među samim vojnicima postali vrlo popularni. Motivacijski našivci nose širok spektar poruka, od šaljivih do agresivnih. Koriste popularne i prepoznatljive ikone pop-kulture, ponekad u svom izvornom obliku, često lagano modificirane, primarno militarizirane. Na našivcima se nalaze i popularni slogani, imena poznatih brendova, također često izmijenjeni na manje ili više suptilan način, ponekad u smjeru duhovitog, ponekad u smjeru vulgarnog, a nerijetko u kombinaciji ta dva momenta. Predmet našeg razmatranja bit će ona klasa našivaka koji izražavaju stav nositelja prema "aktualnom neprijatelju". Osvrnut ćemo se na općenite karakteristike ciljanog tržišta, odnosno potencijalnih nositelja, moguće razloge njihove popularnosti, poruku koju takvi našivci odašilju, te ćemo vidjeti kakve zaključke možemo izvući.

### Suvremeni američki vojnik i rat protiv terora

Iako su stekli veliku popularnost među civilnom populacijom, ciljano tržište motivacijskih našivaka izvorno je američki vojnik; za potpuniju sliku o razlozima njihove popularnosti, moramo se zapitati koje su to karakteristike američkog vojnika koje ga čine prijemčivim korisnikom našivaka.

1 Vidi: Suzanne Wildrey Bragg, *Historic Washington Park*. Arcadia Publishing, Charleston 2007., str. 104.

2 Vidi: "George Willcox McIver Papers, 1852–2004", [www.digital.lib.ecu.edu/special/ead/findingaids/0251](http://www.digital.lib.ecu.edu/special/ead/findingaids/0251) (pristup: 23. 12. 2013.).

3 The Institute of Heraldry, [www.tioh.hqda.pentagon.mil](http://www.tioh.hqda.pentagon.mil) (pristup: 23. 12. 2013.).

4 Vidi: Charlie Dietz, "Soldiers earn emblem of combat", [www.army.mil/article/104894](http://www.army.mil/article/104894) (pristup: 23. 12. 2013.).

5 Vidi: Henry Chan, "Combat patches are a family tradition", [www.army.mil/article/90214/Combat\\_patches\\_are\\_a\\_family\\_tradition](http://www.army.mil/article/90214/Combat_patches_are_a_family_tradition) (pristup: 23. 12. 2013.).

6 Vidi: Ramya Kasturi, "Stolen Valor: A Historical Perspective on the Regulation of Military Uniform and Decorations", *Yale Journal on Regulation* (2/2012).

7 Vidi: J. Scot Davis, "The Democratization of Army Uniform", *Army* (3/2008).

Prema podacima iz 2011. godine, većina vojnika koji aktivno služe u američkoj vojsci mlađa je od 25 godina; prosječno obrazovanje je završena srednja škola.<sup>8</sup> Odrastao je u sjeni događaja 11. 9. 2001., što značajan postotak novih regruta i danas navodi kao jedan od ključnih razloga za pridruživanje oružanim snagama.<sup>9</sup>

Pop-kultura, pod čijim je utjecajem današnja generacija vojnika odrastala, veličala je fenomen osvetnika, osobe koja djeluje pod pretpostavkom da je pravda važna, ali da je osveta još važnija. Unutar takvog načina razmišljanja, pojedinac ima pravo, pa čak i dužnost, osvetiti se za nepravdu koja je nanesena njemu osobno ili nekome njemu bliskome i mimo zakona, naročito ako percipira da je zakon spor, neučinkovit ili preblag. Osveta je romantizirana, a njezin izvršitelj postaje junak, nerijetko i super-junak. U publici koja prihvaća takav stav dolazi do gubitka povjerenja u zakonski sustav, koji može poprimiti i razmjere otvorenog prezira. Osobni moralni kodeks pojedinca, neovisno o temeljima na kojima je isti izgrađen, uzdiže se kao mjerilo i dovoljan uvjet za primjenu nasilja protiv percipiranih prekršitelja tog kodeksa.

Događaji od 11. 9. 2001. godine pružili su potreban temelj za mentalni skok s osvetničkog pojedinca na osvetničku naciju, koji nije bio osobito velik. Službena politika Sjedinjenih Država zahtijevala je pravdu, ali korištena retorika često je više podsjećala na poziv na osvetu, koja je u tom trenutku prezentirana kao kolektivna dužnost svih građana.

Isti događaji, u kombinaciji s pratećom retorikom, potaknuli su val prijava u oružane snage SAD-a. Opažen je pad ekonomski motiviranih regruta i porast onih motiviranih ideologijom.<sup>10</sup> Rijetki su dovo-

dili u pitanje politički i medijski propagiran stav da je Amerika napadnuta i da se nalazi u ratu. Ali, za razliku od Pearl Harbora 1941. godine, neprijatelj nije bilo tako lako definirati. Pojedinci koji su izvršili sam napad izgubili su dragovoljno u njemu i vlastite živote, što je američku javnost zakinulo za moguću osjećaj zadovoljštine koji bi donijelo kažnjavanje neposrednih krivaca. Zbog razloga o kojima ne postoji zadovoljavajući konsenzus (i koji uvelike nadilaze obim ovoga rada), taj teroristički čin poslužio je kao osnova za objavljivanje rata.

Tako je otpočeo "rat protiv terora" – apstraktna deklaracija otvorenog neprijateljstva koja se mogla po potrebi primjenjivati na konkretne osobe, skupine ili režime, te koja je istovremeno legitimizirala primjenu cjelokupnog spektra sredstava kojima se država može poslužiti tijekom aktivnog ratovanja. Dok je službeni politički vrh SAD-a pokušavao naglasiti da "rat protiv terora" nije rat protiv islama ili muslimana, ta poruka uglavnom nije uspješno prenesena.<sup>11</sup> Selektivno i simplificirano medijsko izvještavanje dovelo je do uvriježenog mišljenja da "svi muslimani nisu teroristi, ali su svi teroristi muslimani".

Jedno od pitanja koje je prosječan građanin SAD-a počeo postavljati nakon 11. 9. 2001. bilo je: "Tko su ti ljudi i zašto nas mrze?". Iako je 11. rujnu prethodilo nekoliko značajnih napada na američke instalacije u inozemstvu, to pitanje doživjelo je svoj procvat nakon terorističkog napada na New York. Uprkos općoj dostupnosti materijala u kojima istaknute vođe terorističkih skupina jasno izlažu da korijen njihovog animoziteta leži u vanjskoj politici SAD-a, s naglaskom na odnos SAD-a prema arapskim zemljama, njihova motivacija simplificirana je do krajnjih granica, često sažeta u mantri: "Mrze nas zato što smo slobodni."<sup>12</sup> Na taj se način ele-

8 Vidi: US Department of Defense, "2011 Demographics Profile of the Military Community", [www.militaryonesource.mil/12038/MOS/Reports/2011\\_Demographics\\_Report.pdf](http://www.militaryonesource.mil/12038/MOS/Reports/2011_Demographics_Report.pdf) (pristup: 23. 12. 2013.).

9 Vidi: Richard Sisk, "9/11 Still Resonates for Some Recruits", [www.military.com/daily-news/2012/09/11/911-still-resonates-for-some-recruits.html](http://www.military.com/daily-news/2012/09/11/911-still-resonates-for-some-recruits.html) (pristup: 23. 12. 2013.).

10 Vidi: Lisa Daniel, "Recruiters Recall Patriotism of Post-9/11 America", [www.defense.gov/News/NewsArticle.aspx?ID=65272](http://www.defense.gov/News/NewsArticle.aspx?ID=65272) (pristup: 23. 12. 2013.); Charles Winokoor, "Military enlistment got boost as result of 9/11 ter-

ror attacks", [www.tauntongazette.com/news/x1638743381/INSPIRED-ACTION-9-11-tragedy-turns-to-drive-for-recruits](http://www.tauntongazette.com/news/x1638743381/INSPIRED-ACTION-9-11-tragedy-turns-to-drive-for-recruits) (pristup: 23. 12. 2013.).

11 Vidi: Associated Press, "US military course taught officers 'Islam is the enemy'", [www.theguardian.com/world/2012/may/11/us-military-course-islam-enemy](http://www.theguardian.com/world/2012/may/11/us-military-course-islam-enemy) (pristup: 23. 12. 2013.).

12 Vidi: The Washington Post, "President Bush Addresses the Nation", [www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/specials/attacked/transcripts/bushaddress\\_092001.html](http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/specials/attacked/transcripts/bushaddress_092001.html) (pristup: 23. 12. 2013.).



Slika 1. Križar: motivacijski našivak.

gantno istovremeno demonizirao napadač i uzdizala vlastita superiornost, a budući da je ugroza prijetila toj najvećoj od američkih deklariranih vrijednosti, slobodi, implicitno je postalo prihvatljivo korištenje svih sredstava da se ta vrijednost zaštiti.<sup>13</sup>

Simplifikacija motiva dolazila je u kombinaciji sa simplifikacijom određenja "neprijatelja". Poplava medijskog materijala generalizirala je islamski svijet kao nazadan i agresivan. Ulaziti u složene diferencijacije, neovisno o tome radi li se o kulturološkim, religijskim ili političkim razlikama, vremenski je i intelektualno zahtjevan proces, samim time potpuno neprilagođen modernim masovnim medijima. Neprijatelj slobode i demokracije morao je imati lice i dobio ga je – lice s bradom i turbanom. U pokušaju da se publici naviknutoj na prezentiranje stvarnosti kroz priloge u trajanju od nekoliko minuta objasne kompleksne razlike ostalo je ono što je uočljivo na prvi pogled, površinske manifestacije različitosti: izražavanje prožeto religijskim elementima, ograničenja vezana za prehranu, način odijevanja. Sljedeći korak je mentalni skok kojim se takvi elementi proglašavaju definirajućim odrednicama islamske kulture. Konačni rezultat pri spomenu

13 Vidi: Frederick H. Gareau, *State Terrorism and the United States: From Counterinsurgency to the War on Terrorism*. Clarity Press, Atlanta 2004., str. 190.



Slika 2. Nevjernik: motivacijski našivak.

riječi 'musliman' bila je slika nazadnog, mizoginog i agresivnog fanatika.

### NRO i njihova poruka

Niz našivaka koristi prepoznatljive simbole iz popularne kulture i prilagođava ih novom tržištu. Zastave koalicijskih zemalja, logotipi proizvođača odjeće, reference na igrane i animirane filmove, povijesni i kršćanski simboli – sve se to može naći zastupljeno na našivcima.<sup>14</sup> Iako bi se moglo smisljeno rezonirati da su našivci o kojima govorimo jednostavno proizvod poduzetničkog duha – prepoznavanje potencijalnog tržišta i proizvodnja tražene robe – isti mogu poslužiti i kao učinkovita prizma za sagledavanje niza problema u zapadnom, posebice američkom, pristupu drugačijim kulturama, pogotovo kada ih kontekstualiziramo u emotivno i intelektualno okruženje "rata protiv terora". Osvrnut ćemo se na nekoliko reprezentativnih klasa našivaka i pokušati u kontekstu razmotriti što nam govore i koje su implikacije toga.

### Smrt talibanima

Moderno ratovanje kombinacija je vojnih operacija i političkih manevriranja, isprepletenih u mjeri

14 Vidi: Tactical Distributors, [www.tacticaldistributors.com/apparel/morale-patches?limit=all](http://www.tacticaldistributors.com/apparel/morale-patches?limit=all). Milspecmonkey, [www.milspecmonkey.com/morale-page/morale-patches](http://www.milspecmonkey.com/morale-page/morale-patches). (Pristup: 23. 12. 2013.)



Slika 3. Lovac na talibane: motivacijski našivak.



Slika 4. Lovac na zombije: motivacijski našivak.

koja često ne dopušta njihovo jasno razgraničenje. To postaje problematično jer se od vojske – koja je u svojoj osnovi sustav stvoren s ciljem ubijanja neprijatelja, uništavanja njegovog posjeda i zauzimanja njegovog teritorija – očekuje da poduzima djelovanja u kojima je delikatna interakcija s lokalnim stanovništvom ključna za uspjeh,<sup>15</sup> a na koje se tek pomalo (i vrlo nespreno) navikava. Vojska je općenito dobar primjer institucionalne inercije – tendencije da se veliki sustav koji se kreće u jednom smjeru nastavi kretati u tom smjeru. Protok osviještenosti niz hijerarhijsku ljestvicu vrlo je spor i neizvjestan proces. To se lomi na leđima vojnika na terenu, od kojeg se istovremeno očekuje da bude nemilosrdni ubojica u skladu s najboljom vojnom tradicijom, kao i da demonstrira zrelu i istančanu kulturnu osviještenost i senzibilnost.<sup>16</sup>

Relativno nova uloga vojske kao "čuvara mira" prirodno izaziva neku vrstu podvojenog identiteta u vojnika na terenu. Zapovjedno osoblje, koje vodi operacije iz sigurnih lokacija, može usvojiti dovoljno emotivne distanciranosti da shvati kako

suvremeno ratovanje zahtijeva visoku osjetljivost u međuljudskim odnosima i kako ono što se naziva "soft power" – djelovanje usmjerenom poboljšanju kvalitete života stanovnika područja na kojem se izvode operacije kako bi se pridobila njihova naklonost – postaje sve važnije u odnosu na tradicionalnu "hard power", djelovanje koje se najčešće doživljava kao primarni modus djelovanja oružanih snaga.<sup>17</sup> Ali vojnici na najnižoj razini suočavaju se s izazovom provođenja takve strategije. Nijanse koje su nužno prisutne u stvarnom okruženju zahtijevaju intelektualnu fleksibilnost i emotivnu staloznost, što često nadilazi operativne kapacitete vojnika, ako ne na razini dubljeg razumijevanja, onda gotovo sigurno na razini prilagodbe svakodnevnog postupanja u skladu s njima.

Nužnost kulturne osjetljivosti prepoznata je na strateškoj razini i u skladu s time razvijen je niz edukacijskih programa za vojnike koji će izvoditi operacije u stranim zemljama.<sup>18</sup> Pitanje je jesu li ti programi prekratki i previše površni da bi utjecali na godine svjesnog i podsvesnog formiranja negativnog i netočnog mišljenja o pripadnicima drugih kultura.

15 Vidi: Mark S. Leslie, "Cultural Understanding: The Cornerstone of Success in a COIN Environment", *Infantry* (7–8/2007).

16 Vidi: Mounir Elkhamri, "Dealing with the Iraqi Population: An Arab-American Soldier's Perspective", *Military Review* (1–2/2007).

17 Vidi: Celestino Perez, "The Embedded Morality in FM 3-24 Counterinsurgency", *Military Review* (5–6/2009).

18 Vidi: Maxie McFarland, "Military Cultural Education", *Military Review* (3–4/2005).

Također, kulturna osjetljivost u naglašeno maskulinom okruženju, gdje je agresivnost vrlina, izlaže se riziku da bude percipirana kao feminizirana. U takvoj okolini pojedinci koji su skloni promicati dijalog i razumijevanje mogu izgubiti dio svog statusa kao ratnika. Pregovaranje, razumijevanje i tolerancija pristupi su tradicionalno rezervirani za organe odvojene od vojske, koja služi kao sredstvo odvratanja tijekom pregovora i sredstvo prisile ukoliko isti propadnu. Kada se takva, "mekana" strategija usvoji na razini cijele vojske,<sup>19</sup> odnosno kada sve razine unutar oružanih snaga postanu odgovorne za njezinu implementaciju, pojedinci reaguju otporom unutar sustava – potrebom da sebi i svojim suborcima dokažu da su još uvijek snažni i dominantni. Jedan od načina dokazivanja te dominacije jesu vidljive manifestacije agresivnog stava preko parola i grafičkih prikaza na uniformi. Tako je invazija na Afganistan rezultirala proliferacijom motivacijskih našivaka čija je osnovna poruka "Smrt talibanima".

### Nevjernici i križari

Sigurnosni diskurs ovisi o specifičnoj reprezentaciji svijeta i tom se reprezentacijom hrani. Istraživanja američke vanjske politike pokazala su tendenciju dijeljenja svijeta na jasno definirane i oprečne strane, pojednostavljeni crno-bijeli prikaz koji nije ni nov ni specifičan za "rat protiv terora", no odrednice vezane uz taj "rat" posebno pogoduju dodatnoj polarizaciji, budući da se u očima ciljane publike razlike mogu dodatno potencirati stavljanjem naglaska na kulturne razlike, što drugu stranu čini još stranijom i neshvatljivijom, pa time i više prijetećom.

Poznato je da ništa ne ujedinjuje toliko kao zajednički neprijatelj. Novi neprijatelj pridonosi stvaranju novog kolektivnog identiteta. Pred novim neprijateljem stvara se i novo "mi", koje uzima specifičan podskup već usvojenih odrednica i stavlja ih na prvo mjesto, iako u normalnim okolnostima one nisu ni na koji način posebno istaknute. Kriterij za odabir tih vrijednosti upravo su percipirane vrijednosti neprijatelja: "mi" smo oni koji su dijametralno suprotni od "njih."

Novi identitet uključuje snažne nacionalne elemente

19 Vidi: David H. Petraeus, James F. Amos, *FM 3-24/MCWP 3-33.5 Counterinsurgency, Headquarters* – Department of the Army 2006.

i simboliku, ali oni nisu pokretačka sila; taj identitet je reaktivan, istodobno izraz nemoći (sprječavanja onoga što se već dogodilo) i arogantne superiornosti koja ni u jednom trenutku ne sumnja u vlastitu apsolutnu nepogrešivost.

Ako to razmotrimo na konkretnim primjerima motivacijskih našivaka, opažamo da je jedna od najzastupljenijih skupina motiva ona koja nositelja određuje kao križara<sup>20</sup> (*slika 1*). Takav pristup pokazuje gotovo djetinjastu reaktivnost: neprijatelj je objavio "sveti rat" nama, pa mi uzvraćamo svojom inačicom svetog rata. Nositelj usvaja romantiziranu sliku križara koju je navikao gledati u filmovima, iako je svjestan da njegova motivacija nije religijska. Ubijanje neprijatelja postaje jednostavnije kada se radi o "svetoj" dužnosti, kada počinitelj usvoji identitet plemenitog viteza iz idealizirane verzije povijesti.

S druge strane, vjerojatno najzastupljeniji motiv na našivcima jest onaj kojim se nositelj proglašava "nevjernikom" (*slika 2*). Iako se naizgled radi o oprečnosti, rezoniranje iza takvog određenja je analogno; nositelj se ponosi time što su njegove vrijednosti suprotne neprijateljevim.

Našivci koji koriste motiv križara ili nevjernika često idu korak ili dva dalje, te u kompoziciju unose elemente jedenja svinjetine, pijenja piva i/ili "ženskarenja". Teško je rezonirati da su svinjetina i pivo tako određujući elementi nositelja da ih se smatra vrijednim isticanja na uniformi; njihova je dakle svrha dodatno potenciranje razlike između nositelja i njegovog neprijatelja. To također sugerira da nositelj smatra kako se radi o ključnim različitostima između njegove i neprijateljeve kulture i svjetonazora, što je problematično jer takvo zadržavanje na površnostima dodatno prevenira postizanje međusobnog razumijevanja.

### Lovac na neprijatelja

Dehumanizacija neprijatelja nije nov fenomen. Neprijatelj lišen osnovnih ljudskih karakteristika postaje lakša meta – njegovo ubojstvo sa sobom

20 Robert Johnson, "The Pork Eating Crusader Patch Is A Huge Hit With Troops In Afghanistan", [www.businessinsider.com/this-whole-line-of-infidel-gear-cant-be-helping-international-relations-in-afghanistan-2012-3](http://www.businessinsider.com/this-whole-line-of-infidel-gear-cant-be-helping-international-relations-in-afghanistan-2012-3) (pristup: 23. 12. 2013.).



ne nosi toliku stigmatu. Takva dehumanizacija danas nije prihvatljiva na službenoj, doktrinarnoj razini. U vrijeme načelne političke korektnosti i očekivane kulturne osviještenosti, ulažu se neprekidni naponi da se neprijatelja ne generalizira u službenim političkim i medijskim istupima. Ali kada i visoki dužnosnici još uvijek imaju problema s usvajanjem takvog pristupa, koliko je realno očekivati da će ga prihvatiti nezreli i nedovoljno obrazovani pojedinci koji su dio organizacije temeljene na simplifikaciji i generalizaciji?

Neprijatelju se na našivcima često uskraćuje ljudski status.<sup>21</sup> Na njih se ide "u lov" (*slika 3*); neprijatelj postaje lovina, a vojnik lovac, čime se oslobađa moralnih dvojbi povezanih s oduzimanjem života drugog ljudskog bića, kao i potrebe za uvjerljivim razlozima za taj čin – ubojstvo neprijatelja postaje puka statistika ili, gore, trofejna prigoda. Prave posljedice takvog načina razmišljanja postaju očigledne u situacijama dokumentiranima u niz navrata, a u kojima se američki vojnici slikaju uz mrtva tijela neprijatelja poput lovaca koji ponosno poziraju uz svoj ulov.<sup>22</sup> Tek se u takvim trenucima vidi koliko je u očima vojnika neprijatelj izgubio ne samo poštovanje, već i pravo na osnovno ljudsko dostojanstvo. Takve događaje lako je pripisati devijantnom ponašanju nekolicine izoliranih slučajeva, što se uglavnom i čini. Ali možda se korijeni tih ekstremnih manifestacija mogu potražiti u načinu na koji se neprijatelja općenito doživljava; ako prihvaćamo da se neprijatelja smatra lovinom, onda pripremamo pozornicu za takve situacije.

### Živi mrtvaci

Još snažniji primjer neprimjerenog preslikavanja zapadnjačke kulture na bojište su našivci na kojima se neprijatelji poistovjećuju sa zombijima (*slika 4*). Zombiji ili živi mrtvaci prepoznatljiva su ikona moderne pop-kulture i sa sobom nose niz asocijacija koje postaju naglašeno problematične kada ih se

preslikava na druga ljudska bića. Zombi ima ljudsko obličje, ali tu prestaje njegova sličnost s ljudskim bićem. Budući da su zombiji već mrtvi, njihovo ubojstvo lišeno je svakog propitivanja opravdanosti, čak i više nego u prethodno opisanom primjeru odnosa lovac-lovina; štoviše, dokrajčiti ih postaje dužnost pojedinca kako bi zaštitio ostale, jer je samo njihovo postojanje prijetnja dobrobiti zajednice. Ali kada to postane način na koji se doživljava stvarni neprijatelj ili, još gore, generički neprijatelj, pop-ikonografija, izvorno namijenjena zabavi i razbibrizi, postaje recept za ratne zločine. U ovom slučaju, mržnja prema neprijatelju transcendirira osobnu, religijsku ili nacionalnu razinu; samo njegovo postojanje dovoljan je razlog za njegovo ubojstvo.

Način na koji se neprijatelja doživljava na našivcima slikovit je prikaz određenih aspekata Agambenove teorije izvanrednog stanja:<sup>23</sup> legitimni suveren, u ovom slučaju Sjedinjene Američke Države (iako su problematični motivacijski našivci dokumentirani i kod pripadnika drugih država koalicijskih snaga u Iraku i Afganistanu) suočen je s vanjskim neprijateljem koji je reduciran na "puko postojanje" – njegova prava stavljena su van redovnog poretka i očuvanje sigurnosti suverena dopušta da se suspendira zaštita koju bi inače imao kao punopravno ljudsko biće. Suglasnost međunarodnog političkog sustava za primjenu sile protiv takvog neprijatelja postaje poželjan, ali nikako nužan uvjet.<sup>24</sup> Niz usvojenih praksi zapadnjačke vanjske i unutarnje politike, vezanih izravno ili neizravno za "rat protiv terora", prepoznat je kao praktična primjena načela izvanrednog stanja.<sup>25</sup> Prikaz neprijatelja na našivcima indicira da se redukcija neprijatelja na puko postojanje spustila s teorijske na praktičnu razinu, s podloge političkih pristupa i retorike sekuritizacije na teren i bojišta.

I dok se na političkoj i strateškoj razini počinju uviđati problemi takvog pristupa i razumno je

21 Vidi: Christopher Leake, "Banned: 'Taliban Hunting Club' badges worn by UK troops in Afghanistan", [www.dailymail.co.uk/news/article-2030876/Afghanistan-Taliban-Hunting-Club-badges-worn-UK-troops-banned.html](http://www.dailymail.co.uk/news/article-2030876/Afghanistan-Taliban-Hunting-Club-badges-worn-UK-troops-banned.html) (pristup: 23. 12. 2013.).

22 Vidi: John Glaser, "Posing With the Dead, Dehumanizing the 'Enemy'", [www.antiwar.com/blog/2012/04/18/posing-with-the-dead-dehumanizing-the-enemy](http://www.antiwar.com/blog/2012/04/18/posing-with-the-dead-dehumanizing-the-enemy) (pristup: 23. 12. 2013.).

23 Vidi: Giorgio Agamben, *Sovereign Power and Bare Life*. Stanford University Press, Stanford 1998.

24 Vidi: Human Rights Watch, "Human Rights Watch World Report 2003", [www.hrw.org/legacy/wr2k3/us.html](http://www.hrw.org/legacy/wr2k3/us.html) (pristup: 23. 12. 2013.).

25 Vidi: Torin Monahan, "Securing the Homeland: Torture, Preparedness, and the Right to Let Die", *Social Justice* (1/2006).

očekivati da će u međunarodnim strateškim odnosima kulturna senzibilnost dobivati na zastupljenosti, godine pojednostavljenog negativnog pristupa predstavljanju drugih kultura, posebice islamskih, puno teže će se promijeniti na razini pojedinca, posebno u inherentno inertnim okruženjima poput oružanih snaga.

### Pobuna protiv sustava

Vojna uniforma općenito, pa tako i ona Oružanih snaga Sjedinjenih Američkih Država, podložna je strogim regulatornim ograničenjima. Vojna tendencija detaljnog propisivanja onoga što je prihvatljivo možda se na naj slikovitiji način može vidjeti upravo u propisima vezanima za izgled uniforme i vojnika koji ju nose. U službenom regulatornom dokumentu američke vojske pod oznakom 670-1, *Wear and Appearance of Army Uniforms and Insignia*,<sup>26</sup> na 375 stranica propisano je gotovo sve što se može propisati a da se odnosi na izgled vojnika, uključujući najveću prihvatljivu duljinu zalizaka. U njemu se jasno navodi da aktivno osoblje smije nositi samo uniforme, dodatke uniformi i znakovlje definirano u navedenom dokumentu ili pratećoj dokumentaciji.<sup>27</sup> Tako stroga ograničenja nužno dovode do problema kada se uzme u obzir način razmišljanja stvarnih pojedinaca na koje se odnose.

Vojnici koji su danas u svojim ranim dvadesetima odrasli su u svijetu koji cijeni individualnost iznad kolektivnog duha, svijetu koji veliča buntovnika koji stoji sam protiv sustava. Kulturne ikone su upravo one ličnosti, stvarne ili fiktivne, koje su se usudile ići vlastitim putem, oduprijeti se sustavu, raskinuti spone društveno nametnutih konvencija, ukoliko, osobe koje su odlučile biti različite. Različitost, posebnost i individualnost osobine su koje su trenutno na cijeni. Marketinške kampanje okrenute mlađoj populaciji jedan su od najočitijih dokaza u korist popularnosti individualizma. S druge strane, okruženje u kojem mladi vojnici žive i rade počiva na strogo provođenom konformizmu. Taj konformizam nije stvar ideologije nego praktičnosti, budući da bi vojna jedinica u kojoj svaki pojedinac razmišlja i djeluje prema vlastitom nahodenju imala vrlo

kratak životni vijek na bojištu. Tako se mladi vojnici susreću s očitom, ali teško rješivom dilemom: kako biti isti, a istovremeno jedinstven, kako zadovoljiti zahtjeve koje nameće organizacija za koju rade, a pritom ne izgubiti osjećaj vlastite posebnosti.

Na nestandardne ramene oznake u tom se kontekstu može gledati kao na oblik pobune protiv sustava: vojnik koji je prisiljen na ukalupljivanje definirano strogim pravilima pokušava izraziti svoju individualnost na one načine koji su mu na raspolaganju. Što je ramena oznaka šokantnija, to je osjećaj individualnosti snažniji, budući da je odskakanje od formalno prihvaćenih vrijednosti veće.

S druge strane, to je placebo individualnosti; stavovi koje izražava svojim odabirom našivaka također su odraz kolektivnog mentaliteta, nametnutog viđenja neprijatelja, njegove prirode, motivacije i svijeta u kojem živi. Sami našivci također su komercijalni proizvod, rezultat igre ponude i potražnje. Jedinstvenost koju njihov nositelj ostvaruje jednako je stvarna i kvalitetna kao jedinstvenost koju dobiva konzument nekog gaziranog pića čiji se reklamni slogan svodi na poruku "razmišljaj svojom glavom, budi svoj, kupi naš proizvod". Tu se može potražiti jedno od potencijalnih tumačenja prešutne tolerancije vojnog sustava prema nošenju problematičnih nestandardnih ramениh oznaka: one zapravo ništa ne mijenjaju. Vojnik koji ih nosi na jeftin način dobiva osjećaj slobode izbora i izražavanja te, zadovoljene potrebe za individualnošću, nastavlja sa slušanjem zapovjedi.

### Zaključak

Arogancija, agresivnost, netolerantnost, osjećaj moralne superiornosti i apsolutna sigurnost u ispravnost vlastitih postupaka – sve su to osobine koje se njeguju i potenciraju u oružanim snagama od davnih vremena, budući da omogućavaju vojniku izvršavanje dodijeljenih zadaća sa što manje moralnih dvojbi i griznje savjesti. Motivacijski našivci sa svojim porukama, s jedne strane, šokiraju svojom otvorenošću i iskrenošću u doba političke korektnosti, no mentalitet koji se u njima odražava nije ništa novo; samo je preslikan u moderno okruženje, hranjen polarizirajućom slikom svijeta u medijima koju posebno spremno često prihvaćaju upravo oni koji su u položaju da svojim postupanjem učine najviše štete. Povlačenje koalicijskih vojnika iz Iraka i Afganistana ne sugerira pomirenje suprotstavljenih

26 Department of Army Headquarters, "Army Regulation 670-1: Wear and Appearance of Army Uniforms and Insignia", [http://www.apd.army.mil/pdf/files/r670\\_1.pdf](http://www.apd.army.mil/pdf/files/r670_1.pdf) (pristup: 23. 12. 2013.).

27 Vidi: *ibid.*, str. 1.

kultura, samo relokaciju sukoba; ideje slične onima koje su inspirirale mnoge motivacijske našivke ne presušuju: primjerice, jedna američka firma nudi streljivo obojeno premazom koji sadrži svinjsku mast kako bi prevenirala da ustrijeljeni islamisti uđu u raj.<sup>28</sup> Pojednostavljeni dualizam, koji je po inerciji gotovo refleksno korišten od strane najviših instanci u prvim danima "rata protiv terora", a koji je u tim trenucima izgledao pogodan za promicanje željenih strateških ciljeva, danas je atavizam koji je prodro duboko u najniže slojeve zapadnog, posebice američkog društva, te sabotira pokušaje zatvaranja neprijateljstava,<sup>29</sup> kako na bojištu tako i van njega.

---

28 Vidi: <http://jihawg.com/index.php?route=common/home> (pristup: 23. 12. 2013.).

29 Vidi: Sandra I. Erwin, "U.S. Military Training Fails to Grasp Foreign Cultures, Says Rep. Skelton", *National Defense* (6/2004); Montgomery McFate, "The Military Utility of Understanding Adversary Culture", *Joint Force Quarterly* (6/2005).



Kada i kako trenerka postaje odjevni predmet na prostoru bivše Jugoslavije koji se ne koristi samo za sport? Je li ovaj odjevni predmet postaje prihvatljiv u isto vrijeme kad eskalira i nasilje kao odraz borbena-patrijarhane paradigme društva? Signaliziraju li nam ovako odjeveni (pretežno) muškarci svoju spremnost za borbu i nadmetanje? Krše li oni ovim aktom dotadašnji *dresscode*, iskazujući tako svoj revolt postojećem, ili kopiraju samo zločeste momke sa MTV-a iz Hip-Hop i R'n'B spotova? Jesu li oni autohtoni fenomen balkanske tranzicije ili samo dio globalne subkulture 90-tih?

---

"'Mile! Mile! Mile!' zavicali su opet prosvjednici ushićeno, jer se nevinu optuženi branitelj, raščupan i iscrpljen ali nasmijan, upravo pojavio na vratima policijske stanice. Dvije časne sestre sa svijećama uhvatile su se križati, nebesima zahvaljivati na sretnom ishodu, dok je desetnik na izlasku podignutih ruku trijumfalno lupao dlanom o dlan s muškarcima u trenirkama."<sup>1</sup>

Ovako Ante Tomić opisuje jednu scenu u svom romanu *Čudo u Poskokovoj Dragi*. Ljude koje branitelj Mile pozdravlja po izlasku iz istražnog pritvora opisuje samo kao ljude u trenerkama i svaki njihov dodatni opis bi ovu sliku oslabio. Njegova jačina je upravo u redukciji svakog individualizma na kolektiv koji dijeli isti sistem vrijednosti, a koji se ovdje transportuje kroz odjeću. Odjeća je ovdje medij u artikulaciji kolektivnog identiteta, ona je medijator između grupe i društva.<sup>2</sup>

Kako jedan te isti odjevni predmet nosi sasvim različita značenja u zavisnosti od osobe koja ga nosi, od socijalnog okruženja u kojem se nosi, od konkretne situacije, tako je zavisian i od trenutka kad se nosi,<sup>3</sup> ovdje će analiza trenerki biti

ograničena uglavnom na devedesete godine 20. vijeka i njihove relikte u današnjici, jer upravo u tim godinama na prostoru bivše Jugoslavije dolazi do značajnih političkih promjena koje utiču na cjelokupno društvo. Te devedesete nose sa sobom dodatni radikalizam uzrokovan nasilnim raspadom jedne države, te nastankom novih država, koje svoju legitimaciju zasnivaju na etno-nacionalističkom diskursu. Mijenjanjem granica, identiteta, jezika i ideologije postavlja se novi sistem vrijednosti.<sup>4</sup> Ova fragmentarna analiza odnosi se na filmom reproducirane predodžbe o mladim ljudima koji trenerke nose u gotovom svim prilikama, a često svoj *outfit* dopunjavaju s modnim detaljima poput zlatnih lanaca.

Kao izvori za ovaj članak korišteni su prvenstveno filmovi srpskih režisera, koji direktno ili indirektno tematiziraju ovu skupinu, zatim francuski film *La Haine*, koji služi za poređenje ovog *dress codea* sa *dress codeom* iz istog perioda u Francuskoj, a taj film bio je popularan i kod mladih u Srbiji, te slovenački film *Tu pa tam*, koji ukazuje na različitost poimanja ovog fenomena unutar bivše Jugoslavije.<sup>5</sup> Ova segmentarna analiza predstavlja sjecište sociološko-istorijske i filmske analize.

---

1 Ante Tomić, *Čudo u Poskokovoj Dragi*. Naklada Ljevak, Zagreb 2013., str. 139.

2 Vidi: Irfan Hošić, "Odjeća kao simbol identiteta", u: Irfan Hošić (ur.), *Odjeća kao simbol identiteta*, Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću – Gradska galerija Bihać, Bihać 2012., str. 167.

3 Vidi: Iva Jestratijević, *Studija mode. Znaci, značenja, odjevne prakse*. Orion Art, Beograd 2011., str. 120.

4 Dubravka Ugrešić, *Die Kultur der Lüge*. Suhrkamp, Frankfurt a.M. 1995., str. 216.

5 *Do koske* (Slobodan Skerlić, 1996.); *Rane* (Srđan Dragojević, 1998.); *Lepa sela, lepo gore* (Srđan Dragojević, 1996.); *Vidimo se u čitulji* (Janko Baljak, 1994.); *Sedam i po* (Miroslav Momčilović, 2006.); *La Haine* (Mathieu Kassovitz, 1995.); *Tu pa tam* (Mitja Okorn, 2004.).



Slika 1. Pinki i Švaba u filmu *Rane* Srđana Dragojevića.

Garderoba u filmu nam uvijek govori nešto, a ponekad čak i sve što treba da znamo o ljudima koji je nose. Junaci se tako kroz neverbalnu komunikaciju prezentuju, a mi na osnovu te garderobe stvaramo utiske o njima.<sup>6</sup> Ko su ti mladi ljudi u trenerkama? Koji je njihov, kako to Bourdieu naziva, *habitus*?<sup>7</sup> U tom kontekstu nas zanima kompletan nastup jedne osobe, od njenog životnog stila, preko jezika, odnosno načina govora, do njene odjeće, tj. ukusa, jer *habitus* nam otkriva njen rang, status u društvu i, po Bourdieu, nije kratkoročno promjenjiv. On nije urođena nego iskustvom stečena konstrukcija, pri čemu su društveni akteri u mogućnosti da proizvedu beskonačno mnogo izraza i time odgovore na svaku životnu situaciju.<sup>8</sup> *Habitus* se promatra u društvenom kontekstu u odnosu na tri centralne kategorije: društvenu klasu, rod i polje društvenih odnosa.<sup>9</sup>

Za pripadnost određenoj klasi bitno je posjedovati ili ne posjedovati specifične kapitale, a to su: ekonomski, kulturni, simbolički te društveni kapital.<sup>10</sup> S kakvim ekonomskim kapitalom raspolažu

"trenerkaši"? Oni obično žive u rubnim dijelovima gradova, njihovi materijalni resursi su svedeni na ono što se vidi na ulici, a to znači da je najvrednija stvar koju posjeduju, osim garderobe, eventualno nakit ili auto, a u jeku rata i bezakonja – i oružje. Većim materijalnim dobrima ne raspolažu, a sa mogućim (obično nelegalnim ili polulegalnim) bogaćenjem se njihov status u društvu bitno ne mijenja. Njihov kulturni kapital je ograničen na ulicu. To znači da su obično niskog obrazovnog stepena i stečena znanja su ograničena na prakse koje im pomažu pri snalaženju u svakodnevnicu. Simbolički kapital kojim raspolažu je znatniji, jer uživaju izvjesno priznanje, a ponekad i prestiž u društvu. Raspolažu razgranatom društvenom mrežom sa čim razvijaju i socijalni kapital. Prepoznatljiviji su u društvu na osnovu sličnih ili istih preferencija, što ih svrstava u istu *habitus*-klasu, a unutar grupe se kreću i djeluju slično, na način koji je ostalim članovima grupe uvijek razumljiv i objašnjiv.<sup>11</sup>

Rod, odnosno strukturalna razlika između muškarca i žene, u ovoj je grupi jako izražen. Uloga žene je u ovoj klasi zanemariva i marginalna, tj. svodi se na lijep i *sexy* izgled, dok se od muškarca zahtijeva heteroseksualnost, fizička snaga i što bolji materijalni položaj.<sup>12</sup> Prema Bourdieuu, ovdje je bitan odnos dominacije, a ponašanje pojedinca je ovisno o

6 Vidi John Carl Flügel, "Psychologie der Kleidung", u: Claudia Ebner (ur.), *Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur*, Transcript, Bielefeld 2007., str. 16.

7 Vidi: Pierre Bourdieu, "Zur Genese der Begriffe Habitus und Feld", u: Pierre Bourdieu (ur.), *Der Tote packt den Lebenden*, VSA-Verlag, Hamburg 1997.

8 Vidi: *ibid.*

9 Vidi: *ibid.*

10 Vidi: *ibid.*

11 Vidi filmove *Rane* i *Vidimo se u čitulji*.

12 Vidi filmove *Rane* i *Do koske*.



Slika 2. "Cenim da si autentičan srpski junak."

polnoj pripadnosti i duboko je utisnuto u habitus.<sup>13</sup> Muškarci su dominantni i raspolažu simboličkim nasiljem koje se kao takvo ne percipira uvijek od strane žena. I jedni i drugi su uklopljeni u sistem ponašanja i navika gdje je postavljen takav odnos dominacije, a samim tim i prihvaćen. Žene traže zaštitnika u jakim momcima, a zauzvrat ostavljaju utisak bespomoćne, od njih zavisne osobe, te svoj izgled prilagođavaju očekivanjima muškaraca, koji u pravilu zahtijevaju atraktivan i sexy izgled uz bezuvjetnu vjernost i podređenost. Žene strahuju od kritike njihovog izgleda i trude se da se povinuju partnerovim željama.<sup>14</sup>

Društveni odnosi se u određenoj oblasti regulišu kroz polje moći, gdje svi uključeni konkurišu za prevlast i pokušavaju da sprovedu i učvrste vlastitu poziciju i reprezentaciju. Bourdieu uspoređuje to sa igrom koja ima specifične načine funkcionisanja i principe djelovanja. Svi uključeni u određenoj društvenoj oblasti identifikuju se sa funkcioniranjem sistema i principima koji tamo vladaju. Oni su kod društvenih subjekata duboko urezani, oni su im "prirodni" i memorisani u njihovom habitusu.<sup>15</sup>

Kao svaka moda, tako i nošenje trenerki u novom društvenom kontekstu povlači za sobom nove

načine ponašanja i razmišljanja, te nosi sa sobom i novi sistem vrijednosti. Da bi se postalo dio grupe potrebno je povinovati se prevladavajućim uvjerenjima i prilagoditi se novim navikama, običajima, te svojim načinom odijevanja odraziti pripadnost. Odjeća u određenom društvu i vremenu signalizira ono što želimo biti, te ima ulogu prepoznavanja. Uz to se veže i potreba za priznanjem i važnošću. Odjeća je lični izraz stila života ili izraz težnje da se u svakodnevnicu zauzme određena uloga, tako da odijevanjem šaljemo određene poruke okolini, dok pojedini odjevni znaci svom okruženju šalju signale. Odjeća je druga čovjekova koža koju možemo navući, ali i svući. Trenerka u ovom slučaju ima simbolički i kulturni značaj, te konstituiše lični identitet i komunicira društvenu pripadnost. Prema Bourdieuu je sam habitus klasno determinisan, a tu ulogu igraju kako socijalno porijeklo tako i način života. Ako tome dodamo Veblenovu teoriju, po kojoj je svaka moda i klasna moda, onda nam ta sprega društvenog konteksta i garderobe postaje još jasnija.<sup>16</sup>

### Šta trenerka simbolizira?

Trenerka, koja postaje prihvatljiv odjevni predmet i van sportskih aktivnosti, ulazi u jugoslovenski javni prostor sa Zapada u osamdesetim godinama 20. vijeka i odraz je mode *hiphopera* i *RnB-ovaca*.

13 Vidi: P. Bourdieu, "Zur Genese der Begriffe Habitus und Feld".

14 Vidi filmove *Rane*, *Do koske* i *Sedam i po*.

15 Vidi filmove *Rane*, *Do koske* i *Sedam i po*.

16 Vidi: Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class. An Economic Study of Institutions*. Allen and Unwin, London 1924.



Slika 3. Pinki, nakon što je postao "priznati" kriminalac. Priznanje u njegovom okruženju (društvenoj oblasti) je poraslo, kao i njegov materijalni status, ali habitus se nije promijenio. Uporedi Pinkija na slici 1.



Slika 4. Mihajlo Divac, dokumentarni film *Vidimo se u čitulji* (1995.) Janka Baljka.

Ali u nadolazećoj deceniji, zajedno sa promjenom sistema vrijednosti, u trenutku kad eskalira nasilje, ova vrsta odjeća poprima dodatno značenje, tj. gubi neka stara značenja, tako da ovaj modni predmet poprima novo i krajnje različito značenje, kao što se u prošlosti dešavalo i sa nekim drugim predmetima koji su jedno fiksno značenje mijenjali drugim, te katkad dobivali čak i inverzno značenje.<sup>17</sup> Kako je *jeans*, koji do pedesetih godina 20. vijeka nije bio prihvaćen kao odjevni predmet van farme, postao najzastupljeniji donji odjevni predmet kod oba pola,<sup>18</sup> tako se u slučaju trenerke vremenom mijenjaju način upotrebe i značenje u određenom društvu.

Kakvo značenje ima trenerka iz devedesetih i da li je njeno značenje ovisno o mjestu nošenja? Šta nam signaliziraju ovako odjeveni (pretežno) muškarci? Ako pogledamo npr. ženski ceremonijalni kostim iz 18. ili 19. vijeka, uočavamo da on pruža otpor brzim pokretima, te stvara utisak smirenosti. Uz to, mnoge je kostime bilo nemoguće obući bez pomoći

služavke. Garderoba kao što je steznik, korset ili okovratnik ukazivala je na to da žena ima dovoljno slobodnog vremena, a implicitno i na njen viši socijalni položaj. To se očituje, naravno, i kroz obuću. Visoka potpetica onemogućava fizički rad i brzo kretanje.<sup>19</sup> Forma određuje ljude, što znači da se ljudi u večernjem odijelu ponašaju drugačije od ljudi koji su u trenerkama ili u nekoj uniformi. Večernja garderoba signalizira lijepo ponašanje, urednost, čistoću, uniforma disciplinu, pripadnost određenoj grupi i staležu, a analogno tome, trenerka nošena van sportskih aktivnosti signalizira pokretljivost, spontanost, brzinu, ležernost, kao i spremnost na fizičku akciju.

Tako je trenerka iz devedesetih prvenstveno odraz borbena-patrijarhalne dominantne paradigme društva, a ovako odjeveni muškarci signaliziraju nam svoju spremnost za borbu i nadmetanje i van sportske arene (*slika 1*). Neverbalna komunikacija je i ovdje bitan dio njihovog nastupa kojim oni zahtijevaju respekt, te često ulijevaju okolini strahopoštovanje.

Ako pogledamo scenu iz filma *Lepa sela, lepo gore* Srđana Dragojevića, vidjećemo mladog čovjeka u trenerci kao predstavnika novog sistema vrijednosti

17 Vidi: I. Jestratijević, *Studija mode*, str. 115.

18 Michael Neißendorfer, "Ein bisschen Schlabber muss sein", *Süddeutsche Zeitung*, 21. 1. 2014., <http://www.sueddeutsche.de/stil/internationaler-tag-der-jogginghose-ein-bisschen-schlabber-muss-sein-1.1867209> (pristup: 25. 1. 2014.).

19 Vidi: Th. Veblen, *The Theory of the Leisure Class*.





Slika 5. Said, Vinc i Hubert u filmu *La Haine*.

u Srbiji, koji počiva na nacionalno-etničkoj ideologiji, koje ovaj ne samo da predstavlja nego i 'prodaje'. On trguje simbolima i oznakama, te se više nego jasno svrstava u određenu grupu (slika 2).

Momak koji u sceni iz Filma *Lepa sela, lepo gore* na slici 2 prodaje simbole novog-starog vremena je jedini u ovoj sceni koji nosi trenerku. Oko njega su ljudi u uniformama, dakle, vojnici koji su već na ratištu, u narodnim nošnjama, kao npr. trubači, te ljudi u civilu koji treba da postanu vojnici koji se bore za novi sistem vrijednosti. Kompletna ikonografija scene nedvosmisleno pokazuje o kojim se vrijednostima radi. Iznad prodavača je četnička zastava "S verom u Boga, sloboda ili smrt", na stolu razne boce sa srpskim grbovima, on prodaje sat Vojvode Putnika, naočale à la Čiča Draža. Ovo oživljavanje odjevnih formi nacionalne mode iz prošlosti tumači se kao pokušaj vraćanja nacionalnog "ponosa", te se ovdje nedvojbeno kreira neizvjesna budućnost kroz prošlost koja je aktuelnija od sadašnjosti.<sup>20</sup> Momak u trenerci ne ide u rat, on oprema za rat i borbu i to je svima jasno, njegova autentičnost je potpuna, jer njegov identitet tako doživljavaju i drugi. On zna šta treba da ima autentičan srpski junak, podržava akciju i nasilje, te svojom garderobom izražava pripadnost klasi ljudi čije vrijeme upravo dolazi. On trguje "nacionalizmom", ne mari za stare norme,

on ima novi *dress code*, on zna šta je iz prošlosti potrebno za budućnost, neposredan je i direktan, pripada klasi ljudi koji nemaju mnogo novaca, jer scena pokazuje primitivan oblik trgovine, ali ta trgovina postaje jako unosna, jer pred njom je velika ciljna grupa. Mladić u trenerci oslikava dinamičnu promjenu društva ogoljenog na njegovu suštinu. I društvo i njegov novi autentični predstavnik svedeni su na nekoliko osnovnih značajki, koje će obilježiti devedesete godine, prvenstveno u Srbiji, kao što su nacionalizam, sitni i krupni kriminal, raznovrsno snalaženje u tranziciji, te promjena sistema vrijednosti. Kao što se može vidjeti na slici 4, habitus ovih mladića se neće mijenjati sa promjenom njihovog priznanja u društvu ili sa promjenom materijalnog statusa. Na slikama 3 i 4 su prikazana dva beogradska mladića u devedesetima. Oni su obučeni u sportsku opremu, ali je očigledno da ne idu na neki trening. Imaju zlatne lance, često sa velikim zlatnim pravoslavnim krstovima kojima signaliziraju ne samo religioznu, nego prvenstveno nacionalnu pripadnost. Kroz ovo se očituje etno-religiozna sprega vremena u kome nema srpstva van pravoslavlja, gdje se izdaja pravoslavlja doživljava kao izdaja srpstva, što je u tom diskursu nedopustivo. Željko Ražnatović Arkan, komandant paravojske Srpske dobrovoljačke garde i Interpolu poznati kriminalac, u vrijeme svoje najveće popularnosti izjavio je da mu je "vrhovni komandant" upravo patrijarh Srpske

<sup>20</sup> Vidi: Boris Buden, Želimir Žilnik, *Uvod u prošlost*. kuda.org, Novi Sad 2003, str. 7.



Slika 6. "Znaš šta je ovo, čuka Vojvode Putnika!"

pravoslavne crkve.<sup>21</sup> Ovakve i slične izjave služile su jačanju nacionalizma i patriotizma kod mladih u Srbiji i uvjeravale ih u ispravnost njihove borbe za nacionalni ponos, jer je na taj način i Božija pravda bila na njihovoj strani. Bilo je prihvatljivo čak i krivično i protuzakonito djelovanje, ako je po njihovoj procjeni bilo u službi zaštite nacije.

#### Da li su "trenerkaši" autohtoni fenomen srpske tranzicije ili dio globalne subkulture devedesetih?

Kakva je razlika između mladih ljudi iz npr. pariških rubnih kvartova i mladih u Srbiji koji imaju sličan stil oblačenja? Da li su francuski "trenerkaši" takođe nosioci i zaštitnici nacije, deklarirane patriote?

Ako pogledamo francuski Film *La Haine* iz 1995. godine, vidjećemo sličan *dress code* kao i kod nacionalističko-patriotski nastrojenih mladih ljudi u Srbiji tih godina. Oni takođe nose trenerke i lance, Said ima kao privjesak Fatiminu ruku, Vinc David-ovu zvijezdu, a Hubert križ, te i oni na vrlo plakativan način prezentuju svoju religijsku pripadnost.

Njih trojica su najbolji drugovi koji žive u francuskom predgrađu i jako su svjesni svog porijekla i različitosti koja ipak ne nadjačava njihovu socijalnu povezanost. Kao u srpskim filmovima koji tem-

atizuju mlade ljude u trenerkama, tako se i ovdje pojavljuju scene sa oružjem i drogom. Ali mladi u ovom filmu nisu zaštitnici, nego su, dapače, rušitelji poretka i zakona, koji dolaze u sukob kako sa francuskim *skinheadsima*, tako i sa policijom. TV-reporteri ih, nakon što su vidjeli kako su obučeni, tj. kako izgledaju, pitaju da li su učestvovali u neredima i protestima koji su se desili dan ranije, a čiji je uzrok bila teška povreda jednog mladića sa migrantskom pozadinom od strane policajaca pri rutinskoj kontroli. Francusko društvo ih doživljava kao *outsidere*, a tako i oni sami sebi doživljavaju. Oni su u Francuskoj *anti-establishment*.<sup>22</sup>

U isto vrijeme slično stilizirani mladi ljudi u Srbiji sebe vide suprotno, naime, kao zaštitnike "autentičnog (nacionalnog) duha". Oni su poštovaoci "pravde i tradicije". Sebe doživljavaju kao stroge, pravedne, hetero-muškarce od kojih će "strepeti nekrsti, kurve, pederi i ostala ljudska pogan",<sup>23</sup> oni se predstavljaju kao dobri vjernici i patriote. I u francuskom i u srbijanskom slučaju se s takvim načinom odijevanja postiže vizuelna integracija grupe, njena spremnost za akciju, za "fajt", kao i socijalna pripadnost, ali ciljevi borbe nisu isti. Balkanski trenerkaši su kako u Hrvatskoj, što smo vidjeli kod Ante Tomića, tako i u Srbiji deklarativno

21 Vidi: Tamara Skrozza, "Skromnost i tumačenja", *Vreme*, 22. 12. 2005., <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=437739>.

22 Vidi: film *La Haine*.

23 Ivan Čolović, "Navijači – huligani i novi fašizam", *Peščanik*, 13. 9. 2012., <http://pescanik.net/2012/09/navijaci-huligani-i-novi-fasizam/>.



Slika 7. Na izložbu u trenerci sa sexy obučenom "poslušnom" djevojkom.

zaštitnici nacionalnih interesa, domoljubi, ljudi vjerni tradiciji i vlastitoj religiji, dok su svi drugi van grupe.

Na *slici 6* u kadru se vidi i milicioner koji mirno sa rukama u džepovima posmatra huškačko nacionalistički trans u Srbiji. To se uklapa u društvenu sliku Srbije devedesetih godina, koja se manifestuje kroz spregu države, kriminala i nasilja. Sami "trenerkaši" sebe zamišljaju (i tako se dizajniraju) kao čuvare najvažnijih nacionalnih vrijednosti, te svoje nasilničko ponašanje opravdavaju patriotskim motivima, a u tome imaju podršku Crkve, sportskih klubova, medija, policije itd.<sup>24</sup> Sa policijom su u sukobu, samo ukoliko ovi po njihovoj procjeni nisu dovoljno "patriotski" nastrojeni. Njihova odjeća postaje političko oružje za nametanje određene ideje i dominacije nad "drugima". U odjeći se tako krije opasnost koja u njenoj suštini uopšte nije ukodirana. Odijelo je i ovdje znak distinkcije i sredstvo iskazivanja moći. Ko nosi trenerku – opasan je momak, uvijek spreman za akciju i nasilje.

Iako se prezentacija balkanskih "trenerkaša" vizuelno ne razlikuju od npr. francuskih, te obje grupe signaliziraju potencijalno nasilje, ne može se reći da se sadržajno podudaraju. Tako dolazimo do zaključka da značenja istih odjevnih predmeta mogu biti transformisana u zavisnosti od njihove prostorne upotrebe.

<sup>24</sup> Ivan Čolović u privatnoj korespondenciji, 21. 8. 2013.

Ono što je dodatno karakteristično za ovu skupinu je da njihova garderoba, za razliku od većine ljudi, ne varira u toku dana i zavisno od prilike, te samim tim njihov odjevni stil dodatno dobija na važnosti. Oni svoje trenutne uloge ne mijenjaju, tj. nikada ne odustaju od slanja poruke o svom identitetu i pripadnosti određenoj grupi (*slika 7*, film *Sedam i po*).

### "Udeležba volivcev v športnih oblačilih" ili "Učestvovanje birača u sportskoj odjeći"

Različita prostorna i vremenska upotreba određene garderobe se još jasnije očitava u relativno aktuelnom slovenačkom primjeru, gdje su birači Zorana Jankovića, slovenačkog političara srpskog porijekla, nazvani "trenerkašima" ili preciznije "oblečeni u trenerke".<sup>25</sup> Na oficijelnoj web-stranici Slovenske demokratske stranke (SDS), čiji je predsjednik Janez Janša, "prebrojani" su tzv. problematični birači, čija cifra doseže 350.000 i koji su označeni kao novi državljani porijeklom iz bivših jugoslavenskih republika.<sup>26</sup> Tu se ubraja 200.000 građana koji su dobili državljanstvo 1991. i 1992. godine, sa raspadom Jugoslavije, jer su tad imali prebivalište u Sloveniji.

<sup>25</sup> "Na Prešernovem trgu okoli 50 protestnikov v trenerkah", *Dnevnik*, 12. 12. 2011., <http://www.dnevnik.si/clanek/1042494824>.

<sup>26</sup> Screenshot pomenute stranice se može naći na stranici slovenačkih dnevnih novina *Dnevnik*. "Ko vsebina zapisa na spletni strani stranke SDS postane tarča posmeha", *Dnevnik*, 12. 12. 2011., <http://www.dnevnik.si/magazin/znanost-in-tehnologija/1042494586>.



Slika 8. Južnjaci u filmu *Tu i tam*.

Njihova brojnost je zbog navodno visokog nataliteta porasla do 2011. godine na 220.000. Tome se pridodaje broj od 40.000 izbjeglica koje su u Sloveniju stigle za vrijeme "balkanskih ratova" i dobile državljanstvo, 20.000 tzv. *izbrisanih*<sup>27</sup> koji su dobili stalno prebivalište, te onih iz tzv. miješanih brakova.<sup>28</sup> Ovi birači su identifikovani od strane SDS-a prije svega u Ljubljani, Celju i Kopru u određenim naseljima. Naznačeno je da su se kretali u većim grupama, da su primali instrukcije kako da biraju ili im je čak na ruci hemijskom olovkom bilo napisano koga treba da biraju. Primijećeno je da je većina govorila srpskim jezikom, te da su to bili birači u "sportskoj opremi".<sup>29</sup>

Kako u filmu *Tu i tam*, tako i u pomenutom diskursu oko izbora, vidi se da "trenerkaši" u Sloveniji početkom 21. vijeka imaju više sličnosti sa "trenerkašima" u Francuskoj nego u Srbiji deceniju

ranije. U Sloveniji se oni percipiraju kao *anti-establishment* i *outsideri*.

### Zaključak

Pojedinac svoj habitus transmituje i putem garderobe koja se mora analizirati u kontekstu, tj. biti shvaćena u određenom prostoru i vremenu. Garderoba mladića obučenog u trenerku, sa zlatnim lancem, u Srbiji sredinom devedesetih godina, iako vizuelno jako slična garderobi mladića u Francuskoj iz istog perioda, ne šalje nam isti signal i nema isto značenje. Dok se iza trenerke u Srbiji krije mladi patriota, zaštitnik srpstva i pravoslavlja, u Francuskoj trenerka označava socijalnog *outsidera*, obično sa migrantskom pozadinom, koji svoju identifikaciju traži van francusko-patriotskog konteksta. Ta ista garderoba se desetak godina kasnije u Sloveniji poistovjećuje sa migrantima sa prostora bivše Jugoslavije, koji živi u velikim naseljima poznatim kao *socijalna žarišta* i percipiraju se uglavnom kao primitivno, "strano tijelo" u Sloveniji, slično kao i u slučaju Francuske.

To ne znači da ove grupe nemaju i mnogo zajedničkih elemenata, kao što su rodne uloge u kojima ovdje dominiraju hetero-muškarci, koji

27 Više o "izbrisanim" na <http://www.izbrisani.org/>.

28 Vidi: "Ko vsebina zapisa na spletni strani stranke SDS postane tarča posmeha".

29 "Janša na twitterju odgovoril na burne odzive: V tekstu vidite samo trenerke", *Dnevnik*, 11. 12. 2011., <http://www.dnevnik.si/clanek/1042494550>.

imaju potrebu iskazati svoj snagu, dok su žene marginalizovane i svedene na seksualne objekte sa sporednim ulogama, često u potlačenom položaju. Pripadnici grupe su obično nižeg obrazovanja i pripadaju nižoj društvenoj klasi, a respekt i priznanje u društvu uglavnom zavređuju kroz strah koji izazivaju kod okoline. Materijalno bogaćenje ih ne vodi uvijek usponu na društvenoj ljestvici, te se okolina, navike i način života kratkoročno ne mijenjaju. Pojedinci ne teže individualizmu nego se povinuju pravilima grupe i rijetko je napuštaju.

Na osnovu gore iznesenog, dolazi se do zaključka da odjevni predmeti samo djelimično mogu imati značenje samo po sebi, izvan svog javnog okruženja, ali analizirani u svom kontekstu predstavljaju kompleksan kulturni fenomen koji reflektuje sveukupne karakteristike društva, te tako odslikavaju i društvenu stvarnost.<sup>30</sup>

---

30 Vidi: I. Jestratijević, *Studija mode*, str. 124.



Rad sa sociološkog aspekta tematizira fenomen i funkcije mode u savremenom društvu. Moda kao masovna društvena pojava ne odnosi se samo na odijevanje, nego je ona kao sredstvo čovjekove identifikacije i socijalizacije, danas prisutna u svim drugim segmentima života. U potrošačkom društvu koje omogućuje da se "stalno nešto kupuje" dolazi do demokratizacije mode, a time i mogućnosti odabira, formiranja i transformacije identiteta te predstavljanja identiteta javnosti. Moda i odijevanje kao izraz društvenih, kulturnih, političkih i umjetničkih zbivanja, u radu se posmatra ne samo kroz prizmu potrošačkoga društva, globalizacije i sjedinjenja, nego i izdvajanja i isključenja. Za promišljanje dinamike konstrukcije identiteta neophodno je razumijevanje društvenih promjena. U tom kontekstu se tematiziraju i pitanja osporavanja identiteta i sukoba koji nastaju zbog potrebe za samoodređenjem.

---

## Uvod

Već stoljećima odjeća nema prvotnu funkciju da zaštiti čovjeka od vremenskih nepogoda. Fenomenom odijevanja i mode bavili su se mnogi istraživači. Zbog kompleksnosti, proučavanje mode zahtijeva interdisciplinarni pristup i uvide različitih povijesnih i društvenih znanosti, od povijesti umjetnosti, sociologije, psihologije i filozofije do etnologije, antropologije i semiologije. To pokazuje brojne i višeslojne aspekte fenomena odijevanja i kompleksnu povezanost između društva, mode i odijevanja. U teoretskim promišljanjima moda je dugo bila zanemарivana i smatrana nevažnom i manje vrijednom istraživačkom temom. Kada se i spominjala u svakodnevnom i znanstvenom diskursu, više se isticao njen negativni aspekt: površnost, trivijalnost, konzumerizam. Prisutnost i važnost odijevanja i mode u svakodnevnom životu doveli su do interdisciplinarnih istraživanja ovog kompleksnog područja, koje se ne može iscrpiti iz jedne metodološke perspektive. Različiti aspekti modnog diskursa i konceptualna raznolikost teorija mode rezultat su rastućeg znanstvenog zanimanja za modu.

## Sociološka tumačenja mode

Socijalne teorije mode koje su povezane s razvojem socijalne misli od kraja 19. stoljeća, ukazuju na različite načine očitovanja društvenih i kulturnih praksi te kompleksnu povezanost između društva,

mode i odijevanja. Društvena narav mode očituje se u povijesnom i sociokulturnom kontekstu statičkih i dinamičkih mijena koje uvjetuju fenomene odijevanja i mode. U tradicionalnim društvima naglašen je distinktivni aspekt mode, odjeća je element razlikovanja između naroda, klasa, zanimanja. U modernom je društvu neosporna funkcija odjeće razlikovanje između pojedinaca. Bit mode je u tome što je prakticira samo dio grupe, a cjelina se nalazi tek na putu k njoj.<sup>1</sup> Tokom povijesti, promjene u pogledu odijevanja bile su pokretane uglavnom "odozgo", iz viših društvenih slojeva. Šezdesetih godina prošloga stoljeća poticaj modnim promjenama dolazi "odozdo". Kao pokretači modnih promjena pojavljuju se društvene skupine s margine društva (*hippy, punk, dark* i drugi pokreti), vršeći utjecaj i na područja "visoke mode".

Odiјevanje je istodobno statički i dinamički čin, što upućuje na osnovnu distinkciju između odijevanja i mode. Bit mode je težnja za neprestanim promjenama; dinamičnost i kratkotrajnost je ključna odrednica mode, dok prema Braudelovom određenju, odijevanje svojom postojanošću, ponavljanjem i prenošenjem oblika iz generacije u generaciju, pos-

---

1 Vidi: Georg Simmel, *Kontrapunkti kulture*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2001., str. 231.

jeduje kontinuitet, statičnost, te pripada vremenu dugog trajanja.<sup>2</sup> Prema Barnardu, odijevanje i moda nisu rezultat slučajnih i nasumičnih procesa, već su kulturno, socijalno i ekonomski uvjetovani. Odijevanje je duboko uronjeno u društveni i kulturni kontekst određene epohe. Društvena priroda odijevanja i mode ogleda se u činjenici da oni mogu biti sredstvo reprodukcije društvenih klasa, roda, spola. Odjevni oblici se mijenjaju tokom povijesti, ali osnovna struktura i unutrašnja logika odjeće iskazuje svoju postojanost i nepromjenjivost.

Klasno tumačenje mode američkog sociologa Thorsteina Veblena vezano je za ranu fazu kapitalizma, koju obilježavaju izrazite društvene razlike i pripadnost pojedinca određenoj klasi. Veblen je u svojoj klasičnoj studiji *Teorija dokoličarske klase* ukazao da ljudi cijene bogatstvo i novac. Odjeća ima dvije funkcije: stvarnu (upotrebnu) i simboličku (znakovnu). Stoga Veblenov koncept mode ističe vezu mode i potrošnje, pri čemu moda i odijevanje u stanovitoj mjeri demonstriraju vidljivost potrošnje i ekonomsku moć bogate građanske klase. Viša klasa teži pokazivanju svoje moći i raskoši. Moda je stoga, prema Veblenovom stajalištu, situirana u društvu moći. Modne promjene temelje se na proizvodnji društvenih razlika. U temelju potrebe za bogatstvom stoji stvaranje stratifikacije po ugledu. Motiv vlasništva jest *invidiozno uspoređivanje*, a ne uživanje u tom bogatstvu. Radi se o "demonstrativnom konzumu" kao stilu potrošnje gornje klase dokoličara. Demonstrativni konzum odnosi se na način kojim se prestiž izražava korištenjem i količinom javno demonstriranih dobara i simbola. Zadovoljstvo ne izaziva samo stjecanje skupocjenog predmeta, nego prestiž koji se postiže njegovim posjedovanjem i pokazivanjem. Posjedovanje predmeta postaje vidljivo, odnosno treba ga demonstrirati kako bi se pokazala vlastita pripadnost dokoličarskoj klasi. Izgled žena koje su pripadnice privilegirane klase oslikava potrebu posjedovanja odjeće kao statusnog simbola. Iako pripada privilegiranoj klasi, ona je za Veblena zapravo žrtva. Njezina uloga modne lutke čini je posve pasivnom. Ona je tu tek da posvjedoči o bogatstvu i društvenom statusu muškarca u svom životu.

Jednako tako, suvremene klasne modne teorije

svjedoče o suprotstavljanju posredstvom odijela, a ne o konformizmu, kad je u pitanju klasna pripadnost.<sup>3</sup> Moda je proizvod klasne podjele. Ona, s jedne strane, podrazumijeva povezivanje s ljudima istog društvenog položaja, ali i ograđivanje te grupe od onih nižih i nepripadanje toj grupi. Georg Simmel, poput Veblena, smatra da moda nastaje među pripadnicima privilegirane klase. Prema Simmelu, vladajuća klasa teži stalno slijediti modne promjene kako bi zadržala svoj ekskluzivni i privilegirani društveni položaj. U biti takvog nastojanja leži želja da se "pobjegne", odvoji i razlikuje od nižih društvenih slojeva. Gabriel Tarde smatra da se intermentalna aktivnost sastoji od tri procesa: imitacije, opozicije i adaptacije. Fenomen mode vrlo je blizak fenomenu imitacije. Ističe tri zakona imitacije: zakon silaska (od viših ka nižim klasama), zakon širenja pojava geometrijskom progresijom te zakon o preferiranju vanjskog nad unutrašnjim. I Pierre Bourdieu klasni karakter mode vidi u njenoj bitnoj manifestaciji, a to je potrošnja. Pri tom, ono što nazivamo ukus predstavlja srž klasnog ustroja kulture. U djelu *Distinkcija: društvena kritika prosudbe ukusa*, na primjerima istraživanja životnih stilova francuske radničke klase i buržoazije, Bourdieu pokazuje kako su mnogi aspekti života pripadnika različitih klasa podložni klasnoj stratifikaciji (ponašanje, uređenje životnog prostora, ishrane, odijevanja, tjelesne težine). Modni ukus u višim klasama se nasljeđuje posredstvom "kulturnog kapitala". Upravo posredstvom "kulturnog kapitala" privilegirane društvene skupine se održavaju u narednim generacijama.

Neka suvremena istraživanja mode, koja uzimaju u obzir potrošačko društvo i široku dostupnost brojnih odjernih predmeta svim slojevima u društvu, ističu kako ta činjenica za posljedicu ima demokratizaciju mode i brisanje ranijih jasno vidljivih klasnih razlika. Ova stajališta ističu kako su teorije o klasnom karakteru mode, poput Veblenove, svojstvene povijesnom kontekstu 19. stoljeća.

Nove su klasne teorije mode zasnovane na suvremenim kontrakulturalnim odjervnim praksama u kojima moda ne prolazi proces u kojem niže klase

2 Vidi: Fernand Braudel, *Materijalna civilizacija, ekonomija i kapitalizam od XV. do XVIII. stoljeća* (I–III). August Cesarec, Zagreb 1992.

3 Hall/Jefferson, 1976; Hebdige, 1979; vidi: Djurdja Bartlett, "Uzajamnost društva i mode", u: Mirna Cvitan-Černelić, Djurdja Bartlett, Ante Tonči Vladislavić (ur.), *Moda. Povijest, sociologija i teorija mode*. Školska knjiga, Zagreb 2002., str. 17.



oponašaju više nego se koristi stilom kao otvorenom i namjernom pobunom protiv vladajuće klase i njezina sistema vrijednosti.<sup>4</sup> Najbolji primjer pobune potkulture mladih nižih društvenih klasa je *punk* sa svojim specifičnim odjevnim stilom.

Za razliku od klasne teorije, koja naglasak stavlja na klasu, feministička perspektiva mode ukazuje na ulogu spola/roda kao značajne razlikovne kategorije unutar odijevanja. Lipovetsky također ističe kako se pokazivanje spolnih razlika posredstvom odjeće pokazuje mnogo važnijim od isticanja klasnih razlika.<sup>5</sup> Fenomen odijevanja sagledan u kontekstu rodne paradigme, pokazuje kako odjeća može biti sredstvo društvenog nadzora nad ženama, ali i njihove emancipacije. Naročito se, ovisno o povijesnom i sociokulturnom kontekstu, pojedini odjevni predmeti smatraju simbolom društvene, političke ili patrijarhalne opresije, poput marame, vela, steznika, grudnjaka ili zabrane nošenja pojedinih odjevnih predmeta, poput hlača za žene. Zanimljiv primjer donosi *Sarajevski list* od 1. 3. 1911. godine. U rubrici "Ženski svijet" piše se o nemirima zbog ženske mode u Madridu:

"Stanovništvo Madrida povelu je pravu hajku protiv nove ženske mode hlačastih sukanja. Ovih dana su se odigrale burne scene u najživljim ulicama, gdje su žene u hlačastim suknjama otvoreno napadane i ruglu izvirgavane dok su njihovi branitelji dobili batina. Policija je morala intervenirati."<sup>6</sup>

Odbacivanjem steznika i košarica krajem 18. stoljeća, žene nastoje osloboditi tijelo koje se ranije deformiralo steznicima, čeličnim konstrukcijama, jastučićima, umecima. Nadzor nad tijelom u naše doba nije ništa manje drastičan i bolan, što pokazuje različite disciplinirajuće prakse (dijete, vježbanje, plastična kirurgija i dr.), čime nam se iznova nameće socijalni konstrukt tijela koji uznemiruje naš prirodni izgled. U tom smislu, potrebno je uočiti i disciplinirajući i nadzirajući aspekt mode, kao i sofisticirane oblike discipliniranja tijela (Foucault) u reprodukciji modernog patrijarhata, podređenosti i nadzora nad ženama.

4 Ibid., str. 19.

5 Gilles Lipovetsky, *The Empire of Fashion*. Princeton University Press, Princeton 1994.

6 *Sarajevski list*, br. 46, 1. 3. 1911, str. 3.

Važna referenca koja upućuje na emancipacijski aspekt odjeće i mode vidljiva je u historiji ženskog pokreta. Borba za politička prava i emancipaciju žena krajem 19. stoljeća u Evropi imala je neposredan utjecaj na promjenu ženske odjeće. Prodor žena na tržište rada zahtijevao je nošenje praktičnije odjeće koja odgovara novim ulogama. "U radionici žene nose radne bluže, hlače, široke kombinezone, a u gradu haljine otkrivaju gležnjeve. Istovremeno steznik, neprikladan za aktivan život, postaje mekši, a kasnije i nestaje. Paul Poiret čestita na tomu samomu sebi i zaneseno piše: 'U ime slobode obasuo sam hvalom pad steznika i napuštanje grudnjaka.'<sup>7</sup> Oslobođanje ženske siluete ne samo od spona u odijevanju, nego i od društvenih stega i predrasuda koje nastoje održati socijalno podređen i inferioran položaj žena, odražava snažnu potrebu za pružanjem otpora patrijarhalnoj ideologiji. Na ovom primjeru najbolje se oslikava bit mode kao fenomena koji odgovara ukusu vremena. Stoga ne čudi da u razdoblju između dva rata ženska moda u potpunosti prati potrebu i želje žena za emancipacijom i izjednačavanjem u društvu te odvažnošću. Žene puštaju kosu, struk se naglašava, grudi se više ne skrivaju, u upotrebu se uvode kupaći kostimi.

Muškarci su uglavnom bili glavni protagonisti modnih promjena, sve do kraja 18. stoljeća, kada tu ulogu preuzimaju žene. Objašnjenje zašto su žene općenito sklonije modi nego muškarci Simmel nalazi u njihovoj društvenoj podređenosti i kompenzacijskom aspektu mode za ona područja društvene moći i odlučivanja koja su ženama uskraćena. Modu vidi kao svojevrсни ventil iz kojeg izbija potreba žena za individualizacijom, isticanjem i osobnošću.<sup>8</sup> Iris Marion Young ženski užitek u modi nastoji izmjeseliti iz područja tradicionalne ženstvenosti. Budući da pogled na žensku ljepotu kulturno pripada muškarcu, ona predlaže tri "ženska" užitka u odjeći: dodir, povezanost s drugim ženama i maštu.<sup>9</sup> Feministički diskurs ukazuje i na političku dimenziju odjeće.

U različitim historijskim, društveno-političkim i kul-

7 François-Marie Grau, *Povijest odijevanja*. Kulturno informativni centar – Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2008., str. 98.

8 G. Simmel, *Kontrapunkti kulture*, str. 203.

9 Young, 1994; vidi: Dj. Bartlett, "Uzajamnost društva i mode", str. 29.



Pierre Cardin, *Space Age Look* 1968.

---

turnim uvjetima, pokrivanje ženske kose i lica velom različito se doživljava. Problem vremena u kojem živimo ogleda se u tome što se s pozicija moći govori o marami ili zaru u jednini, ili što je još gore o "islamskom zaru ili marami". Nestala je religijska, geografska, kulturna, društvena i politička raznolikost marama, velova i zarova, što ima naročite političke implikacije. Prema zapadnocentričnom pogledu, muslimanska marama je simbol muškog tlačenja i opresije. Suvremena sociološka istraživanja pokazuju da se čak i naizgled opresivni religiozni običaji,

poput pokrivanja islamskih žena velom, mogu različito interpretirati i poprimiti različita značenja. Helen Watson zaključuje da "pisci nemuslimanske vjere smatraju veo opipljivim simbolom opresije nad ženama, ograničavajućim oblikom odijevanja i oblikom društvene kontrole koji putem religije sankcionira nevidljivost žene i njezin podređeni društveno-politički status". No, tako ne misli velik broj muslimanskih žena i pisaca, smatrajući da je *hidžab* (religiozna poniznost) zapravo prednost za ženski rod, jer smanjuje stupanj muške opresije ili

barem pomaže ženama da se lakše nose sa tim problemom. Veo ima ograničavajuću, ali i oslobodilačku ulogu.<sup>10</sup> Razmatranje i razumijevanje mnoštva fenomena koji objašnjavaju položaj žene u društvu, pa i njihovog odijevanja, zahtijevaju razumijevanje historije, tradicije, kulture te određene ambivalentnosti u pogledu različitog značenja koje se pridaje upotrebi marama i velova te pitanju da li žene nose maramu zbog kulturne i etničke raznolikosti, kao pokazatelj socijalnog statusa ili ličnog religijskog opredjeljenja. Veo može biti pokazatelj urbanosti, sofisticiranosti, višeg društvenog položaja, ali opresije i manipulacije interesima i pravima žena u svrhu postizanja ideoloških i političkih ciljeva.

Neke društvene činjenice imale su izravan utjecaj na razvoj odjeće. Odjeća i pojedini odjevni predmeti već su odavno dobili značenje važnog socijalnog i političkog pitanja. Antagonizmi i sukobi na političkom i ideološkom planu očituju se i u praksama odijevanja. Moda i odijevanje su jedan od načina na koje ljudi žele u uvjetima sve većeg globalnog i lokalnog porobljavanja i opresije spasiti i sačuvati unutarnju slobodu i identitet. Identitet se definira kao osjećaj vlastitosti, odnosi se na to što ljudi misle da jesu, šta je ono najvažnije što ih obilježava. Pojam identiteta podrazumijeva odgovor na pitanje ko sam, ko želim biti ili/i ko bih eventualno mogao biti, te ko su drugi. Identitet ne označava jednom zauvijek dato stanje, već se radi o procesu samoidentifikacije, razgrađivanja, ne samo u pogledu individualnog, nego i kolektivnog identiteta. Identiteti ljudi smatrali su se prilično stabilnim identitetima, zajedničkim pojedinim društvenim skupinama i utemeljenim na jednoj ili dvjema ključnim varijablama kakve su klasa i nacionalnost. U novije vrijeme, poststrukturalističke i postmoderne teorije usvojile su vrlo različita stajališta. One upućuju na to da naši identiteti imaju različite aspekte, da se često mijenjaju i da mogu sadržavati znatna proturječja. U skladu s takvim načinom gledanja, ljudi aktivno stvaraju svoje identitete. Pred pojedincima je širok izbor društvenih skupina kojima se mogu pridružiti, a kupnjom i drugim oblicima potrošnje mogu svoje identitete sami oblikovati i katkada mijenjati. Prema nekim autorima, većina ljudi u suvremenim društvima više uopće nema čvrst osjećaj identiteta.

Njihovi su identiteti razmravljeni, fragmentirani ili se sastoje od višestrukih pripadnosti. Sve važnijima postaju identiteti koji se temelje na mnogostrukosti životnih stilova. Istodobno se tvrdi da su identiteti u suvremenim društvima fluidniji. Ljudi mogu mijenjati identitet tokom svoga života. U društvu u kojem tradicionalne veze gube prijašnje značenje, oni mogu izabrati šta ili ko žele biti. Giddens je, na primjer, naglašavao da je jedno od glavnih svojstava modernosti ono što on naziva "refleksivnim projektom sebstva": refleksija i kontinuirani rad pojedinca na vlastitome identitetu. Identitet se uvijek određuje spram nekog drugog, pa je "drugost", tj. princip razlike, relacija u kojoj se definira identitet.

Procesima globalizacije intenziviraju se društveni odnosi i međuzavisnost širom svijeta, definirajući različita značenja i međusobno drukčije ili neočekivane odnose u globalnom kontekstu. Promjene koje se događaju u savremenom globaliziranom svijetu dovode do toga da različite kulture i društva postaju znatno više povezani i međuzavisni. Kulturne raznolikosti većine modernih društava očituju se i u pojedinim tehnikama odijevanja i ukrašavanja poput islamskog vela ili sarija te njihove adaptacije i kombiniranja s elementima iz zapadnih modnih sistema, što je posebno vidljivo u postkolonijalnim kulturama i iseljeničkim kulturama u zapadnim zemljama. Suprotan primjer predstavlja posuđivanje egzotičnih elemenata koje zapadnjačka moda adaptira iz drugih modnih sistema (indijski utjecaji u hipijevskoj modi ili etno-motivi u visokoj modi).<sup>11</sup>

### **Moda i odijevanje kao sredstvo identifikacije i socijalizacije**

Socijalizacija je proces u kojem pojedinci uče i usvajaju kulturu svojeg društva. Kroz proces socijalizacije pojedinci poput glumaca uče društvene uloge. Pojam društvene uloge potiče iz pozorišne terminologije. Društvene uloge se mogu razumjeti kao društveno i kulturno utvrđeni načini djelovanja i ponašanja koja su povezana s društvenim položajem. Društvene uloge organiziraju i oblikuju ponašanja ljudi u društvu. One uključuju međusobno prožimanje različitih činilaca kulture društva, ponašanja pojedinca i odnosa s drugim ljudima. Izvođenje uloga uključuje društvene od-

<sup>10</sup> Michael Haralambos, Martin Holborn, *Sociologija. Teme i perspektive*. Golden marketing, Zagreb 2002., str. 444.

<sup>11</sup> Vidi: Jennifer Craik, *The Face of Fashion. Cultural Studies in Fashion*. Routledge, London – New York 1994.

nose u smislu da pojedinac igra ulogu u odnosu na druge uloge.<sup>12</sup> Erving Goffman, simbolički interakcionista, nastoji utvrditi stupanj u kojem pojedinac biva obuhvaćen pojedinom ulogom. Goffman je u svojoj analogiji između pozornice i socijalne interakcije skovao termin "distanca od uloge", misleći na distanciranost pojedinca od uloge koju igra. U svim društvenim interakcijama postoji *prednji plan* koji se može usporediti sa pozornicom na kojoj pojedinci, zainteresirani za svoje uloge, imaju različite kostime i osobine. Međutim, i u društvenom životu i u pozorištu postoji i *zadnji plan*, odnosno prostor u koji se glumci povlače da bi se pripremili za izvedbu, odnosno prostor u kojem pojedinci prikrivaju svoje uloge i postaju ono što zapravo jesu. U svom *dramaturškom pristupu* u proučavanju uloga, Goffman je pošao od ideje da ljudi u svakodnevnom životu nastoje ostaviti utisak o sebi kakvima bi htjeli da ih drugi vide.<sup>13</sup> Vizuelno predstavljanje uz prateći govor tijela predstavlja značajan dio komunikacije. Prilikom svakog susreta i socijalne interakcije, svi mi osjećamo pritisak tuđih očekivanja ne samo u pogledu našeg ponašanja nego i izgleda. Stoga pojedinci koriste određene fizičke rekvizite, ne samo kako bi se predstavili kao određena vrsta ličnosti, već i kako bi bili prihvaćeni. Naš način odijevanja predstavlja jednu vrstu scenske opreme, to jest pomagala kojima se služimo kako bismo drugima predstavili svoju ulogu i sebstvo. Ljudi su odavno svjesni da se tijelo, odijevanje i šminkanje mogu koristiti kao scenska oprema i da mogu slati različite poruke okruženju. Svako od nas se trudi da se predstavi i potvrdi sebe. To treba činiti na način prihvatljiv za druge, način koji je u skladu s kulturnim normama i koji odgovara našem položaju i položaju drugih učesnika. Tokom socijalnih kontakata služimo se i drugim fizičkim pomagalicama. Dakle, pojedinci se uvijek služe rekvizitima dostupnim u određenoj situaciji. Ti rekviziti nemaju samo funkciju da zadovolje određenu potrebu, nego njihova estetizacija i pomodnost, kao i način njihove upotrebe, mogu bitno utjecati na tok komunikacije. Moda istovremeno izražava i naglašava i nagon za egalitarnizacijom i nagon za individualizacijom, draž oponašanja i draž

isticanja.<sup>14</sup> Mnogo je primjera kada odijevanje nije osobna stvar pojedinca, nego se njime bave društvo i institucije propisujući *dress code* kao sredstvo raspoznavanja i pripadnosti određenoj društvenoj skupini. Odjeća nas, prema tome, svakako određuje i svrstava kao pripadnike određene društvene skupine, klase ili podneblja. Iako je moć kulture i organizacije iznimno jaka, ljudi se ipak opiru njihovoj nadmoći i zahtjevima organizacije, što ukazuje na napetosti između individualizma i neophodne društvene integracije. Rješenje takve napetosti leži u individualizmu i prilagodbi onome što osobno pristaje, uz pridržavanje jednog vrlo širokog okvira općeg stila i aktualne mode, tako da pojedinačna pojava nikada ne "ispada" iz općenitoga, ali se iz njega uvijek *izdvaja*.<sup>15</sup>

### Potrošačko društvo i moda

U suvremenim društvima moda se lako može povezati sa drugim pojmom koji suštinski zavisi od simboličke i kulturne dimenzije, a to je – *stil života*. Stil života može se razumjeti kao obrasce ponašanja u samoizražavanju, interakciji sa drugim ljudima, potrošnji i upotrebi resursa. Suvremena moda obilježena je porastom kupovne moći, demokratizacijom i komercijalizacijom. Već je Veblen ukazao na povezanost mode i potrošnje, pri čemu moda i odijevanje u stanovitoj mjeri demonstriraju vidljivost potrošnje. Proizvodi imaju sve kraći vijek trajanja te u sve kraćim razmacima novi modeli dolaze na tržište, što ima za cilj osnažiti osjećaj individualizacije potrošnje. Potrošački stil sugerira kako je svrha predmeta, pa tako i odjevnih, da pruže zadovoljstvo, koje doduše kratko traje. Novo postaje vrijednost po sebi. Usmjerenost na izvanjsko, uslijed nedostatka refleksivnosti i introspektivnosti, tipična je za civilizaciju u kojoj kvantiteta postaje jedini kriterij. U modi nema gotovih rješenja koja bi vrijedila jednom za svagda. Iluzornost u brzini s kojom takvi modni izrazi prolaze pokazuje kako ludičko sačinjava srž mode. Ono predstavlja izraz težnje za razlikovanjem, izdvajanjem. Moguće je pri tom zapaziti proturječnost utjecaja mode na pojedinca u suvremenom društvu. S jedne strane, birajući određeni stil života i materijalizirajući ga u različitim oblastima života, poput mode i odijevanja, pojedinac je danas u položaju da svoj identitet sâm gradi.

12 Pojam 'uloga' prvi je sistematski upotrebljavao George Herbert Mead, utemeljitelj simboličkog interakcionizma kao teorijskog pristupa, u studiji "Mind, Self and Society" iz 1934. godine.

13 Vidi: Erving Gofman, *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*. Geopetika, Beograd 2000.

14 G. Simmel, *Kontrapunkti kulture*, str. 203.

15 Ibid., str. 229.

Međutim, česta promjena mode, kako primjećuje Simmel, ustvari je veliko porobljavanje pojedinca i utoliko jedan od potrebnih komplemenata stečene društvene i političke slobode.<sup>16</sup>

Praksa tržišnog plasmana robe u poznom kapitalizmu u velikoj se mjeri oslanja na ideju stila života: određena roba i odjeća se poistovjećuju sa stilom života i reklamna poruka se upućuje konkretnim segmentima potrošačkog tržišta, a ne više, kao nekada, neizdiferenciranoj masi potrošača. Pošto je individualni identitet u velikoj mjeri izgubio karakter pripisanosti, pojedinac je danas u položaju da svoj identitet sâm gradi, birajući određeni stil života i materijalizirajući ga u različitim oblastima života: odijevanju i kreiranju svog izgleda, brizi prema tijelu, načinu ishrane, uređenju kućnog enterijera, načinu provođenja slobodnog vremena, oblicima društvenosti, intimnim odnosima, kulturnoj potrošnji. Sloboda izbora u svim ovim oblastima danas je veća nego ikad. Međutim, isti taj proces, na drugoj strani, stvara nove pritiske, u vidu paradoksalne *prinode* da se bira određeni stil života. Nadalje, individualni izbori su temeljno potržišteni – i identiteti su danas postali jedna vrsta robe koja se nudi na prodaju – čime se otvaraju nove mogućnosti otuđenja. Podvrgavanjem diktatu konzumerističkog ponašanja, moda i odijevanje ne moraju, međutim, nužno biti samo rezultat potrebe za društvenim priznanjem nego i potrebe za prilagođavanjem i socijalizacijom. Već je Simmel, pišući o modi kao potrebi spajanja, s jedne, i potrebi odvajanja, s druge strane, što je tipično upravo za modernog čovjeka, tvrdio da se čovjek nalazi ili u situaciji prihvaćanja mode, što osigurava pripadnost grupi, ili u situaciji odbijanja, što ga dovodi do individualnog odvajanja od grupe. Takva ambivalentna situacija nije tipična samo za vrijeme kada je Simmel o tome pisao (početkom 20. stoljeća), nego vrijedi i danas.

Iako, zasada, možemo samo priželjkivati dan kada će se potreba za samoostvarenjem odvojiti od trke za potrošačkim zadovoljstvima, obuzeti magijom reklama i hiperizborom, svjedočimo onom što Gilles Lipovetsky naziva "paradoksalna sreća", u kojoj je emocionalna potrošnja prevladala nad statusnom potrošnjom.

---

<sup>16</sup> Ibid., str. 243.



Dobri!a Denegri

Centar savremene umjetnosti, Toruń

Wonderingmode

---

*Wonderingmode* je naslov izložbe koja je bila realizovana od marta do juna 2013. godine u Centru za savremenu umetnost u Toruńu (Poljska). Budući da je to bila prva izložba posvećena savremenoj eksperimentalnoj modi i dizajnu nakita organizovana u jednoj Poljskoj instituciji za savremenu umetnost, kroz ovaj tekst sam želela da indiciram neke od motiva koji su doveli do njene realizacije. Postavljajući pitanje ne samo kako moda treba da bude izlagana, već i kako bi ona trebala biti razmatrana u okviru ozbiljnijeg teoretskog diskursa, ovaj tekst iznosi određene refleksije o terminu 'moda' (na francuskom 'la mode') od perioda njenog nastanka, koji koincidira sa počecima modernog doba i modernizma, kao i o potencijalnim značenjima koja bi ovaj termin mogao poprimiti danas, posmatran kroz prizmu stvaralačkih i konceptijskih pristupa novih generacija umetnika i modnih kreatora.

---

'Wonderingmode' je hibridni termin u kojem se nalazi mnoštvo potencijalnih značenja riječi 'čudo'/'čuditi se' (čudo, senzacija, spektakl, znatiželja, strahopoštovanje, fascinacija, iznenađenje, divljenje, traženje) i riječi 'mod', koja u ovom kontekstu želi aludirati na modu, stil, izgled, ali i na put, način, pristup, proces ili praksu. Zato je *Wonderingmode* dobar termin za kontekst izložbe posvećene kreativnim putevima koji teže da izvade modu izvan njenih uobičajenih granica i povežu je sa umjetnošću, arhitekturom i dizajnom. *Wonderingmode* se odnosi na izložbu, ali za mene je to značenje puno šire: to je sinonim za stanje uma, za stanje onoga koji se čudi i koji se slobodno kreće, vođen znatiželjom, nagonom za otkrivanjem, željom da se krene putem kojim još niko nije krenuo, prihvatanjem bilo kakvog smjera u kojem bi taj put mogao odvesti. Zato je ova izložba samo jedan (nadam se ne i zadnji) sloj na tom putu, to je samo jedna faza šireg istraživanja te vrste mode koja nadilazi odijevanje, nešto više od imperativnosti i u korist stvaranja predmeta i pojmova hibridnih po definiciji, jer se generiraju kroz križanje i presijecanje različitih područja znanja i različitih proizvodnih procesa.

U stvari, kada pogledamo kolekciju maski/dragulja Ane Rajčević *Životinja: Druga strana evolucije* ili nosive skulpture Husseina Chalayana, Iris van Herpen i Daniela Widriga ili Marloes ten Bhömer, obuzme

nas osjećaj omamljenosti i strahopoštovanja, pitamo se je li ono što vidimo moda, ili umjetnost, ili arhitektura, ili je to susret ovih disciplina i osmoza njihovih vizualnih pozadina? Ili je to možda izazov kako bi se razmotrili parametri klasifikacije koji su, čini se, previše ograničeni za kreacije kojima se žele poništiti razlike između organske i sintetske, između tijela i onoga što se vrti i stvara oko nje, preoblikujući svoje "prirodne" karakteristike. Sa svojim geometrijskim, arhaičnim ili naučno-fantastičnim oblicima, odjevnim predmetima i dodacima iz posljednjih kolekcija, Iris van Herpen, Yuima Nakazato, Emilia Tikka, Mina Lundgren, Kim Hagelind i Ana Rajčević u pravom smislu preoblikuju tijelo, izazivajući isti osjećaj oduševljenja i estetskog šoka koji su kod kubista, dadaista i nadrealista izazivale afričke maske i skulpture prije jednog stoljeća. Više od odjevnih predmeta, njihove kreacije su doista maske i kostimi odgovarajući za ikone transformacije poput Björk ili Lady Gage, ali su također artefakti koji nam omogućuju da lutamo kroz labirint uma, tražeći od nas da im pripišemo mjesto i značenje. Ove kreacije implicitno postavljaju pitanje o modi i njenoj prolaznoj i promjenjivoj prirodi. Termin 'wonderingmode' se opet pojavljuje, ali ovog puta sa naglaskom na drugom dijelu: 'mode'. Njegovo značenje na engleskom je: 'put', 'način'; na francuskom '(la) mode' znači 'moda', a svako od ovih značenja je značajno za prethodno postavljeno pitanje. Štaviše, oba termina nas vraćaju u



Iris van Herpen & Daniel Widrig  
*Crystallization\**, 2010  
3D printana modna kolekcija, poliamid.  
Fotografija: Michel Zoeter  
Ljubaznošću Daniela Widriga

---





Ana Rajčević  
*Animal: The Other Side of Evolution*, 2012.  
Staklena vlakna, poliesterska smola.  
Fotografija: Fernando Lessa  
Model: Anna Tatton  
Frizura i šminka: Sarah Frasca  
Ljubaznošću umjetnice

prošlost, do sredine devetnaestog stoljeća, kada je moda rođena kao kulturna i društvena pojava koju poznajemo i danas.

Etimološki riječ 'mode' dolazi iz latinskog jezika, od riječi 'modus' (način, put), a također je usko povezana sa drugom riječju sličnog korijena – 'modo' (sada, u ovom trenutku), tako da se, čak i ako je riječ 'le mode' korištena u Francuskoj od sredine četrnaestog stoljeća, tek otprilike 1845. godine pojavljuje 'la mode', termin koji označava ono za šta ga i danas koristimo – složeni mehanizam promjene stila kroz cikluse, promjene koja je brza, ali ipak vrlo duboka i dalekosežna.

Zanimljivo je primijetiti da je, paralelno sa pojavom ovog složenog društvenog i kulturnog fenomena, sama riječ 'moda' ('le mode') prošla kroz jezične promjene, ispred sebe dobila član za ženski rod, i postala 'la mode'. Ono što se događa ovdje je promjena od "načina", koji je označavao nešto autoritativno i stabilno, do "mode", koja postaje simbol frivolnosti, prolaznosti i hira. Tako su sudbine mode i ženskog, uključujući i sve stereotype sa njima povezane, postale jako isprepletene, te su dugo vremena bile zanemarene kao važna tema bilo kakvog dubljeg filozofskog i sociološkog promišljanja. No, moda, rođena u isto vrijeme kao i modernost, ostala je pojava koja se ne može isključiti iz dublje kulturne ili društvene analize modernog doba, a za šta dokaze možemo pronaći kod velikih apologeta modernizma i postmodernizma od Baudelairea, Mallarméa, Simmela ili Benjamina do Dorfflesa, Barthesa

i drugih, još savremenijih akademika. Svi oni su bili svjesni psihološke, sociološke i kulturološke moći mode, a za neke od njih čak i oni hiroviti, prolazni i neozbiljni aspekti mode imaju svoj značaj i šarm, što svjedoči jedna od najneobičajenijih epizoda u kojoj su literarno stvaralaštvo i sofisticirane ilustracije služile za "veliki cilj" mode. Bila je to kratka, ali fascinantna epizoda povezana sa jednim od najvećih pjesnika modernističkog doba, Stéphanom Mallarméom. 1874. godine Mallarmé je osnovao *La dernière mode* (*Najnovija moda*), zaista izvanredan modni magazin, koji je donosio ne samo vizualne materijale i književne članke visoke kvalitete, nego i seriju kolumni koje su bile potpisane imenima Mademoiselle de Ponty, Miss Satin, Ix, Zizi, Madame Charles i drugim tajanstvenim ženskim imenima, odnosno pseudonimima pjesnikinja koje su u svakom izdanju opisivale imaginarna putovanja kroz svijet ženstvenosti i mnoštvo njegovih potencijalnih oblika. Ne samo da ovaj primjer pokazuje kako pisanje samo po sebi može postati maska i kostim, nego svaki Mallarméov opis odjeće (stvarne ili imaginarne) postaje dokaz o estetskom i duhovnom idealu vremena, kao i vlastiti ideal. Za svaku kolumnu Mallarmé je konzultirao velike dame iz pariškog društva, studiozno tražio i prikupljao novitete u sezoni, izvještavao o njima, ali pustio je i da njegova mašta luta pod velovima njegovih alternativnih ženskih ega, nudeći nam vrlo posebnu priliku da na modu ne gledamo suviše i površno, kako bi se shvatilo one znakove koji nam omogućuju da na produbljeni način shvatimo realnost i njene estetske paradigme.



Kim Hagelind

*Oscillons*, 2011.

Kolekcija nadahnuta Ben F. Laposkyijevim elektronskim apstrakcijama i oscilonima. Odjeća izrađena od plastike

Fotografija: Alexander Dahl

Ljubaznošću umjetnice

---



Kim Hagelind (vidi opis sa prethodne strane)

Iz svega navedenog mogu zaključiti da bi moda trebala uključivati i element "poruke", postati ponovno "način" da se odmaknemo od potrošačkog i egocentričnog ritma sistema mode i modne industrije. To može postati "način" ili "put" prema alternativnim modelima kreiranja odjeće, stilova, trendova kroz subverzije i neposlušnost prema diktatima konzumerizma i uniformirane estetike. Naime, mlađe generacije dizajnera interpretiraju modu kao "put" koji predlaže različite vremenske i estetske paradigme, pristupajući kritički sezonskim promjenama i standardima modela-ljepotica.

Švedska dizajnerica Minna Palmqvist stvara kolekciju *Intimno društveno* tokom nekoliko godina, dodajući s vremena na vrijeme novi set modela, ali uvijek ostaje vjerna istoj srži koncepta i nazivu. *Intimno društveno* tako postaje kolekcija koja se razvija neovisno od imperativa sezonskih promjena, pa čak i dalje, neovisno o opsjednutosti "savršenim" tijelom. To je "intimno" tijelo, tijelo izlučevina i mesa, koje Minna Palmqvist koristi kao tačku ili mjesto pokretanja kroz izradu odjevnih predmeta koji su poput manifesta protiv dugotrajnog imperativa monumentalnog ženskog lika. Ona spaja i

ujedinjuje "intimno" sa drugima, tzv. "društvenim" ili reprezentativnim tijelom, postižući ne samo efekat izvorne odjeće, nego djelo koje sadrži produktivne i konceptualne pretpostavke, koje nisu mnogo drukčije od onih koje karakteriziraju umjetnički rad. Slično tome, Tomoko Hayashi koristi tjelesne tekućine, iako ne na simbolički nego na praktičan način: njene ljudske suze su materijali od kojih se stvara nakit. Za rad *Ogledalo od suza – dragulj* koristila je tradicionalnu japansku tehniku izrade bombona, izlijevajući u savršeni kalup oblika dijamanta emulziju od šećera, tekućine i boje, da bi dobila nevjerojatno precizne perle poput kristala, koje su prikazane kao dragulji, zajedno sa pričama ljudi koji su sa njom podijelili svoje emocije i suze. Ove bombone-dijamanti postale su novi način za predstavljanje dragocjenog, daleko od bilo kakvih konvencionalnih materijalističkih konotacija. Ovaj rad naglašava dragocjenost emocija i ljudskih odnosa, poništavajući pojam nakita koji je obično vezan za suvišno ili površno. Ovo su samo neki od primjera mogućih "načina" na koji analitički i autorefleksivni stav prema pojmu mode može postati svojstven kreativnom radu dizajnera. To je način koji je uveo Hussein Chalayan, jedan od prvih koji su ispunili svijet mode sadržajima koji nadilaze površinu, stvarajući odjevne predmete i umjetnička djela koja zrcale identitet i stanje suvremene nomadske jedinice, koja je u stanju permanentne promjene između različitih kulturnih kodova.

Stoga je *Wonderingmode* kao put koji nam omogućuje da se čudimo, pa čak i da se izgubimo u prelijepom svijetu hibridnih objekata i transdisciplinarnim kreativnim procesima, ali u isto vrijeme, *Wonderingmode* želi pokazati put (ili način) razmišljanja o modi ne samo kao o nosiocu prolazne promjene, nego i kao shvatanju i prihvatanju mode kao sistema znakova koji stalno traži da se redefinira.



Krešimir Purgar

Sveučilište u Zagrebu

Modni advertising, umjetnost i muškost:  
semiotička, ikonološka i povijesna perspektiva

---

U ovome radu polazi se od pretpostavke da konstrukcija muškog identiteta u reklamnoj fotografiji i videu – kako reprezentacije maskuline snage tako i ambivalentne varijante tranzicijskih identiteta – posjeduju uočljivu povijesnu dimenziju. Modni advertising koristi se kanonskim slikama iz povijesti umjetnosti kako bi na semiotičkoj razini legitimirao izbor suvremenih fotografskih slika i njihovu "transgresivnost". S ikonološkoga stanovišta, riječ je o oponašanju reprezentacijskih obrazaca klasičnih umjetničkih portreta, a kroz njihove estetske i rodne stilizacije redefiniraju se granice morala, ukusa i pojma ljepote. Na taj način, novi estetski kanon stječe povijesno-umjetničko opravdanje i skreće pozornost s politike i estetike rodni identiteta na ikonološke teme. U radu će biti korištene teorijske eksplikacije Mieke Bal, Normana Brysona, Anne Hollander i drugih teoretičara kako bi se na ovome primjeru ukazalo na koncept transhistorijske slike u perspektivi vizualnih studija.

---

"Razdoblje pukog reklamiranja je mrtvo;  
živjela kreativna komunikacija!"  
(Gilles Lipovetsky)

U knjizi *The Empire of Fashion. Dressing Modern Democracy*, posvećenoj utjecaju sustava mode na političke, ekonomske i socijalne procese u suvremenim globaliziranim društvima, Gilles Lipovetsky jedno poglavlje posvećuje i postmodernoj fazi reklamokracije u kojoj je uloga advertisinga poistovjećena sa sustavom mode općenito. Po njegovom mišljenju, suvremeni advertising uvodi komunikacijske procese u radikalno novo stanje koje obilježava prekid s monocentričkim vjerovanjem da mediji zadovoljavaju samo frivolne potrebe ljudi kako bi ti isti mediji služili sustavu totalitarne političke kontrole. Upravo modna logika advertisinga uvodi u komunikacijske procese svojevrsno dijalektičko načelo prema kojemu se otpor totalitarizmu uspostavlja uživanjem u površnim zadovoljstvima i fantaziji, te upravo načelo osobnog užitka i slobode utjelovljuje fundamentalno novu ulogu *i* mode *i* advertisinga. Međutim, načelo slobode nije nužno ili automatski u korelaciji s naprednim civilizacijskim dostignućima za koje se pretpostavlja da ih sloboda po definiciji omogućuje. Lipovetsky kaže

da je u advertisingu kao paradigmi moderne komunikacije nestalo dubine i sve se odvija na površini; puka *igra* riječima preuzela je borbu za *smisao* tih riječi; kreativna inteligencija reklamne i modne industrije u potrazi je za velikim idejama koje ne žive dulje od jedne sezone. Ako je moda bajkovita zemlja privida, advertising je nesumnjivo bajkovita zemlja komunikacije.<sup>1</sup> Na radikalno postmodernistički način, Lipovetsky priznaje demokratski potencijal mode i reklame, kao i njihov utjecaj na individualne slobode pojedinaca, ali priznaje da je ta sloboda ograničena unaprijed postavljenim – premda mnogobrojnim – izborima:

"Snaga advertisinga je paradoksalna: presudna je za biznis, ali bez velikih posljedica za pojedinca, te na taj način ima učinak samo u području nebitnoga. U skladu s površnošću vlastitih poruka, i sam adver-

1 Vidi: Gilles Lipovetsky, *The Empire of Fashion. Dressing Modern Democracy*. Princeton University Press, Princeton 1994., str. 156–168.

tising posjeduje tek površinsku snagu; to je nešto poput nultog stupnja snage u usporedbi s onime što je potrebno za egzistenciju pojedinca. On nesumnjivo igra ulogu kod donošenja individualnih odluka, ali samo na način relativne ravnodušnosti koju svakodnevno stvara društvo sve većeg izobilja. Neke stvari treba ponovno razmotriti. Utjecaj reklame ne poništava slobodu čovjeka. Suprotno tomu, reklama djeluje na najnižoj razini te slobode, tamo gdje vlada ravnodušnost, tamo gdje postoji ekscelentna mogućnost izbora između stvari koje se vrlo malo razlikuju.<sup>2</sup>

Lipovetsky, dakle, ne smatra da je funkcija medija i njima pripadnih frivolnih sadržaja totalitarna, priznajući, doduše, da je sloboda biranja nerelevantnih predmeta tek najniži oblik konzumerističke demokracije, te zahtijevajući da ovaj problem sagledamo u drugačijoj perspektivi. Na tragu njegove medijske dijalektike je i ono što Julia Emberley naziva "fashion apparatus", unutar kojega je sloboda da stvaramo vlastite kodove identiteta ograničena ključnim problemom da su ti kodovi već uvijek unaprijed stvoreni upravo zahvaljujući medijima, te da se koncept mode (a modnog advertisinga još i više) temelji na nerazrješivoj unutrašnjoj kontradikciji mode kao sustava:

"Modna etika nalaže da moda ne ograničava imaginaciju pojedinca ili da ne ovladava tijelom za svoje vlastite interese. Ono što *fashion apparatus* nudi, dakle, nije moda po sebi, nego mogućnost da pojedinci sami stvaraju modu, da se oslobode okova svakodnevice što uskraćuje užitak, zadovoljstvo, osjećaj i iskustvo vlastitosti. Ali, kako bi otvorio prostor želje za tu vrstu 'slobode', *fashion apparatus* mora poći od pretpostavke da otuđenje, nezadovoljstvo sobom, dosada i sterilnost uistinu postoje. Neumitno proizvođači vlastite kontradikcije, *fashion apparatus* stavlja pred subjekte mnoštvo izbora obilježenih dvama ekstremima: totalnom slobodom na jednoj strani i apsolutnom kontrolom na drugoj."<sup>3</sup>

Po mojem mišljenju, perspektiva koja nas neće ponovo vratiti u začarani krug medija i kapitala s

jedne strane, političke ekonomije s druge, te identiteta kao posljedice djelovanja kapitala i ekonomije s treće strane jest ona kroz koju pojmove mode i reklame, kao i njihove kreativne učinke, vrlo rijetko promatramo, a to je povijesno-umjetnička veza semiotike tijela, tj. u konkretnom slučaju – reprezentacije muškosti kroz dijakronijsku perspektivu koja obuhvaća tradicionalne umjetničke artefakte i "frivolnu" sferu mode i advertisinga. Da bismo se upustili u ovaj poduhvat moramo unaprijed pristati na neke od teza kojima vizualni studiji, kao znanost o slikama, uspostavljaju svoju teorijsku i društvenu relevantnost: s jedne strane, moramo se suglasiti s time da kanonizirana umjetnička djela mogu biti iskorištena u "neumjetničke" svrhe, tj. da ih za potrebe ovog istraživanja iskoristimo ne samo kao umjetničke predmete nego, prije svega, kao svojevrsni forenzički dokazni materijal u postupku dijagnosticiranja slikovnih fenomena. Kao drugo, potrebno je da "trivijalne" slike modnog advertisinga pokušamo sagledati u perspektivi koju bih preliminarno nazvao *transhistorijskim* slikovnim sustavom. Neupitna vrijednost i spoznajna moć umjetničkih artefakata kao dominacija selektivno izabranih predmeta na ovaj bi način ušla u dijalog s trivijalnim slikama "bez značaja" modnog advertisinga i tako nam otvorila put prema sveobuhvatnijim modelima percepcije primjerenijima zaokretu prema slici u digitalno doba.

Jedna od najranijih sustavnih znanstvenih refleksija o semiotičkim aspektima advertisinga, nakon prvih uvida Rolanda Barthesa, pripada svakako Judith Williamson i njenoj knjizi *Decoding Advertisements*, izvorno objavljenoj još 1977. godine. Njene analize širokog raspona primjera iz oglašavačke prakse sedamdesetih danas se mogu doimati ponešto zastarjelima, ali to je samo zato što se praksa advertisinga u posljednja četiri desetljeća znatno izmijenila, a ne zato što su njeni primjeri izgubili paradigmatičnu valjanost. Ono što je ostalo nepromijenjeno u njenoj univerzalnoj hermeneutici komercijalnih slika, što njena tumačenja singularnih reklamnih kampanja i dalje čini uvjerljivima, jest funkcionalnost i temeljna logika same semiotičke teorije bazirane na strukturalnoj lingvistici Ferdinanda de Saussurea, koju je ona dosljedno provodila. Kako bi obrazložila vlastitu metodu kritike *sadržaja oblikâ* i razloge primjene semiotike na reklamne artefakte, ona u spomenutoj knjizi tvrdi da do mnogo zanimljivije razine značenja reklamnih tekstova,

2 Ibid., str. 165.

3 Julia Emberley, "The Fashion Apparatus and the Deconstruction of Postmodern Subjectivity", u: Arthur Kroker, Marloise Kroker (ur.), *Body Invaders. Panic Sex in America*, New World Perspectives, Montreal 1987., str. 47–60.

kao i do njihovoga potpuno novog smisla, možemo doprijeti samo ako dopremo do *načina* na koji oni znače, te pokušamo analizirati samu paradigmu pomoću koje funkcionira njihov unutarnji "jezik oblika". Ono što reklama "govori" samo je ono što *tvrdi* da kaže, smatra Williamson, i to je dio "obmanjujuće mitologije reklamiranja" bliske tezama Lipovetskog, koja nas, kao što smo vidjeli, navodi da vjerujemo kako je reklama frivolno, lako razumljivo i nadasve transparentno sredstvo za "poruku" u njenoj pozadini. Za razliku od francuskog filozofa, koji se zadržao na socijalno-konzumerističkom aspektu reklamiranja, američka teoretičarka u problematiku odnosa teksta i slike – zapravo, vizualne diskurzivnosti – ulazi specifično semiotički i pojmove poput *oblika* i *sadržaja* (reklamne poruke) prisposobljuje klasičnim terminima *označitelja* i *označenog*, što je metoda koju ćemo i u ovoj raspravi sustavno koristiti. Judith Williamson posebno je smatrala bitnim ukazati na moguća značenja reklamnih poruka koja se nipošto ne iscjpljuju jednostavnim povezivanjem slikovne i diskurzivne razine oglasa. Ona o tome piše:

"Sigurno je da velik dio svake reklame čini 'poruka': nešto nam govori o proizvodu i traži od nas da ga kupimo. Informacije koje dobivamo često su neistinite, a čak i da jesu istinite, uvjeravaju nas da kupimo proizvode koji su nam nepotrebni, proizvedeni su na štetu okoliša i prodaju se na račun ljudi koji su ih proizveli. Kritika advertisinga na ovim temeljima je valjana, i ja bih je podržala. Međutim, ta kritika je na mnoge načine i najveća prepreka svakom istinskom razumijevanju uloge reklama, jer se temelji na pretpostavci da su one samo nevidljivi prenositelji određenih nepoželjnih poruka i da prenose značenje samo vidljivim 'sadržajem' oglasa, umjesto i njegovim 'oblikom' – drugim riječima, ignorira se 'sadržaj' 'oblika'. (...) 'Oblik' je nevidljiv: niz odnosa, kostur kojeg valja popuniti 'sadržajem', koji se smatra materijalnim, pouzdanog značenja. Te konotacije čine termine 'oblik' i 'sadržaj' posebno neprikladnima za moj argument, jer se temelje na pretpostavci da su prenositelji poruke predmeti – predmeti sa značenjem – u sebi samima; i da su poruke te koje postoje u području idealnog. Terminologija koju ću koristiti umjesto 'oblika i sadržaja' je 'označitelj i označeno'. To nije jednostavna zamjena, ažuriranje termina, već uključuje potpunu promjenu naglaska. Označitelji su stvari, dok je oblik nevidljiv; označeno su ideje, dok sadržaj implicira materijalnost. Nadalje, dok se oblik i sadržaj

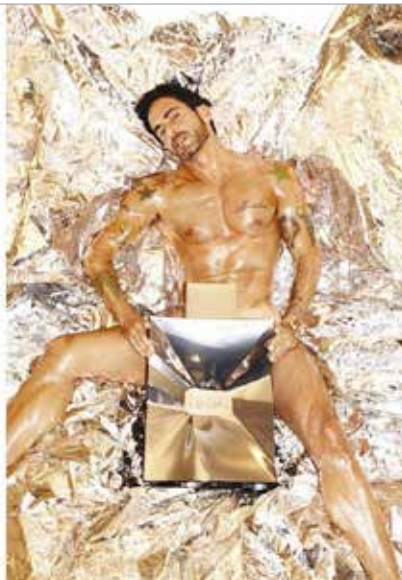
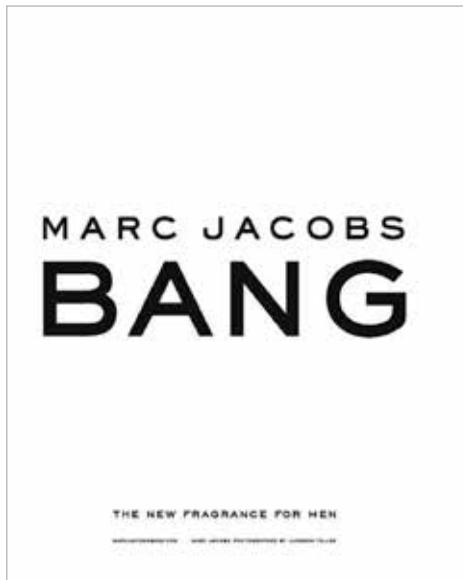
obično vide odvojeno i njihovo konceptualno jedinstvo je suprotstavljeno (oblik nasuprot sadržaju), označitelj i označeno materijalno su neodvojivi, jer su zajedno vezani u *znak* koji čini njihovu cjelovitost. O onome na što se *misli* znakom, označenim, može se govoriti odvojeno od onoga što ga znači, označitelja; no razumijevanje ove terminologije uključuje shvaćanje da oni *zapravo* nisu odvojeni ni u vremenu ni u prostoru: označeno nije niti unutarnje niti vanjsko znaku kao cjelini. Stoga moja uporaba tih riječi ima po sebi vrlo posebno značenje: ona naglašava i materijalnost i značenje označitelja u bilo kojoj komunikaciji.<sup>4</sup>

Sada nam predstoji da razmotrimo o kakvoj vrsti slika uopće želimo ili možemo govoriti, tj. mogu li slikovni artefakti od kojih polazimo u analizi, bez obzira radi li se o umjetničkim slikama ili novinskim oglasima, ostati u istom kategorijalnom statusu u kakvom su bile kao "sirovi" materijal? Drugim riječima, gube li one u egalitarničkoj metodi vizualnih studija nepovratno svoju karakterističnost zbog koje smo ih i uvrstili u ovu dijakronijsku analizu? Mislim da nam semiotika ovdje može pomoći da prevladamo podjednako povijesne i kategorijalne razlike. Charles Levin tvrdi da ljudi razmišljaju o slikama prije svega kao o sjećanju iz domene vlastitog iskustva, kao o naknadnom učinku viđenog ili doživljenog, kao o nečemu što je naknadno stvoreno – kao o *afterimage*. Slike kao naknadno proživljeno iskustvo disciplinarno su područje semiotike i sve ono što smo u stanju doživjeti kao slikovnu činjenicu (riječi, snove ili same slike) možemo zamisliti da je sastavljeno od pojedinačnih označujućih elemenata – označitelja – koji tvore sustave reprezentacije.<sup>5</sup> Levin tvrdi da je Baudrillardova politička ekonomija znaka, tj. simulakrum kao njegov posljednji stadij, zapravo logično proširenje Lacanovoga "sociologiziranog nesvjesnog", a što se kod Baudrillarda pretvara u subjekt kao "označitelj nekog drugog označitelja". Na taj način, i cjelokupna kultura biva svedenom na sustav, tj. na "čisti nepatvoreni znak" i tada neumitno biva podvrgnutom djelovanju nepredvidivih učinaka i intersemiotičkih preskoka.<sup>6</sup> U

4 Judith Williamson, *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. Marion Boyars Publishers, London 1994.

5 Vidi: Charles Levin, "Carnal Knowledge of Aesthetic States", u: A. Kroker, M. Kroker (ur.), *Body Invaders*, str. 99–119.

6 Vidi: *ibid.*, str. 101.



Marc Jacobs  
*Bang*, 2010.  
Fotografija:  
Jürgen Teller

strukturalističkoj, a pogotovo poststrukturalističkoj opoziciji između prirode i kulture uvijek se ovu potonju doživljava kao formalističku igru kodova, konvencija i zakona. Suština problema tumačenja svijeta i kulture kao znakova, smatra Levin, jest u pojmu i praksi *dekonstrukcije* semiotičkog trojstva označitelja, označenog i referenta, što uvijek unaprijed onemogućava dovršenje bilo kojeg procesa označavanja i stvara neprekinuti lanac uvijek novih značenja – *semioze*.

Vizualni studiji se na izvjestan način pokušavaju ubaciti unutar samog procesa semioze i, poput magnetske rezonance, dati sliku sustava kao trenutni presjek različitih procesa, ali onakvih kakve smo u stanju vizualno protumačiti, a ne kao vrijednosni sud ili dijagnozu povijesnog tijeka. U tom smislu, u okviru semiotike vizualni studiji prisvajaju neke dekonstrukcijske taktike utoliko što "pretpostavljaju da je označitelj formalni početak racionalističke misli" te da je on "osnovna početna sastavnica koja nam omogućuje da stvorimo nova značenja analizom, apstrahiranjem ili supstitucijom". Međutim, "dekonstrukcija se samo poigrava s mogućnostima označitelja, a ne propituje izvorno mjesto označitelja u procesu redukcije", te "smatra da analiza započinje pisanjem i formaliziranjem sta-

tusa *riječi*, a ne statusa *tijela* u čije ime govori".<sup>7</sup> Razliku između semiotičke nezaustavljive proizvodnje značenja *povezivanjem označitelja* na jednoj strani i dekonstrukcijske proizvodnje značenja *razgradnjom znaka* na drugoj pokušat ću ovdje uspostaviti upravo na temi i slici muškog tijela u transhistorijskom presjeku umjetnosti i modnog advertisinga.

Umjetnost i moda spojeni su mnogo češće nego što smo u stanju primijetiti svakodnevnim uobičajenim promatranjem. Pojmove poput minimalističkog, retro ili baroknog stila susrećemo relativno često i vežemo ih za podjednako za pojedine umjetničke epohe iz bliže ili dalje povijesti kao i za suvremene estetske paradigme. Dakako, ne prepoznajemo društvene ili umjetničke konvencije *samo* kroz stil, premda je, kada govorimo o modi, upravo stil najprepoznatljivija razlikovna kategorija. Međutim, ako atributima stila dodamo narativne, ikonografske ili simboličke aspekte i upotrijebimo ih u radikalnome dijakronijskom preskoku možemo doći do vrlo zanimljivih uvida. Relativno novija reklamna kampanja za parfem Marca Jacobsa *Bang* prikazuje gotovo mitsku verziju muškarca koji posjeduje sve

<sup>7</sup> Ibid., str. 104 (kurziv dodan).





Faun Barberini,  
oko 220. g. p.n.e.



Caravaggio  
Sv. Ivan Krstitelj, 1604.

karakteristike idealnog mušjaka, od pravilnih crta lica ukrašenog kratkom bradom do savršeno razvijene muskulature. Jedini je "problem" što idealnog mušjaka ne vidimo u dominantnoj pozi koja nadopunjava njegovu snagu nego ga zatječemo u pozi, kako bi to Gianni Vattimo rekao, "slabog subjekta", zapravo, u ovom slučaju – seksualnog objekta. Nije toliko važno osjećamo li prema prikazanom liku požudu kao prema muškarcu koji se nudi pogledu istog ili suprotnog spola; važnija je činjenica da se on podjednako nudi *svima*. Njegova muskulatura ovdje nije simbol moći nego estetski element u službi požude.

No, jesmo li sigurni da je to posljedica seksualnog oslobođenja koje je tek nedavno i muškarcima dalo priliku da bez osude društva postanu ili se barem osjećaju kao žene, ili smo nešto slično već ranije negdje vidjeli, recimo, prije dvije tisuće godina? Antička rimska skulptura *Faun Barberini* iz 220. godine prije nove ere bila je u svoje vrijeme simbol homoerotske ljepote, ideal kojim su se stoljećima kasnije nadahnjivali i umjetnici poput Caravag-

gia i Michelangela, tj. svi oni koji su bili uvjereni da mušku ljepotu ne treba poistovjećivati sa snagom i dominacijom, nego da je treba kombinirati s ikonografskim konstantama *ženskog* tijela koje se uvijek predaje ili biva predanim – pogledu, požudi ili fizičkom kontaktu. *Faun Barberini*, jednako kao i *Bang* Marca Jacobsa, predstavljaju muško tijelo kao kontingentno mjesto ljepote. Kako bi to učinili, oni moraju najprije dekonstruirati mit o muškarcu kao izvoru superiorne snage i osloboditi muško tijelo obveze simboliziranja apriorne dominacije. Ukoliko želi skrenuti pozornost na svoju ljepotu, savršeno muško tijelo mora preuzeti elemente prikazivanja ženskog tijela koje je milenijima umjetničke povijesti – ikonografski i stilski – prilagođavano i oblikovano prema kanonima ljepote.

U svojoj kultnoj knjizi *Seeing Through Clothes*, Anne Hollander upućuje nas na jedan aspekt erotiziranog prikazivanja ženskog tijela kroz povijest umjetnosti, a koji bi i ovoj raspravi o muškom tijelu mogao dati širu perspektivu. Naime, Hollander primjećuje da je razodijevanje, skidanje odjeće ili otkrivanje samo

pojedinih dijelova tijela razvidna autorska taktika seksualizacije tijela i njegove prilagodbe heteroseksualnom ukusu promatrača.<sup>8</sup> Ona se nadovezuje na poznate teze Kennetha Clarka o razlici između goloće i nagosti (*nakedness* i *nudity*), pri čemu je, kao što je poznato, goloća označavala "neidealizirano golo tijelo konkretne osobe", dok nagost predstavlja "idealiziranu depersonaliziranu sliku".<sup>9</sup> Premda primjećuje da ova oštra distinkcija teško može biti primijenjena na sve primjere reprezentacije golog tijela u praksi, Hollander je smatra korisnom operativnom tezom jer "može nam dobro poslužiti uvijek kada na nekoj slici želimo analizirati odnos tijela bez odjeće s odjećom koja nedostaje. Slijedimo li Clarkovo pravilo, gola figura uvijek je u vezi sa stvarnom odjećom, obično suvremenom; nagost pretpostavlja draperiju. Zamućivanje te razlike može i samo postati namjerno korištenim dinamičkim elementom u umjetničkim aktovima kako bi se pojačao

8 Vidi: Anne Hollander, *Seeing Through Clothes*. University of California Press, Los Angeles 1993. Američka teoretičarka referira se na Clarkove teze iz njegove knjige *The Nude. A Study in Ideal Form*. Doubleday Anchor, New York 1956.

9 Pored ove poznate Clarkove opozicije, još jedna "ikonička" ideja dualiteta koja definira tradicionalno doživljavanje tijela kao socijalne konstrukcije je ona Johna Bergera, prema kojoj muškarci *djeluju*, a žene se *pokazuju*: "U skladu s uporabom i konvencijama koje se barem propituju, ali ipak nisu potpuno prevladane, društvena uloga žena i muškaraca suštinski se razlikuje. Držanje muškarca ovisi o moći koju utjelovljuje. Ako je njegova moć velika i vjerojatna, njegova je prisutnost primjetna. Ako je moć mala, odnosno manje vjerojatna, tada je i njegova prisutnost neprimjetna. Prikazana moć može biti moralna, fizička, karakterni, ekonomska, društvena, spolna – no njezin je objekt uvijek izvan muškarca. Držanje muškarca sugerira što je on sposoban učiniti nekome ili za nekoga. Njegovo ponašanje može biti lažno u smislu da se pretvara da je sposoban za nešto za što nije. No izgovor je uvijek moć koju ima nad drugima. Suprotno tomu, žena svojim držanjem izražava svoj vlastiti stav prema sebi i definira što joj se smije učiniti, a što ne. Njezino držanje očituje se u njezinim pokretima, glasu, mišljenjima, izrazima, odjeći, odabranom okruženju, ukusu – doista sve što radi doprinosi njezinom držanju. To je držanje toliko svojstveno ženskoj osobi da su ga muškarci skloni smatrati gotovo fizičkim isijavanjem, vrstom topline ili mirisa ili aure. (...) Mogli bismo to jednostavno reći: *muškarci djeluju*, a *žene se pokazuju*. Muškarci gledaju žene. Žene gledaju kako ih gledaju. To ne određuje samo većinu odnosa između muškaraca i žena već i odnose između žena samih. Nadzornik u samoj ženi je muškarac: nadgledana žena. Tako se ona pretvara u objekt – odnosno točnije u objekt gledanja: prizor." John Berger, *Ways of Seeing*. Penguin Books, London 1977., str. 45–47.

učinak slike. Umjetnici su uvijek koristili mogućnost da prikažu neutralna, klasicizirajuća tijela što proviruju ispod stvarne odjeće ili pak idealizirane draperije što prekrivaju vrlo realistična gola tijela.<sup>10</sup>

Drugim riječima, upravo je u međuprostoru idealizacije i profanacije golog tijela ležao put prema bezvremenoj ljepoti tijela i estetici kao pojmovnoj kategoriji na jednoj strani i razgoličenom, putenom tijelu od krvi i mesa na drugoj. Približavanjem stvarnosti i udaljavanjem od nje umjetnici su kontrolirali stupanj transgresivnosti vlastitih djela, programatski vodeći erotsku maštu promatrača s onu strane granica moralne prihvatljivosti.

U televizijskom spotu za *Paco Rabanne Invictus* vidimo postmodernistički *camp-pastiche* u kojem je spojena vizualna estetika nogometne Lige prvaka kao metafore gladijatorske arene s vizualnim elementima antičke mitologije. U našem slučaju glavnu ulogu igra "vrhunski bog Zeus", utjelovljen u nogometašu kao apsolutnoj divinizaciji, ali važnu ulogu igraju i ženske figure, prijateljice bogova, ali i same božice – ljepote, kreativnosti, prirode i plodnosti – Agleja, Eufrozina i Talijsa. Doduše, u manje antikizirajućoj viziji ovog spota, ženske likove možemo protumačiti jednostavno kao *cheerleaders*, a Zeusa kao Garetha Balea, ali to nimalo ne umanjuje relevantnost ponudjenog primjera. Nas ovdje zanima, prije svega, vizualizacija muškog tijela i uvjeti pod kojima ono simbolizira opće i specifične osobine muškosti, pri čemu nam je posebno zanimljiva teza Anne Hollander da je naročito kreativan prostor umjetničkog djelovanja bio onaj između dviju varijanti reprezentacije: *klasiciziranog* tijela prekrivenog *stvarnom* odjećom i *idealiziranog* draperije ispod koje izranja *realistično* golo tijelo. Pogledajmo naprijed odgovaraju li ženski likovi spomenutoj dijalektici: djevojke-božice prekrivene su laganim bijelim tkaninama koje ne izgledaju kao da su posebno krojene kako bi pristajale samo ženskom tijelu ili da pripadaju određenom modnoj stilskoj epohi. To su jednostavni, svezreмени komadi tkanine koji služe univerzalističkoj ili transhistorijskoj viziji cjelokupnog spota. Tome pridonose i ženska tijela koja možemo opisati kao potpuno sukladna klasičnom idealu ljepote. Dakle, reprezentacija ženskog tijela ovdje ostaje u domeni zapadno-kršćanskog mod-

10 A. Hollander, *Seeing Through Clothes*, str. 157.



Paco Rabanne  
*Invictus*, 2013.  
Režija: Alexandre Courtes

ela ljepote koji je u svome povijesno-umjetničkom razvoju vezan uz klasične estetske ideale i utoliko, prema spomenutoj tezi Hollanderove, ženski likovi u ovom slučaju nisu osobito umjetnički zanimljivi.

Kontrapunkt tomu je, naravno, muški lik "Zeusa" (ili "Garetha Balea") čije je idealizirano tijelo svjesno profanirano neo-gotskim tetovažama i donjim odjevnim predmetom nalik na trenirku ili neki drugi *casual* komad. Na taj način, Zeus kao mitsko božanstvo ili nedodirljivi nogometni superstar postaje jednim od nas i despektularizira medijski sustav zvijezda i glamura. Nalazimo se na terenu tipične reklamne strategije približavanja udaljenih svjetova i ostvarenja snova u mas-medijskom svijetu iluzija. Ali, vratimo li se četiri stoljeća u prošlost, vidjet ćemo da je vrlo sličnu dijalektiku goloće i divinizacije primijenio i talijanski barokni majstor Caravaggio na svom *Ivanu Krstitelju* iz 1604. godine. Caravagiov ljepušasti adolescent svojom tjelesnom konstitucijom ne odaje simbolički značaj koji njegov lik ima u biblijskim novozavjetnim pripovijestima; uronjen u svoj vlastiti svijet, s križem koji je tako okrenut da se jedva vidi, lišen bilo kakve svetosti ili naznake prostora u kojemu se nalazi, Ivan bi se u potpunosti doimao kao *boy next door* da nije te raskošne grimizne draperije koja prizoru daje nadrealno teatralni dojam. Na isti način na koji se božansko tijelo "Zeusa" iz *Paco Rabannea* donjim dijelom trenirke približilo običnim smrtnicima, tako se i Caravagiovu nejakom tijelom Ivana Krstitelja

približilo božanskim sferama zahvaljujući teškoj crvenoj draperiji.

Mieke Bal još jednom nam skreće pozornost na činjenicu ikoničke seksualiziranosti Caravagiovog *Ivana Krstitelja*, ali to čini kako bi u samostalan diskurs reprezentiranog tijela dodala za vizualnu snagu slike presudnu ulogu promatrača. Nizozemska teoretičarka se najprije referira na mnoga tumačenja ove slike u ključu umjetnikove istospolne orijentacije, i sama priznajući njen homoerotski potencijal što proizlazi iz karakteristične poze raširenih nogu lika, zatim dijelova draperije i koljena kao faličkih simbola ili pak iluzionističke slikareve vještine koja sjenama i teksturama čini od *Ivana Krstitelja* stvarnu i dostupnu osobu. Međutim, ono što, po njenom mišljenju, na ovoj slici potpuno ruši barijeru između reprezentacije i stvarnosti jest "pripovijedanje u drugom licu", dojam da se slika obraća promatraču tako što ga uključuje u vlastiti narativni svijet. Za razliku od većine slika koje pripovijedaju o nečemu što se dogodilo nekome drugome – dakle, reprezentiraju "u trećem licu" – u slučaju *second-person* narrative *Ivan Krstitelj* postaje *ti*, a promatrač postaje *ja*. Mieke Bal pojašnjava:

"Nasilna, kao što je i sama ljubav, slikarska površina određuje na koji će način 'drugo lice' potvrditi subjektivnost prvog lica, tj. kakvu se vrstu subjektivnosti želi proizvesti i na koji se način mora uključiti promatrača: ne samo njegovu golu, apstraktnu, teo-

rijsku, rastjelovljenju mrežnicu oka, nego njegovo tijelo kao svjesnog sudionika u vizualnom događaju. Pripovijedanje u drugom licu, o kojemu ovdje govorim, utoliko možemo smatrati erotskim jer osigurava tjelesno sudjelovanje.<sup>11</sup>

Premda funkciji tijela i odjeće kod talijanskog baroknog majstora Mieke Bal pridružuje elemente teorije naracije te lakanovske teorije pogleda, dijalektičko načelo koje pokreće procese osvještavanja muškosti ima isti učinak na identifikaciju promatrača s glavnim protagonistom i kod Paca Rabannea i kod Caravaggia: promatrač zamišlja da snažno tijelo božanstva može makar na trenutak postati njegovo vlastito, jednako kao što slabo tijelo može postati simbolom snage promatračeve vjere.

Obratimo sada pozornost na sliku *Suzana i starci* Jacopa Tintoretta iz 1556. godine. Konstituiranje erotske dimenzije ovog prikaza odvija se izvan domene tijela u užem smislu, tj. izvan tijela kao objekta: premda je glavni lik prisutan u punom elementu vlastite ženskosti, svoj erotski učinak slika ostvaruje višestrukim fokusiranjem pogleda promatrača *uokolo* tijela i *pored* tijela. Anne Hollander skreće nam pozornost na dijelove odjeće, ogrtač, ručnik i korzet, koje je Suzana skinula sa sebe, neobzirno ih odbacivši na tlo.<sup>12</sup> Premda odbacivanje odjeće nužno vodi razotkrivanju tijela, ono što presudno pridonosi erotskom učinku nije deidealizirana *nakedness* ženskog lika nego njegova *namjera* izlaganja tijela pogledu, vlastitom ili tuđem, svedjedno. Budući da ova maniristička slika zadržava koncept idealizacije starozavjetnog motiva, realističnost je u njoj postignuta ponajprije stvarnom odjećom koju je Suzana skinula sa sebe, a potom i impliciranim činom razodijevanja koji je prethodio samome reprezentiranom prizoru. Na taj način, Tintorettova slika objedinjuje idealizaciju tijela oblikovanog prema kanonima ljepote kasnog *cinquecenta* s deidealiziranim, profanim učinkom seksualne stimulacije, vrlo bliskom suvremenim prikazima lako dostupnog savršenstva o kojima govori Gilles Lipovetsky.

11 Mieke Bal, *Quoting Caravaggio. Contemporary Art, Preposterous History*. The University of Chicago Press, Chicago 1999., str. 187–189.

12 Vidi: *ibid.*, str. 160.

Jedan od mogućih primjera za to je oglas Dolce&Gabbana u kojemu vidimo muški sex-simbol Matthewa McConaugheya kako raskopčane košulje, poput starorimskog Fauna, sjedi zavaljen u fotelji s mekanim i predimenzioniranim jastucima, lako možemo pretpostaviti, u lobbyju nekog hotela s pet zvjezdica. Ono što dodatno erotizira McConaugheyjevo idealizirano tijelo na ovoj slici je isto ono što deidealizira i čini dostupnim Suzaninu ljepotu, a to je *prethodeći kontekst*<sup>13</sup> u kojemu je smješteno tijelo ponudeno za vizualnu konzumaciju: u Tintorettovom slučaju to je Suzanin *striptease* koji je izvela pred pohotnim starcima, a u McConaugheyjevom slučaju to je njegova implicitna uloga muške prostitutke visoke klase, koju za određenu novčanu kompenzaciju svatko može posjedovati. U oba slučaja, tijelo je vizualni fokus slike, ali ljepota tijela ne proizlazi ponajprije iz njegove estetske privlačnosti nego iz *privida demokratskog* uživanja u tijelu savršene ljepote.

Zadržimo se još malo u međuprostoru obilježenom goloćom i nagošću, stvarnošću i mitom, razotkrivanjem vlastitog i tuđeg tijela. Anne Hollander tvrdi da je seksualni naboj slike mnogo veći kada je uz golo ili nago tijelo prisutno i ono odjeveno, a jedno od tradicionalnih mjesta izloženosti muškog tijela pogledima odjevenih osoba je motiv oplakivanja Isusa – *Pietà*. U Novom zavjetu, odnosno Evanđelju po Ivanu, opisan je trenutak kada vojnici skidaju Isusu njegovu odjeću:

13 *Prethodeći kontekst* mogli bismo definirati kao nešto što u samoj slici fizički ne vidimo ali *to* prepoznamo kao potencijalnu posljedicu događaja koji su prethodili prikazanom motivu; poput razloga ili motivacije zbog kojih likove vidimo upravo u pozi u kakvoj ih zatječemo, a ne u nekoj drugoj. Prethodeći kontekst je, s jedne strane, izrazito spekulativne prirode – jer nikada ne možemo doista znati što je prethodilo prizoru; realitet slike obuhvaća tek jedan infinitezimalni trenutak, poput dvije fotografije koje nikada ne mogu biti potpuno identične. S druge strane, reprezentirani prizor može nam ispričati jako mnogo detalja koji mogu znatno smanjiti nepoznanice oko toga "što se doista dogodilo". Ovo se posebno odnosi na prizore povijesnih događaja za koje postoji čvrsto utvrđeni uzročno-posljedični niz o tomu zašto i kako se nešto dogodilo. O tome vidi opširnije u: Krešimir Purgar, *Slike u tekstu. Talijanska i američka književnost u perspektivi vizualnih studija*. Durieux – HS AICA, Zagreb 2013., posebno u poglavlju posvećenom modelima naracije i prikazivanja temporalnosti u (pred)renesansnom slikarstvu, str. 116–126.



Andrea Mantegna  
*Pietà*, 1480.

"A vojnici, pošto su razapeli Isusa, uzeše njegove haljine i razdijeliše na četiri dijela: svakomu vojniku po jedan dio. Uzeše i njegovu košulju. Ali kako nije bila šivana, već sva otkana od vrha do dna, rekoše međusobno: 'Ne parajmo je, već bacimo za nju kocku komu će pripasti!' To se dogodi da se ispuni riječ Pisma: 'Razdijeliše među se haljine moje; za odjeću moju baciše kocku'. Eto, tako su postupali vojnici."<sup>14</sup>

Prema ovome što smo do sada utvrdili, kao i prema definiciji Kennetha Clarka, Kristovo tijelo je *nago* jer je riječ o idealizaciji tijela kao simbola žrtve, ali ono je istodobno i *golo* jer svjedoči o otjelotvorenju božanskog ideala: naime, "Bog postade čovjekom". U opreci s ovom neporecivom erotskom komponentom golog/nagog tijela, potaknutom neizbježnim pogledima drugih, s ikonografskog stanovišta, smatra Hollander, usvojene su konvencije koje de-

erotiziraju Kristovo tijelo, poput karakteristične brade, duge kose i ikoničnog prikaza cjelokupne glave, što pridonosi da njegovu "svetu nagost" nikada ne doživimo kao trivijalnu goloću.<sup>15</sup> Ovo načelo postaje bjelodano jasno tek onda kada na nekoj slici izostane, primjerice, kao što je izostalo na *Oplakivanju* Sandra Botticellija: "In the Botticelli, the beautiful and beardless Christ is draped nakedly and dramatically across the Virgin's knees, and the attendant clothed company seems overcome, not by his death but by his obvious attractions – especially the women in the foreground."<sup>16</sup>

Motiv *Oplakivanja*, naravno, u povijesti umjetnosti bio je prikazivan i u svome rudimentarnom obliku čiste patnje i duboke žalosti kada se motiv tijela premješta od mimetičkog interesa za narativizacijom prizora prema interesu za strukturiranje same

14 "Evangelije po Ivanu", 19:23 i 19:24, u: *Biblija. Stari i Novi zavjet*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb 1993.

15 Vidi: A. Hollander, *Seeing Through Clothes*, str. 179.

16 *Ibid.*



Oliviero Toscani za Benetton, 1990.  
Fotografija: Theresa Frare

slike, prema svojevrsnoj *inteligenciji slike*.<sup>17</sup> Dva primjera koja slijede, jedan klasični renesansni, a drugi suvremeni, dobro pokazuju ikoničku moć prepoznatljivog simbola ili, u semiotičkim terminima Barthesove *mitologije*, pokazuju na koji način označeno postaje označitelj drugog stupnja. *Pietà* Andree Mantegne najpoznatija je zbog u njoj korištene radikalne perspektivne distorzije. Premda ne odgovara u potpunosti renesansnoj centralnoj perspektivi, prevladavajući je dojam da je upravo na ovoj slici *strukturiranje* stvarnosti prema kvatročentističkom idealu reprezentacije postalo njenim najvažnijim elementom, tj. onime što će suvremeni promatrač, a pogotovo specijalizirani povjesničar umjetnosti, u njoj najprije vidjeti. Mantegnin "ekstremni perspektivizam" na ovoj slici vrlo dobro upućuje na dualitet najpoznatije novodobne teorije perspektive, one

Erwina Panofskog.<sup>18</sup> Naime, njemački povjesničar umjetnosti upozorava na temeljnu kontradikciju sustava slikovne reprezentacije temeljene na preciznim matematičko-geometrijskim projekcijama nazivajući "simboličkom formom" ono za što je Leon-Battista Alberti u traktatu *De Pictura* iz 1435. vjerovao da predstavlja "finestru apertu", dakle, mnogo više od simbolike – prozor u *stvarni svijet*. Panofsky objašnjava kontradikciju centralne perspektive time što ona želi biti maksimalno *objektivnom* metodom reprezentacije *subjektivne* pozicije umjetnika. Naime, svaka točka pogleda u slikama s centralnom perspektivom predstavlja jedinstveni, za svaku sliku drugačiji fizički (ali i kreativni) položaj slikara/promatrača. Istodobno, *jedinstvenost* je vezana uz matematičko *univerzalnost* načelâ prikazivanja onoga što promatrač jedinstveno vidi.

17 O pojmu *inteligencije slike* govori i Gottfried Boehm u dijalogu s W. J. T. Mitchellom, objavljenom u tekstu "Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters", *Culture, Theory and Critique* (2–3/2009). Pod "inteligencijom slike" Boehm podrazumijeva specifičnu ikoničku dimenziju vizualnih artefakata koja nije svodiva niti na jedan lingvistički aspekt govornog jezika. Utoliko je taj pojam blizak njegovom ranijem razmatranju o "Ikonische Differenz" kao početnoj i temeljnoj razlici između slike i teksta – razlici što se ne čini sagledivom u tradicionalnom semiotičkom diskursu. Vidi: Gottfried Boehm, "Povratak slika", u: Krešimir Purgar (ur.), *Vizualni studiji. Umjetnost i mediji u doba slikovnog obrata*, Centar za vizualne studije, Zagreb 2009. (prijevod njemačkog originala "Die Wiederkehr der Bilder", u: Gottfried Boehm *Iur./, Was ist ein Bild?*, Wilhelm Fink, München 1994.).

Radikalno perspektivno skraćivanje lika Krista kod Mantegne posjeduje matematičku pogrešku jer bi u postojećoj vizuri noge u prvom planu morale biti znatno veće, a glava u zadnjem planu manja. Mantegna je, prema tomu, subjektivno naglasio prioritete vlastite "točke pogleda", na račun objek-

18 Vidi: Erwin Panofsky, *Perspective as Symbolic Form*. Zone Books, New York 1996.; zatim: Michael Ann Holly, *Erwin Panofsky and Foundations of Art History*, Cornell University Press, Ithaca 1985.; te za suvremenu kontekstualizaciju ideja Panofskog: Antonio Somaini, "L'immagine prospettica e la distanza dello spettatore", u: Antonio Somaini (ur.), *Il luogo dello spettatore. Forme dello sguardo nella cultura delle immagini*, Vita e Pensiero, Milano 2005.

tivnog prikaza. Skretanje pozornosti na način artikulacije trodimenzionalnog prostora na dvodimenzionalnom planu slike možemo nazvati i svojevrsnom metaslikovnom strategijom autora, kod koje su elementi od kojih je nešto načinjeno (slika, u ovom slučaju) važniji od onoga što slika reprezentira na tematskom planu. Dramatičan i duboko emocionalan čin oplakivanja mrtvog Isusa, kao pretpostavljeno primarno značenje ove slike ustupilo je mjesto samome *činu reprezentacije* kao neobičnijem i utoliko specifičnijem značenju. Kada je specifičnost samoga načina prikazivanja iskorištena kao tema u nekoj drugoj slici, čak i mnogo stoljeća kasnije, tada možemo govoriti o tome da je izvorno ili primarno značenje postalo označiteljem drugog stupnja.

Upravo se to dogodilo u povijesnoj paraleli između Mantegnina Mrtvog Isusa i Benettonovog oglasa koji prikazuje shrvanu obitelj okupljenu uz bolesničku postelju umirućeg sina. Naravno da je kontekst iminentne smrti na Benettonovom oglasu potpuno drugačiji od biblijskog motiva, a riječ je, kao što znamo, o fotografiji Therese Frare iz 1990. koja prikazuje Davida Kirbyja, smrtno oboljelog od AIDS-a. Premda je objavljena u visokotiražnom magazinu *Life*, te kasnije dobila najviša priznanja fotografske kritike, ova snimka vjerojatno ne bi nikada postala toliko poznatom da nije ponovo objavljena u sklopu Benettonove *image*-kampanje koja je, navodno, imala plemeniti cilj podizanja svijesti o opasnosti AIDS-a, ali je naposljetku ostala upamćenom, poput same fotografije, kao tek još jedno od oružja u Benettonovoj strategiji šoka. Teoretičaru vizualnih studija ovaj će oglas manje biti zanimljiv kao prilog raspravi o moralnim implikacijama korištenja bolesnog tijela u svrhu povećanja profita i društvenog ugleda svjetski poznate korporacije, a više kao potvrda ranije iznesene teze o transhistorijskom značaju semiotičke igre označavanja u neprekinutom lancu semioze. Volio bih ovdje iznijeti pretpostavku da fotografija Therese Frare ne bi imala toliki značaj da nije objavljena u kontekstu Benettonovog oglasa, niti bi Benettonov oglas bio uključen u toliko moralnih rasprava da ne postoji izravna veza – semiotički preskok – između ikoničkog aspekta Mantegnina mrtvog Krista i lika umirućeg Davida Kirbyja. Ta veza, međutim, ne može biti niti teološka – riječ je o simbolu kršćanske vjere na jednoj strani i običnom čovjeku, na drugoj; nju ne možemo uspostaviti niti prema stupnju vjerodostojnosti događaja – na jednoj strani radi se o alegorijskom prikazu smrti kao

iskupljenju grijeha cijelog čovječanstva, a u drugom o pojedinačnoj smrti kakve se događaju svaki dan. Ono što ova dva prikaza ipak povezuje je vizualna semiotika bolesnog/nemoćnog/mrtvog tijela: mrtvi Krist u izrazito skraćenoj perspektivi zbog svoje je prepoznatljivosti postao samostalni znak ili *značenje* patnje muškog tijela.

U Benettonovom oglasu iskorišteno je Mantegnino značenje muške patnje kroz sličan vizualni prikaz (perspektivno skraćeno, obitelj uokolo) kao polazišni motiv u funkciji advrtinga i njegove poruke koja je bitno drugačija od izvornog religijskog motiva; dakle, *značenje* Mantegnina mrtvog Krista postalo je kod Benettona u liku Davida Kirbyja *označiteljem* drugog stupnja, onime što će u potpuno novoj konstelaciji kraja dvadesetog stoljeća stvarati sasvim nova, vlastitom vremenu svojstvena značenja. Ali, jesmo li se ovim uvidom približili "konačnom" značenju oglasa ili smo time tek ušli u problem u koji nismo namjeravali ući, prihvativši metodologiju označiteljskih lanaca, a područje značenja opet ostavili praznim? Drugim riječima, postavlja se pitanje možemo li uopće Benettonovom oglasu pristupiti kao semiotički objašnjivom fenomenu metaslikovnog komentara renesansne slike kao prve točke u lancu semioze ili je posrijedi, primjerice, cinički postmodernistički metaslikovni komentar društva spektakla o čemu bi moralno "osjetljivije" discipline mogle mnogo više reći? Vjerujem da je ovdje riječ o procesu u kojemu etička pitanja uloge slika ne mogu ostati po strani, a uloga vizualne teorije ispunit će se onda ako će nas transhistorijskom "igrom" naizgled nepovezanim znakovima uputiti na problem nepredvidive suvremene preobrazbe slika s povijesnim referencama, kao i na izgled njihova novog i uvijek otvorenog operacionaliziranja u sustavima spektakla, medija i kapitala.

Jedan od osnivača vizualnih studija i zastupnik tzv. nove ili kritičke povijesti umjetnosti, Norman Bryson, u jednome od svojih tekstova u kojima se bavi francuskim slikarstvom u prijelaznom razdoblju između klasicizma i romantizma ulazi u raspravu s tezama Laure Mulvey iz njenog planetarno poznatog eseja *Visual Pleasure and Narrative Cinema* i dovodi u pitanje njenu osnovnu tezu iznesenu u tom tekstu.<sup>19</sup> U kontekstu polemičnih Brysonovih tvrd-

19 Vidi: Laura Mulvey, "Vizualni užitek i narativni film", u: Ljil-



Théodore Géricault  
*Ranjeni cuirassier*, 1814.



Théodore Géricault  
*Konjanik*, 1812.

.....

nji, mislim da su za našu raspravu najvažnija dva njegova iskaza: ponajprije, on kaže da ne može biti točna teza Laure Mulvey po kojoj se u skopofilijskoj i voajerskoj potrebi promatranja tuđeg tijela muški pogled automatski i po definiciji usmjerava prema ženi kao vizualnom i posljedično seksualnom objektu i, drugo, smatra da do identifikacije s likovima na platnu dolazi ne zbog skopofilije i voajerizma, dakle, frojdovskog nesvjesnog, nego zbog vizualno-kulturalnih razloga, tj. konvencija reprezentacije. Poza- bavimo se najprije prvom tvrdnjom tako što ćemo se podsjetiti na osnovne teze Laure Mulvey. Zbog specifičnosti kinematografskog aparata, promatrači doživljavaju filmsku dijezezu kao produžetak stvarnosti i potpuno se prepuštaju realitetu filmske slike. Polazeći od muškog karaktera kao zadanog, muški gledatelj se uvijek identificira s muškim likom u filmu, te se identifikacija s događajima na filmskom platnu uvijek odvija po tim unaprijed definiranim

.....

paralelnim osima: muškarac s muškarcem, žena sa ženom. Budući da je, prema tezama Laure Mulvey, klasični holivudski narativni film favorizirao normativnu heteroseksualnost i načelno podređenu ulogu žene kao objekta muškog skopofilijskog uživanja, tako su i čvrsto uspostavljeni procesi preuzimanja rodni uloga unutar realiteta filma mogli proizvesti samo identične normativne uloge i u stvarnom svijetu. Norman Bryson o tome kaže:

"Mulvey smatra da je taj proces lak za muškog gledatelja, posebno u slučajevima u kojima filmički kodovi, kao što je određivanje točke pogleda pomoću kontraplanova, postavljaju kameru kao da gleda s gledišta muškog lika ili intradijegetskog junaka. No, mislim da se lakoća kojom ti kodovi pozivaju muškog gledatelja u prostor i okruženje unutar filma ne bi smjela olako shvatiti. Lakoća identifikacije ovdje bi se mogla prije smatrati zornim prikazivanjem "začaranog" odnosa između muškog gledatelja i muškog lika. (...) Lakoća prijenosa projiciranog koja poziva muškog gledatelja da se izjednači s perspektivom muškog junaka ustvari postoji radi po-

---

jana Kolešnik (ur.), *Feministička likovna kritika i teorija umjetnosti*, Centar za ženske studije, Zagreb 2000.





Versace Eros, 2012.  
Fotografija: Mert & Marcus



Versace  
Fragmentarnost i netipični asocijativni niz

jednostavnjenja i umirenja mehanizma identifikacije među muškarcima – što mi se čini mnogo težim poslom od onog koji predlaže začarana fikcija lakoće identifikacije.<sup>20</sup> Nije, dakle, problem u samome mehanizmu identifikacije nego u onome što se na slici (filmskoj, televizijskoj ili naslikanoj na platnu) uistinu *vidi*. Problem je, prije svega, u povijesnoj dimenziji vizualne konstrukcije muškosti, a što nas dovodi do druge Brysonove teze. On, naime, smatra da, ako muškarci mogu išta naučiti od feminizma, onda je to upravo spoznaja da je rod kulturalna konstrukcija, podjednako za muškarce kao i za žene. Prihvate li tu spoznaju, muškarci postaju mnogo osjetljivijima na to kako ih se prikazuje u različitim kontekstima komercijalnih i umjetničkih reprezentacija i postaju svjesni da svaki vizualni prikaz može svjedočiti o njihovoj *hetero*, *homo*, *trans* ili androginoj rodnoj ulozi.

20 Norman Bryson, "Géricault i 'muškost'", u: K. Purgar (ur.), *Vizualni studiji*, str. 182.

Berkeley Kaite zastupa psihoanalitički pristup ovom problemu tvrdeći, primjerice, da se pri gledanju pornografskog materijala identifikacija odvija i preko promatranog tijela kao novog oblika diskurzivnosti, a ne samo preko tijela kao medija naracije (tj. golotinje) u užem smislu. U tom procesu vizualnog imaginiranja (jer pornografska imaginacija stvara snažne mentalne slike) ključna je "spekularna identifikacija" koju više ne možemo objasniti tradicionalnim dihotomijama *gledati/biti gledan* i *muško/žensko* jer pornografija upravo omogućava mnoštvo neočekivanih identifikacija u "oscilirajućim pogledima": "The look is possessed by *both* the reader and the subject of representation; thus subject positions of male/female are only as good as their discourses: i.e. when talking of the power of the gaze, designations of masculine/feminine do not represent a picture of unity but are themselves unstable." Kaite se poziva na Paula Willemena koji uvodi pojam "četvrtog pogleda", tj. svojevrsnog pregovaranja o pogledima i iskazima koji se događaju u skopičkom polju, pri snimanju filmskim kamerama, angažiranju pogleda koji hvataju određene rakurse, motive ili

scene: "Kada nagon prema gledanju (*scopic drive*) sam po sebi postane važan, tada se i promatrač izlaže riziku da postane predmetom pogleda."<sup>21</sup> Kako bi objasnio proces identifikacije kao primarno vizualno, a manje psihološki uvjetovan, Norman Bryson povlači vrlo dugu transhistorijsku paralelu između starogrčke skulpture Polikletovog *Dorifora* i nabildanog tijela Arnolda Schwarzeneggera kao prikazâ falički simbolizirane snage na jednoj strani, te konjaničkih slika Théodorea Géricaulta kao simbola ugrožene muškosti na drugoj. Kod grčke statue i Schwarzeneggerovih press-fotografija američki teoretičar primjećuje znakovitu diskrepanciju između prikazivanja primarnih i sekundarnih spolnih oznaka; naime, postoji upadljivi nesklad u pokazivanju maskuline snage, mišića i ljepote tijela s načinom kako je predstavljeno muško spolovilo. Kod grčke skulpture ono je u izrazitom nerazmjeru s proporcijama tijela, dok je na bodibilderskim fotografijama prikazano kao da ga nema ili kao da mu na toj fotografiji uopće nije mjesto. Bryson tvrdi da penis nije jednostavno progнан iz tih prikaza nego je cijelo tijelo pretvoreno u simbol faličke moći, od oznaka napuhanosti, uklanjanja tjelesnih dlaka, do pretjerane vidljivosti vena. Imaginarna slika muškosti stvorena je stavljanjem u drugi plan ili potpunim izbacivanjem genitalnog područja i prebacivanjem njegovih karakteristika na tijelo kao cjelinu, putem stilskog izražajnog sredstva *metonimije*.<sup>22</sup> Drugim riječima, ova dva tijela prestala su biti ono što ili kako ih uistinu vidimo i postala su stilske figure, transmisija na putu prema nekom drugom značenju ili, kao što sam ranije analizirao – novi *označitelji*.

Prije nego što pokušamo objasniti kako suvremeni modni advertising reflektira ambivalencije muškosti, preuzet ćemo od Normana Brysona još jedan vrlo instruktivan primjer iz povijesti slikarstva. Théodore Géricault svoje slike vojnika-konjanika (*chasseurs*) započinje stvarati pred kraj napoleonskih ratova, kada su već sasvim jasni neuspjesi na bojnopolju izazvali krizu militarističkog koncepta, što je posljedično stvorilo kulturu slike kojoj je Géricault doprinio pesimističnom vizijom ratnog herojstva s prikazima ranjenih vojnika, invalida i

sveukupne moralne dekadanse kao posljedica ratnog stradanja.<sup>23</sup> Međutim, za nas su najzanimljivija, a njima Bryson i započinje svoju analizu tog dijela opusa francuskog slikara, djela nastala na samome početku tog razdoblja, jer se u njima jasnije prepoznaju vizualni elementi koje ovdje analiziramo u suvremenom kontekstu. Na slici *Konjanik* iz 1812. vidimo Napoleonovog vojnika u pozi koja naizgled zrači superiornom simbiozom čovjeka i konja, te koja na prvi pogled ikonografski prenosi snagu ratnih pobjeda. Suprotno prvobitnom dojmu, američki teoretičar sreće nam pozornost na cijeli niz ikonografskih detalja koji potkopavaju veličinu francuskog militarizma i, što je za našu raspravu još zanimljivije, destabiliziraju vizualno simboliziranje muškosti. Primjerice, obrisne linije jahača i konja nisu tradicionalnog piramidalnog oblika zbog velike perspektivne dubine propinjanja konja; zatim, snažna rotacija konjanikove glave i sablja usmjereni prema natrag, umjesto naprijed, zaustavljaju pravocrtno gibanje prema naprijed; naposljetku, za razliku od nešto ranije nastale slike Antoine-Jeana Grosa *Bitka kod Abukira*, gdje se konjanik nalazi usred vojnog meteža okružen mnoštvom tijela, Géricault ne prikazuje nikakav kontekst bitke, kao da zaustavljena, padajuća energija konja i konjanika nije niti dovoljna da bi se suprotstavila aktualnom neprijatelju. Bismo li mogli pretpostaviti da je Géricaultov konjanik, jedini stvarno vidljiv lik na slici, ostao sam usred bitke, a bez neprijatelja, zato da bi kao "slabi subjekt" mogao zadržati privid – naprije vlastite muškosti, a potom i privid muškosti svih onih kojima je ta slika bila namijenjena i koji su se s njenim vizualnim simbolima mogli i željeli identificirati?<sup>24</sup>

21 Berkeley Kaite, "The Pornographic Body Double: Transgression is the Law", u: A. Kroker, M. Kroker (ur.), *Body Invaders*, str. 152.

22 Vidi: *ibid.*, str. 186.

23 Alegorijski prikaz ratnog stradanja sigurno je kod Géricaulta najvidljiviji na njegovoj slici *Splav Meduze* iz 1819. godine. O tome Bryson piše: "*Splav Meduze* i prateće studije donose nam (...) niz slika u rasponu između idealizacije i prezira. U terminima pripovijedanja, *Splav* prikazuje zajednicu bez ijednog znaka junaštva u kojoj su svi znaci hijerarhijskog sustava nestali. U suprotnosti s klasičnim zapletom pobune, gdje se niže rangirani pobune protiv časnika i kapetana, ovdje su se oni na višem položaju u zapovjednom lancu pobunili protiv svojih podređenih i otjerali ih u patetično neprikladnom plovilu, prepuštajući ih njihovoj sudbini. Nakon užasnih iskustava na splavi, preživjeli postoje u prostoru apsolutno izvan civiliziranog društva rangiranja i položaja; oni su ljudska bića kojima pojmovi nadređeni i podređeni više apsolutno nemaju značenja." Norman Bryson, "Géricault i 'muškost'", str. 200.

24 Bryson tvrdi da potreba za veličanjem tijela u postrevolucio-



Edgar Degas  
*Trg Concorde, 1875.*

Motiv iz oglasa za *Versace Eros* podsjeća na antičke prikaze bogova i klasicističke skulpture znamenitih osoba iz najmanje jednog, vrlo vidljivog razloga: naime, muški lik postavljen je na pijedestal što podsjeća na kamene postamente skulpturalne plastike. Na postamentu, apolonovsko obličje tamnoputog muškarca odaje perfektnu skulptorsku vještinu, premda se bitno razlikuje od ekstravagantne muskularne hipertrofije Arnolda Schwarzeneggera. Prikaz je potpuno idealiziran i minimalistički reduciran, kao da je namjerno smješten u vremenu bez povijesti i bez izrazitih asocijacija na modno-stilske aspekte bilo koje historijske epohe. Međutim, pijedestal označava trajanje, svestremenost i bezvremenost, a u zapadno-kršćanskoj tradiciji svestremenost je

najlakše povezati s klasičnom antikom, tim uvijek iznova žuđenim idealom savršenstva. Televizijska verzija ove reklamne kampanje to mnogo jasnije pokazuje: kameni antički bogovi i ruine starorimskih hramova služe kao mizanscena bogu Erosu u njegovoj vrlo tjelesnoj misiji širenja ljubavi, strasti i seksualne požude. Na fotografiji Eros ipak nije sam, društvo na postamentu mu pravi predimenzionirana boca parfema koja na taj način postaje jedno tijelo sa živom skulpturom Erosa.

Prikaz zanimljivo tretira područje genitalne zone: ono nije sasvim vidljivo, ali je znatno naglašeno pozicijom parfema, pri čemu dijagonalna linija ukošene boce gotovo presijeca slabinski dio i nastavlja se kroz vertikalnu torza prema glavi i oštroj liniji *chiaroscuro* što glavu dijeli na dvije strane. Usprkos nestabilnosti ukošene boce koja kao da pada na desno (naime, nije sasvim jasno pridržava li muškarac bocu lijevom rukom ili ne), njena dijagonalna uspostavlja jasnu okomitu liniju i stabilizira cijelu sliku. Oglas zato doživljavamo u neprestanoj dijalektici pada i stabiliteta, slabosti i čvrstoće, poput Géricaultovog *Konjanika*, muškost je ikografski precizno uspostavljena – pomoću postamenta, maskuline snage i superiornog pogleda – ali je precizno i narušena dijagonalama i sugestijom rušenja i razbijanja dragocjenog predmeta. Prem-

---

narnoj Francuskoj, za razliku od prethodnog *ancien régime*a, ima mnogo esencijalniju svrhu, a umjetnost samo reflektira novi socijalni podtekst: vojska je u doba napoleonskih ratova na mnogo neposredniji način predstavljala državu zato što se bazirala na novačenju najširih slojeva društva i u načelu se sastojala od ljudi koji su se već zbog te obaveze morali smatrati građanima Republike. Tijelo se više ne ustupa državi kao u ranijim plaćeničkim vojskama, nego se država sada očituje u i kroz tijelo svakog vojnika: "Država se pojavljuje kao nova vrsta biopolitičkog entiteta, a na temelju spola muško tijelo pripada državi kao državno vlasništvo." Ibid., str. 197.

da je prikaz muškarca na ovoj fotografiji u službi paradigmatične muškosti, kompozicija je namjerno "oslabljena" kako bi uspostavila emotivni, možda čak feminini kontrapunkt nepatvorenoj muškosti. Premda je on sam mitološki muškarac, Eros može svojom strelicom pogoditi svakoga i njegova poruka se tiče svakoga. Zato ikonografija ove slike ima ugrađenu "grešku" i u tome je njena vrijednost: kao i kod Géricaulta, ambivalencija koja se skriva iza stilski naizgled precizno izgrađenog motiva postaje razlogom *gledanja* i *refleksije*. Upravo zato, bilo bi prejednostavno preuzeti paralelu sa Schwarzeneggerom i njegovom glatkom nabildanom faličkom figurom, premda i Eros u svakom pogledu njeguje kult (depiliranog) tijela. Simbol muževnosti na ovom oglasu nije do kraja uspostavljen, a za analizu vizualnog učinka same slike iz specifične perspektive *znanosti o slici*, kao što smo vidjeli, nije bitno je li razlog tomu aktualna metroseksualna moda ili to što se proizvodom željelo privući publiku što šireg rodno određenja, nego svijest o strukturiranosti vizualnog prikaza kao *artefakta* i *reprezentacije*.

Promotrimo sada oglas za Versaceov brand ženske obuće visoke mode. Prvo što će svaki promatrač primijetiti jest snažan kontrast između ženskih cipela u prvom planu i vizualnog okoliša koji nipošto ne asocira na visoku modu, glamurozne večernje priredbe *jet-seta* ili neku preporučenu identifikaciju ili upotrebu reprezentiranog proizvoda, a što bi trebala biti osnovna funkcija advertisinga. Još jedan upadljivi kontrast tiče se naglašene ženskosti samih cipela i muških likova koji dominiraju kompozicijom, a koji pak svojim glatkim crvenkasto toniranim tijelima proizvode učinak da su sjajno ulaštene cipele s visokom petom zapravo namijenjene njima. Uglavnom, riječ je o netipičnom asocijativnom nizu koji u advertisingu nalazimo vrlo rijetko i gdje je slika tek pomoćno sredstvo za postizanje autorreferencijalne uloge samoga branda koji na sebe želi privući pozornost često nepovezanim nizom metafora ili zaobilaznjem društvenih normi s namjerom stvaranja šoka i transgresivnosti. (Ranije navedeni Benettonov oglas dio je tog niza.) Ovaj oglas, međutim, skriva, po mojem mišljenju, još jednu važnu dimenziju koja je zamaskirana cijelim nizom upravo spomenutih zanimljivih vizualnih i rodno-performativnih problema, ali situira osnovni vizualni narativ u mnogo širu strukturu moderne umjetnosti i modernih skopičkih režima općenito.

U Versaceovom oglasu nalazimo ono što bih, zajedno s američkom teoretičarkom Lindom Nochlin, nazvao "tijelom u dijelovima".<sup>25</sup> Poput Normana Brysona, i ona vizualne reprezentacije promatra kao semiotički kodirane, kao svojevrstne metonimije ili nadomjeske za prenesena značenja koja ne proizlaze iz onoga što nam slika narativno podastire, nego iz načina strukturiranosti pojedinih označitelja. Nochlin tvrdi da novi način *kadiranja*, tj. sve ono što ulazi u obuhvat slikarskog okvira impresionističkih umjetnika, poput Maneta, Degasa ili Cézannea, svjedoči o novom razumijevanju slikovnog prikazivanja kao *konvencije*. Ono što ne vidimo, jer je ostalo izvan okvira slike, posjeduje jednaku dramatsku važnost kao i ono što vidimo, budući da realitet slike svjedoči o pukoj selekciji nepreglednog vizualnog polja i činjenici da je svaka reprezentacija odabir samo jedne između mnoštva mogućnosti. Ta spoznaja je, tvrdi Nochlin, u temelju modernističke kulture gledanja. Primjerice, na Degasovoj slici *Trg Concorde* iz 1875. ne vidimo niti jedan lik u njegovoj tjelesnoj cjelovitosti, niti bilo koji od likova ulazi u komunikaciju s promatračem, što možemo smatrati metodom fragmentacije kadra i odbacivanjem psihološke povezanosti vrlo sličnom "rezanju" muških tijela i lutajućim pogledima kod Versacea.<sup>26</sup>

Linda Nochlin smatra da treba uspostaviti razliku između značenja izrezivanja ili obrublivanja samoga slikovnog *prostora* i značenja fragmentiranih *tijela* koje takvo izrezivanje stvara. Ona sugerira dva suprotstavljena tumačenja, uz dodatak treće mogućnosti kao područja potencijalne najveće umjetničke slobode:

a) *Potpuna kontingentnost*: to je ekvivalent besmis-

25 Vidi: Linda Nochlin, "Tijelo u dijelovima: fragment kao metafora modernosti", *Tvrđa* (1–2/2005), str. 73–81.

26 Nadovezujući se na Thomasa Crowa, koji je ustvrdio da se modernizam od sredine 19. stoljeća neprekidno obnavljao strategijama karakterističnima za narodnu ili "nisku" umjetnost (a što je karakteristika i suvremenog miješanja svih oblika elitne i popularne kulture sve do njihove socijalne nerazpoznatljivosti), Nochlin skreće pozornost da je fragmentacija kadra s učincima metonimija i sinegdoha posebno dolazila do izražaja u erotskim karikaturama u devetnaestom stoljeću, "kao referenca seksualne privlačnosti nevidljive vlasnice ili pak dostupnosti još slasnijih ženskih tijela izvan granica slike" (ibid., str. 78).

lenog tijeka same moderne stvarnosti koja nema odredivi početak, sredinu ni kraj. Kontingencija se najčešće povezuje s tada novim medijem fotografije i s njenom sposobnošću da kreira nasumične fragmente vidljivog svijeta onakvog kakvog bismo zahtjeli kada bismo odjednom zaustavili kretanje (što fotografija, u tehničkom smislu, i čini).

b) *Potpuna determiniranost*: ona podrazumijeva da je izrezani kadar namjerna autorova kreativna taktika. U tom slučaju se okvir kadra i fragmentarna vizualizacija unutar njega moraju čitati kao "razotkrivanje umjetničkog sredstva", što nas vodi prema autoreferencijalnosti avangardne i, pogotovo, neo-avangardne umjetnosti: "prisiljeni smo obratiti pozornost na formalnu organizaciju površine slike, koja postaje područje slikovnog *označitelja*, a ne simulakrum stvarnosti".

c) *Treća mogućnost* označava stvaranje umjetničkih djela kao eksperimenata sa stvarnošću, između kontingencije i determiniranosti, razumijevanje umjetnosti kao *igre*, ali takve igre koja posjeduje jasna pravila i granice. Igra, naravno, uključuje i prekoračivanje pravila na tankom rubu između starog i novog, poznatog i nepoznatog, dopuštenog i zabranjenog.<sup>27</sup>

Poput Degasovog *Trga Concorde*, i Manetov *Bal pod maskama u operi* iz 1874. godine je daleki pretek Versaceove vizualne ekstravagancije i njene "potpune kontingencije" jer pokazuje rađanje modernog društva iz perspektive novih medija i mediocentričnog pogleda na svijet. Linda Nochlin parafrazira Manetovog prijatelja Mallarméa koji je primijetio da je Manet otkrio "nov način izrezivanja slika", tako da je njihov okvir sada "poput pogleda koji bih imao kad bih u nekom trenutku prstima načinio pravokutnik i gledao kroz njega".<sup>28</sup> Obojica umjetnika nam, zapravo, slikarskom tehnikom pokazuju da ćemo u bliskoj budućnosti cjelokupnu stvarnost promatrati kroz objektiv fotografske kamere, te da će se predstojeća kinematografska logika slike sastojati od niza spojenih sličica i zaustavljenih fragmenata vremena od kojih nijedan više neće prikazivati niti cjelinu svijeta niti cjelovitost tijela.

Vizualni studiji tumače vizualne kodove kao dio univerzalnog sustava prikazivanja i pri tome najdublje zahvaćaju ono područje slikovne hermeneutike koje povezuje manje poznata područja *između* posebnosti i općenitosti slike. Polaze od uvjerenja da svaka slika uokviruje jedan dio stvarnosti, ali to ne čini izolirana od drugih slika koliko god se njihova usporedba doimala neprimjerenom i koliko god predloženi semiotički preskoci povezivali vremenski, stilski i tematski udaljene slikovne prikaze. Na tragu teza Gillesa Lipovetskog, možemo zaključiti da je sloboda biranja proizvoda na temelju slikovnih poticaja najniži oblik demokratske participacije, ali i dodati da je sloboda *tumačenja* tih slika mnogo viši oblik konzumerističke pa i građanske svijesti. Što se tiče vizualnog komuniciranja mode, vidjeli smo da rodnu stereotipizaciju možemo pronaći u mnoštvu povijesnih referenci koje transhistorijskom proučavanju vizualnih fenomena daju dodatno opravdanje, te da je moguće proniknuti u drugačiji smisao modnog oglašavanja ispod tanke konzumerističke površine reklamnih diskursa. Na tome tragu ustanovili smo da povijest umjetnosti i suvremeni advertising muško tijelo mogu sagledati u njegovoj cjelovitosti – fizičkoj, psihičkoj ili rodnoj – samo kao niz fragmenata što se konstituiraju vizualno-kulturalno i povijesno, slijedeći reprezentacijske tradicije i prekoračujući ih u neograničenoj otvorenoj igri između kontingencije i determiniranosti. Pokazali smo, naposljetku, da fragmentarnost muškosti možemo doživjeti u širokom rasponu dviju krajnosti: od prikaza cjeline tijela koje se otkriva i nudi pogledima koristeći tradicionalne konvencije razotkrivanja ženskog tijela i tako namjerno preuzima femininiji karakter (Dolce&Gabbana) do formalističke fragmentiranosti same slike koja ni jedno muško tijelo ne nudi u njegovom potpunom fizičkom integritetu (Versace).

27 Vidi: *ibid.*

28 *Ibid.*, str. 77.



Irfan Hošič

Univerzitet u Bihaću

Umjetnost, moda i mediji 19. i  
20. vijeka u prizmi skandala i šoka

---

Na nizu primjera iz umjetnosti, mode i medija, 19. i 20. vijek moguće je rekonstruirati kao epohu skandala i šoka. Uvođenjem novih umjetničkih praksi i dinamičnim gibanjem na polju mode, a omasovljenjem medija od polovine 19. vijeka, omogućeno je uvođenje skandala i šoka kao novih vrijednosti popularne kulture. U tom kontekstu, a za kritički postavljena pitanja *kako su skandal i šok postali legitimno sredstvo izražavanja danas?* tj. *radi li se o pukoj marketinškoj mjeri ili površnoj estetizaciji?* poslužiti će primjeri Édouarda Maneta, Gustava Courbeta, Marcela Duchampa, Else Schiaparelli, Oliviera Toscanija i drugih.

---

## Uvod

Ekstrahirajući određene primjere iz umjetnosti, mode, medija i popularne kulture, koji su kodirani skandalom kao uzrokom, provokacijom kao metodom i šokom kao rezultatom, moguće je donekle determinirati udio i značaj senzacionalizma u epohi umjetničke i kulturne moderne. Imperativ slobode, želja za raskidanjem sa tradicijom i težnja ka novom uspostavili su novu alatku moderne – provokaciju. Moderna afirmira ideju individualizma, u kojoj umjetnik preuzima ulogu društveno odgovornog pojedinca. U takvoj konstelaciji provokacija postaje metodom novog načina komunikacije u kojoj umjetnik predstavlja provokatora ili izazivača. Provokacija je intrigantna, ubrzava zaplet i budi interesovanje kod šireg spektra publike. Dakako, značaj i težina provokacije očituju se u diskrepanciji spram trenutnih konvencija ili društvenih moralno-etičkih pravila. Načelno, važan rezultat "dobre" provokacije jeste psihološki šok čiji je osnovni cilj pokretanje drugačijeg dijaloga, interakcije i kritike. Ako bi se recentni primjeri senzacionalizma iz popularne kulture, koji tendiraju konstrukciji skandala, promatrali kroz historijsku prizmu umjetnosti moderne, otvorilo bi se nekoliko važnih kritičkih pitanja: "Kako su skandal i šok postali legitimno sredstvo vizualne komunikacije u 20. vijeku?", "Da li su motiv i cilj skandala i šoka isti nekad i sad?", "Da li je metoda provokacije puka mjera marketinške strategije i da li je riječ o površnoj estetizaciji?"

## Nekoliko prethodnika

Premda je današnja praksa generiranja skandala gotovo industrijskog karaktera, jer provokacija postaje primarni cilj, a ne samo rezultat određenog kreativnog procesa, ipak je poželjno navesti nekoliko ključnih primjera iz historije umjetnosti, koji su u određenom kontekstu nastajanja implicirali određeni društveni šok. Ta djela su *Porodica Karla IV* Francisca Goye iz 1800., *Unutrašnjost mog ateljea*. *Realna alegorija* Gustavea Courbeta iz 1855. i *Doručak na travi* Édouarda Maneta iz 1863. godine. Korisno je navesti da će se metodološko korištenje provokacije u svojoj punini desiti sa Courbetom i Manetom, pri čemu navedeno platno Francisca Goye tek nagovještava vrijeme šoka i potrebno ga je u tom pogledu uzeti kao svojevrсни nagovještaj novog duha evropske moderne. Ipak, radi se o tri platna iz ranog perioda, koja pravilnom kontekstualizacijom detektiraju određene elemente koji u većoj ili manjoj mjeri impliciraju sadržaj provokacije i otkrivaju njene primarne motive. Nadalje, njihova interpretacija u tijesnoj je vezi sa društvenim, političkim i kulturnim karakteristikama vremena. Iz današnje pozicije, sa distancom od 150 do 200 godina, navedena platna čine se važnim za razvoj umjetnosti 19. i 20. stoljeća i umjetničke moderne. Ona svjedoče o umjetničkoj moći i genijalnosti svojih autora te kao takva, osim što pružaju uvid u ideju moderne, zadiru u jezgru iz koje nastaju skandal, provokacija i šok. Šta predstavljaju i način na koji to



Francisco Goya  
*Porodica Karla IV, 1800.*

rade otkrivaju nam da navedene kategorije ne predstavljaju motiv umjetničke ideje. One su neposredni rezultat jednog dijaloško-kritičkog odnosa na relaciji umjetnik–društvo, a provokacija je tek njihova sekundarna rezonanca.

Jedna od odlika umjetnosti koja nastaje u 18. i 19. stoljeću jeste raskidanje sa tradicijom i inventivnost. U jednoj hronološkoj percepciji, stilovi se formiraju kao antagonizmi naspram prethodnih stilova. Idejnu okosnicu i eventualni manifest grade na odbijanju recentnih praksi. Tako se romantičari suprotstavljaju posvemašnjoj industrijalizaciji, afirmirajući povratak prirodi i slaveći attribute kao što su sloboda, moć, ljubav i snaga. Realisti pak svoj umjetnički i stilski identitet grade ogledajući se u primjeru romantičara i odbijajući njihova načela. Oni će tvrditi da su klasicizam i romantičarsko isticanje osjećanja samo bježanje od stvarnosti tog vremena, isto kao što će i impresionisti naglašavati zvanični prekid sa akademizmom, dajući prednost boji nad linijom. Takav odnos spram *mainstreama* i djelovanje iz opozicije bili su glavnim razlogom pokretanja brojnih debata i likovno-kritičkih rasprava tog vremena. Nova umjetnost je obilježena kao drugačija i od moralnih dušebrižnika uvijek je kri-

tikovana kao nepoželjna i dekadentna, iz čega se može rekonstruisati izvjesni šok.<sup>1</sup> Ona je, bez imalo dvojbe, u većoj ili manjoj mjeri težila provokaciji i šoku. Bilo da je riječ o neočekivanom sadržaju, neprimjerenom ili sramotnom nastupu, nečemu neviđenom ili nevjerovatnom, nova umjetnost postala je platforma za skandal.

Iako je takva praksa postala česta u drugoj polovini 19. stoljeća, eventualni pregled korisno je započeti sa platnom *Porodica Karla IV* Francisca Goye iz 1800. godine. Goya se smatra pionikom moderne umjetnosti, ali i jednim od posljednjih starih majstora romantizma. Slikajući navedeno platno, Goya se, dakako, služio uzorima iz prošlosti – prvenstveno Velázquezovim platnom *Las Meninas*, no ovdje izostaje idealizam kraljevske aure. Goya time nagovještava realizam i svakodnevni život, što se smatra pomjeranjem uvriježenih granica i konvencija. Slikati kraljevsku obitelj u maniri realizma uz dozvolu Kralja svakako je anomalna pojava sa kra-

1 Vidi: Elizabeth Gilmore Holt, *The Art of All Nations: 1850–1873. The Emerging Role of Exhibitions and Critics*. Anchor Press – Doubleday, Garden City – New York 1981.





Édouard Manet  
*Doručak na travi*, 1863.

ja 18. i početkom 19. stoljeća. Poznat kao španski rodoljub i zvanični slikar španskog dvora, Goya je bio iznimno značajan satiričar lokalnih zbivanja.<sup>2</sup> Njegov opus omogućava "pogled u špansku suštinu njegovog nasilnog i tamnog duha".<sup>3</sup> Univerzalan i širok u svjetonazoru, Goya kraljevsku obitelj na navedenom platnu lišava uzvišenosti te ih spušta na nivo običnih smrtnika. Umjetnik nagovještava eru izumiranja rojalističke, aristokratske i crkvene patronaže nakon Francuske revolucije. Dramsku napetost umjetnik je postigao sukobljavajući vidljivo i nevidljivo u formi spektakularnih i raskošnih odijela, okičenih medaljama i svjetlećim nakitom, sa jedne, te psihološkom prazninom članova kraljevske obitelji, sa druge strane. Ova slika sondira društveno-političke prilike vremena i krizu u kojoj

je nastala. Također, ona se bavi pitanjem političke moderne – prikazom jednog sistema na umoru na prijelazu 18. i 19. stoljeća, te nagovještava novu epohu kulturno-umjetničke moderne. Na tom platnu evidentan je izvjesni cinizam sa kojim umjetnik otkriva svoju genijalnost.

Stavljajući u fokus političke aktere svog vremena u trenutku ključnih društvenih promjena u globalnom kontekstu, *Porodica Karla IV* predstavlja platno koje u dobroj mjeri nagovještava umjetnost provokacije i šoka. Na putu prema drugoj polovini 19. stoljeća, kada se sa pojavom impresionizma zbivanja zgušnjavaju, a fokusirajući se u tom pravcu na djela Édouarda Maneta, važnu etapu poslije Goye predstavlja Gustave Courbet. U novom vremenu umjetnik se osamostaljuje te postaje upućen na samostalnu prodaju svojih djela, bez beneficija koje su obilježile vrijeme koje je prethodilo. Ekscentričan i osoben, Courbet je predstavljao originalnog i gotovo drskog individualca, razvijajući time jedinstvenu izlagačku i marketinšku strategiju te anticipirajući ono što će se tek desiti. Njegovo djelovanje potrebno je promatrati u jednom novom društvenom kontekstu, gdje je u postrevolucionarnoj umjetničkoj praksi svaki umjetnik tražio sopstveni način nametanja i pozicioniranja

- 2 "U ovim listovima se Goya u potpunosti oslobodio pritisaka i konvencija rada po narudžbi – pored dvorskog slikara nastupa veliki vizionar i realista. Uz gorak okus on kritikuje ljudske slabosti i socijalne, crkvene i političke nesuglasice svog vremena." Sandro Bocola, *Die Kunst der Moderne. Zur Struktur und Dynamik ihrer Entwicklung von Goya bis Beuys*. Prestel, München – New York 1994., str. 74.
- 3 Nigel Glendinning, *Goya and His Critics*. Yale University Press, New Haven – London 1977., str. 177.

ja na društvenoj i umjetničkoj sceni. Stoga se smatra važnom karikom u razvoju umjetnosti moderne i onog što će se intenzivirati događati u drugoj polovini 19. stoljeća, jer "sredina 19. stoljeća (od oko 1830. do 1870. godine) bila je period radikalnih promjena unutar kojih veoma važno mjesto zauzima ekspanzija dnevne štampa i nezaustavljivi porast mladih u potrazi za žurnalističkom afirmacijom".<sup>4</sup> Bez dileme, pojava dnevnih novina poslužila je Courbetu kao važan model za njegovu marketinšku strategiju.<sup>5</sup> Političke prilike vremena ukazivale su na porast građanske svijesti i njihovo uključivanje u svakodnevni politički život. Veoma važnu ulogu odigrala su mjesta okupljanja popularnog društva.<sup>6</sup> Liberalizacija i demokratizacija društvenih prilika omogućile su umjetnicima nove strategije. Spoj slobodnog tržišta i umjetničkog individualizma rezultirao je novim metodama skretanja pažnje javnosti te se afirmirao koncept provokacije i šoka.<sup>7</sup> U tom pogledu, Courbetovo platno iz 1855. godine, *Unutrašnjost mog ateljea*, u kontekstu u kojem je nastalo predstavlja važnu nit za bolje razumijevanje navedenog fenomena specifičnog za umjetnost moderne. Rezonanca njegovih kontroverzi odjekuje i danas, a navedena slika predstavlja jednu od najslabije shvaćenih i interpretiranih Courbetovih slika uopće. U svakom slučaju, navedeno platno predstavlja protest usmjeren protiv zvaničnih institucija, a prvenstveno protiv izložbe na kojoj je bilo odbijeno. Umjetnik "retorikom nezavisnosti",<sup>8</sup> a u svrhu sopstvene promocije, postavlja izložbu realizma i u tim prilikama velikoj slici dodaje naziv *Stvarna alegorija sažetih sedam godina umjetnikovog života*. U

toj gesti se očituje umjetnikova nezavisnost i gotovo aktivistička suprotstavljenost umjetničkom *establishmentu*. Tu se dakako nazire i gesta kao važan element umjetničkog djelovanja umjetnosti moderne, ali i kasnijih umjetničkih praksi, sve do danas. Historičari umjetnosti u njegovom držanju i pozii u centralnom dijelu kompozicije prepoznaju samouvjerenost i aroganciju koje su pak služile njegovom publicitetu i samopromociji. Također, taj čin postavljanja odvojene izložbe u znak protesta protiv mainstreama predstavlja i prethodnicu znamenitog *Salona odbijenih* koji će se desiti desetak godina kasnije, također kao otpor institucionalizmu i monopolizmu *Pariškog salona*. Takva praksa nije mogla proći bez kritika i polemika.<sup>9</sup>

U razvojnoj liniji fenomena skandala i šoka, a u prizmi 19. stoljeća, značajno mjesto zauzima slikar Édouard Manet i njegova strategija "povremenog šokiranja publike u procesu ismijavanja njihovih konvencija".<sup>10</sup> Za razliku od Courbeta, Manet je bio buntovni predstavnik recentne buržoazije, koji je težio uspostavljanju mondene boemije srednje klase. Njegovo platno *Doručak na travi*, prikazano u *Salonu odbijenih* 1863. godine, kada je odbijeno od strane žirija *Pariškog salona*, svrstalo je umjetnika među najvažnije predstavnike ondašnje avangarde.<sup>11</sup> Osim bunta usmjerenog prema estetskom totalitarizmu *Pariškog salona* kao jedine institucije koja je omogućavala umjetničku afirmaciju, slika sadrži mnogo dalekosežnije posljedice za razvoj umjetnosti 19. i 20. stoljeća. Ona je primjer lomljenja niza ustaljenih pravila i umjetničkih konvencija. Referirajući se na konkretne primjere iz historije umjetnosti, Manetovo platno koristi kompozicione i tematske obrasce jednog Raffaella i Giorgionea, osim što obnažena žena u prvom planu ne predstavlja Veneru ili Nimfu. Ova slika predstavlja svakodnevnicu moderne Francuske. Radi se o neočekivanoj slici koja seksualnost prikazuje u novom, neklasičnom maniru – mnogo više, radi se o novoj seksualnosti koja je drska i samouvjerenija te će kao takva obilježiti 20. stoljeće.

4 Petra ten-Doeschate Chu, *The Most Arrogant Man in France. Gustave Courbet and the Nineteenth-Century Media Culture*. Princetown University Press, Princetown – Oxford 2007., str. 1.

5 Ibid., str. 140.

6 "Porast klubova ili popularnog društva između marta i juna pomogao je da Februarska revolucija postane socijalna revolucija u smislu mobilizacije i edukacije hiljada ljudi koji su prethodno bili isključeni iz političkog procesa." Albert Boime, *Art in an Age of Civil Struggle 1848–1871*. The University of Chicago Press, Chicago – London 2007., str. 5.

7 "Grubi Courbet iskoristio je sliku seljaka kako bi provocirao i šokirao buržoaziju..." Ibid., str. 633.

8 "Time mislim na puteve odbrane autonomne, čak i subverzivne pozicije na način da ne bude odbijena ili ignorirana u svojoj dvosmislenosti, a izazivajući maksimalni učinak diskusije." P. ten-Doeschate Chu, *The Most Arrogant Man in France*, str. 3.

9 Vidi: S. Bocola, *Die Kunst der Moderne*.

10 A. Boime, *Art in an Age of Civil Struggle 1848–1871*, str. 633.

11 "Već od skandalskih uspjeha djela Déjeuner i Olympia, Manet je najvažniji predstavnik ondašnje avangarde." S. Bocola, *Die Kunst der Moderne*, str. 123.



Gustave Courbet  
*Unutrašnjost mog ateljea. Realna alegorija*, 1855.

Slika *Doručak na travi* definirala je novi obrazac umjetničkog djelovanja. Omogućila je nastanak novih i nezavisnih umjetničkih praksi koncem 19. stoljeća, od kojih je jedna od važnijih svakako impresionizam. Osjećanja postaju imperativom umjetničkog stvaranja, a vizualni fenomeni kao što su svjetlo, forma i boja, šire ustaljenu definiciju slikarstva prema novim područjima. Potrebno je reći da su impresionisti nastavili njegovati novouspostavljenu tradiciju skandala i provokacije.<sup>12</sup> No ta tradicija ubrzo postaje obligatno pravilo bez kojeg je bilo nemoguće biti viđen i primijećen. Historičari umjetnosti navode da je Marcel Duchamp, ponukan neuspjesima u okviru *Jesenjeg salona* 1911. godine, kada su kubisti inicirali estetski skandal, svjesno težio sopstvenom skandalu koji će ga definitivno uvrstiti u pregledu historije umjetnosti.<sup>13</sup> "Nije se

više zadovoljio da bude u sjenci istaknutih uzora, već želi da sâm gradi historiju – on želi svoj sopstveni skandal."<sup>14</sup> U toj težnji, koja je dakako sublimirana u opusu Marcela Duchampa, a sročena u tezi upućenoj kiparu Brancusiju, "slikarstvo je na svome kraju",<sup>15</sup> nagoviješteno je novo vrijeme slike, reprezentacije i spektakla. Duchamp je – kao tvorac *readymadea* i umjetničke prakse korištenja gotovih objekata, neumjetničkih predmeta iz svakodnevne upotrebe – revolucionirao razvoj umjetničkih izraza, ali i kulturne industrije 20. stoljeća.<sup>16</sup> Izgleda da je nova strategija drugačijeg, novog, a time i šokantnog i skandaloznog, definirala razvoj i na polju estetskog. U takvom ozračju razvijale se umjetničke prakse druge polovine 20. stoljeća.<sup>17</sup>

u salu gdje su izloženi kubisti, gdje se smije, psuje i diskutuje, Duchampove slike, utopljene u moru od šest hiljada tradicionalističkih primjeraka, ostaju neprimijećene." Ibid., str. 286.

14 Ibid.

15 Citat preuzet iz: ibid., str. 289.

16 Vidi: Andreas Huyssen, *After the Great Divide. Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Indiana University Press, Bloomington – Indianapolis 1986.

17 Vidi: Lawrence Rothfield (ur.), *Unsettling "Sensation"*. Arts-

12 "Počevši od skandala koje su uzrokovali Courbet, Manet i impresionisti, povećan je razdor između oficijalne umjetnosti okrenute tradiciji akademija i naprednih mladih umjetnika koji su se uzdigli iznad tradicije u potrazi za novim temama i oblikovnim sredstvima." Ibid., str. 285.

13 "Neukoj publici su izložene slike dovoljno 'lude'. One uzrokuju nesaglediv skandal. I dok posjetioci masovno odlaze

Ekscentričnost i radikalnost postaće stubovi razvoja novih umjetničkih strategija.

### Rana uloga mode

U perspektivi dinamičnih zbivanja druge polovine 19. stoljeća, a unutar konteksta umjetničkog pluralizma i estetskih različitosti, veoma je važno navesti promjene koje su se desile na modnoj sceni. Ta činjenica čini se važnom jer će moda u svojoj strukturalnosti – kao estetski prostor transformativnog, fluidnog i neuhvatljivog – u svojoj konzumerističkoj lepršavosti preuzeti modele intrigantnog, subverzivnog, skandaloznog i šokantnog, te će kao najbliži srodnik medija i kulture spektakla otvoriti zaseban i autonoman prostor virtualnog i obmanjujućeg.<sup>18</sup> Počevši sa znamenitim pariškim modnim dizajnerom engleskog porijekla, Charlesom Frederickom Worthom, krajem 19. stoljeća, moda preuzima novu strategiju moderne, te se u novonastalom kontekstu popularnog konzumerizma služi metodom prelaska granica normi. Još tada je Worth primijenio radikalne inovacije koje će razvoju mode dati posve novu dinamiku i tok. Takav razvoj događaja bio je moguć u sprezi sa razvojem štampanih medija. Dnevne novine iz 19. stoljeća, premda reducirane na tek nekoliko stranica, imale su strukturu koja nalikuje današnjim dnevnim novinama – pored političkih i financijskih izvještaja, sadržavale su i komercijalne reklame, ali i stalnu dozu trača vezanog uz *celebrities*. Već tada su se počele štampati specijalizirane novine koje su zadovoljavale interese različitih profesija, pokrivajući time "različita 'tržišta' – različite segmente populacije koji su imali posebne interese u teme obrađene u tim posvećenim žurnalima".<sup>19</sup>

Zbog agresivnih samopromotivnih nastupa u javnosti, koji pak u dobroj mjeri podsjećaju na jednog Courbeta ili Maneta, Worth je dobio naziv "otac *haute couture*".<sup>20</sup> Sâmo uvođenje živih modela u

prezentaciji modnih kreacija, a sve u svrhu novog i mnogo agresivnijeg načina poslovanja, predstavlja iznimno značajan historijski trenutak u kojem ljudsko tijelo postaje fokusom estetske valorizacije od strane publike i mase.<sup>21</sup> Moda će kao takva poslužiti kao jedan od stubova masovne kulture koja će kroz neumoljivu potrebu za reprezentacijom generirati izvjesnu inverziju života.<sup>22</sup> Moda je postala "poslovna djelatnost koja ne uključuje samo kreativnost već i reklamne spektakle".<sup>23</sup> Dizajner je, kao i slikar, težio autonomiji estetskog izraza koji bi privukao klijenta. Veza umjetnosti i mode postajala je sve vidljivija kroz saradnju umjetnika i dizajnera – prvenstveno Wortha, Renoira i Maneta – dok su drugi slikari, kao što su Cézanne i Monet, pravili ilustracije za modne magazine.<sup>24</sup> Počevši od Courbeta, kontroverza je bila ta koja je davala ubrzanje ka konačnom cilju uspjeha. Premda je poznato da su i drugi umjetnici prije njega, kao što je Delacroix, reputaciju smatrali važnim agensom za uspješnu prodaju umjetničkih djela, Courbet je svoj povoljan ekonomski status gradio kroz skretanje pažnje putem provokacije i šoka. Dakako, radi se o "kulturi spektakla" koja se u kritičkoj analizi može nazvati i "kulturom lažne svijesti". Takva praksa postala je standardom i među novinarima i novinskim urednicima, a u svrhu što većeg tiraža i što bolje prodaje.

Lucidna i neozbiljna, moda će ljudskom liku podariti nove estetske vrijednosti koje u mnogim slučajevima zloupotrebljavaju pogled, tj. način gledanja. Sa današnje pozicije, a u prizmi sagledavanja cjeline, više od stotinu godina mode ne predstavlja puki niz slika, već posredovanje jedne druge realnosti ne-življenja. No, da bi u svojoj perpetuivnosti opstala, moda ne poznaje druge

---

The Metropolitan Museum of Art, New York 2004., [http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd\\_wrth.htm](http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm) (zadnji put otvoreno 11. 2. 2014.).

---

*Policy Lessons from the Brooklyn Museum of Art Controversy*. Rutgers University Press, New Brunswick – London 2001.

18 Vidi: Žarko Paić, "Ikongrami tijela: Kraj simboličke tvorbe mode", u: Irfan Hošić (ur.), *Odjeća kao simbol identiteta*, Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću – Gradska galerija Bihać, Bihać 2012., str. 81–96.

19 Petra ten-Doesschate Chu, "Packaging and Marketing Nature", u: P. ten-Doesschate Chu, *The Most Arrogant Man in France*, str. 139.

20 Jessa Krick, "Charles Frederick Worth (1825–1895) and the House of Worth", u: Heilbrunn Timeline of Art History,

21 Vidi: Gilles Lipovetsky, "A Century of Fashion", u: Malcolm Barnard (ur.), *Fashion. Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, sv. 2, Routledge, Oxford 2012., str. 286–294.

22 "Pod Worthovim vodstvom, *haute couture* nije postao samo luksuzni posao – prostor između proizvođača svile i brokata u Lyonu, te svijeta aristokracije i dvora. *Haute couture* je postao i pogon za javnost koji je bio naklonjen i klijentu i dizajneru." Peter Wollen, "Addressing the Century", u: M. Barnard (ur.), *Fashion*, sv. 1, str. 149.

23 G. Lipovetsky, "A Century of Fashion", str. 288.

24 Vidi: P. Wollen, "Addressing the Century", str. 148–157.

obrasce. Smještanje ljudskog, osobito ženskog tijela na ovaj način u kontekst mode i odijevanja, pobudiće umjetnike da na različite načine preispituju, dekonstruišu i rekonstruišu sliku čovjeka u vremenu koje slijedi. Zahvaljujući razvoju mode u kontekstu novog društveno-ekonomskog poretka, tijelo će uskoro preuzeti važnu ulogu fetišiziranog i manipuliranog objekta.<sup>25</sup>

Premda se razvoj umjetnosti i mode u akademskom smislu prati odvojeno u sklopu zasebnih cjelina, njihove intencije u vremenu moderne posjeduju istovjetne impulse. U određenim trenucima umjetnost i moda se do te mjere spajaju u jednu cjelinu koegzistirajući gotovo po modelu simbioze i uzajamnog održavanja.<sup>26</sup> Takav spoj može djelovati interesantno sa estetskog gledišta, ali sa druge strane ukazuje na fenomenologiju moderne koja je skandalu i šoku zvanično otvorila nove puteve. No prije tijesne simbiotske saradnje modnih dizajnera i umjetnika nadrealizma tokom dvadesetih godina 20. stoljeća, desilo se nekoliko radikalnih promjena koje su modnom stvaralaštvu i tržištu otvorile nove prostore djelovanja. U tom smislu, važno je pomenuti Paula Poireta koji se smatra tvorcem ideje mode 20. stoljeća, a kojem se pripisuju zasluge oslobađanja ženskog tijela od okova korzeta. Izmijenjena silueta ženskog tijela, uz izravan utjecaj orijentalnih elemenata posredstvom Ruskog baleta (*Ballets Russes*), oko 1910. godine je dala novi zamah onome što je nekoliko godina ranije započeo Charles Worth. Razvoj fotografije kao novog medija proširio je djelatni dijapazon agresivne modne industrije, a slikovna multireproduktivnost poticala je potrebu za reprezentacijom do nesagledivih granica. Virtualno kreiranje inverzije života putem modne insceniranosti i vještačkog konstrukta jedne nove



Marcel Duchamp  
*Fontana*, 1917.  
Readymade

realnosti otvoriće put razvoja društvu spektakla. Uz sve veće materijalne potrebe novog društva, želju za zabavom i "događajem", moda se ustoličila kao važan segment popularne kulture 20. stoljeća.

Nova konstrukcija ljudskog lika u umjetničkoj avangardi i brojnim pokretima tog vremena dijelom je uvjetovana novom predstavom ljudskog tijela posredstvom mode. Tijelo postaje subjekt intenzivnih pogleda: raščlanjeno, fragmentirano, oskrnavljeno i erotizirano dok umjetnici istražuju njegovu psihološku, sociološku i seksualnu problematiku. Vrhunac će se desiti u okviru pokreta nadrealista gdje su umjetnici prepoznali tijelo kao snažnu prezentaciju nadrealističkog eksperimenta u kojem se ono koristi kao medij nadrealnih ideja. Otuda i snažan interes umjetnika nadrealizma za metaforičko značenje manekenske lutke, propitujući time novi značaj tijela u njegovom sve većem omasovljenju kao ključnog medija modnog fetišizma. Tijelo je prestalo emanirati ljepotu, služeći sve više kao medij transmucije i manipulacije. Stoga nije čudno da su umjetnici tog vremena obrađivali pojam i značaj lutke, tj. manekena/manekenke. Lutke, kao simbol modernog života, sublimirale su potrebnu konfuznost koja se javlja između animacije i statike, čovjeka i stroja, muškog i ženskog ili pak života i smrti. Za Andréa Bretona,

25 Vidi: Alice Mackrell, *Art and Fashion. The Impact of Art on Fashion and Fashion on Art*. Batsdorf, London 2005.

26 "Preplitanje svjetova mode i umjetnosti posebno je bilo izraženo u Parizu tokom razdoblja od oko 1910. do 1940. godine. Prijateljstva i radne veze između dizajnera koji je obilježio vrijeme prije Prvog svjetskog rata, Paula Poireta, i baletskog majstora Diaghileva, između Coco Chanel i pjesnika-dramaturga Jeana Cocteaua, kao i dizajnerice Schiaparelli i slikara nadrealizma Salvadora Dalija, ostali su zabilježeni u hronikama vremena. Važna slikarica sinhronizma Sonia Delaunay također je dizajnirala modnu odjeću tokom 1920-ih i 1930-ih godina." Fred Davis, *Fashion, Culture, and Identity*. The University of Chicago Press, Chicago – London 1992., str. 186.



Elsa Schiaparelli  
*Šešir-cipela*, 1938.

lutka je predstavljala definitivnu reprezentaciju "grčevite ljepote".<sup>27</sup>

Dakako, nemoguće je sagledavati razvoj događaja bez njihovog smještanja u kontekst psihoanalitičkih istraživanja Sigmunda Freuda.<sup>28</sup> Interpretacija ženskog tijela kroz modu, modnu ilustraciju ili modnu fotografiju, te njegova kritička reinterpretacija kroz jezik umjetnosti, ukazuje na to da je ideja o ženskom tijelu kao predmetu muške požude dobila novi oblik. "Žene su viđene kao bića bliska prirodi i kao produžetak nesvjesnog."<sup>29</sup> Učestalim prikazivanjem nagog ženskog tijela u umjetničkim djelima Giorgia de Chirica, Mana Raya ili Hansa Bellmera na način kako je to nekoliko decenija ranije inaugurirao Édouard Manet svojim *Doručkom na travi*, tijelo je doživjelo transformaciju iz tradicionalnog u nestabilno i lomljivo tijelo. Potreba da se "izmijeni život", kako su to zagovarali umjetnici i

27 Ghislaine Wood, *The Surreal Body. Fetish and Fashion*, V&A Publications, London 2007., str. 10.

28 Vidi: Carl E. Schorske, *Beč krajem stoljeća*, Izdanja Antibarbarus, Zagreb 1997.

29 G. Wood, *The Surreal Body*, str. 42.

teoretičari nadrealizma, predstavlja sukus potrebe za spektaklom.<sup>30</sup>

### Od Else Schiaparelli do Benettona

Rapidan razvoj događaja, dominacija tehnologije, masovna industrijalizacija, prisutnost seksualnosti i erotike u javnom prostoru, kao i jasna distinkcija između društvenih klasa uz sve snažniji udio znanosti, kreiraju novi i veoma pogodan kontekst za simbiotički susret umjetnosti i mode u okviru nadrealizma.<sup>31</sup> Misli se prije svega na saradnju Salvadora Dalíja i dizajnerice Else Schiaparelli. Okrenuti ka iracionalnom i fantastičnom, nadrealisti su težili onome što je moguće uraditi, ali se ne radi. Dobar primjer implementacije takve prakse sublimiran je u znamenitom šeširu-cipeli iz 1938. godine, kojeg je Schiaparelli dizajnirala prema Dalíjevom crtežu. Utilitarni odjevni predmet – u ovom slučaju šešir – transformiše se u štiklu, što u konačnici tvori trenutak apsurda. Radi se o svjesnom elementu iznenađenja i neočekivane jukstapozicije. Schiaparelli šokira odabirom neobičnih i neočekivanih kombinacija boja i dekoracija. Štikla, tj. cipela, zadnje je što bi čovjek očekivao na glavi i upravo zbog toga nastaje efekat šoka, ali i humora. U tome se svakako može prepoznati intertekstualnost koja je posredstvom poezije i jezika postala sastavni dio umjetnosti nadrealizma.<sup>32</sup> Izmještanje određenih znakova iz njihovog primarnog konteksta, te njihovo pozicioniranje unutar novog, kreira sasvim nov proizvod namijenjen novoj funkciji koja je do tada bila nepoznata. Dolazi do redefinicije pojma umjetnosti, ali i unutar modnog dizajna se utilitarnost redefiniira aspektima misaonog. Odjeća treba da progovara, da bude glasna i kontroverzna. Ona utjelovljuje novi identitet pojedinca koji je svjestan, emancipiran i okrenut napretku. Odjeća nije tu samo radi zaštite tijela od vanjskih utjecaja, kako je to bilo do tada. Odjevna utilitarnost, sa Elsom

30 Vidi: David Hopkins, *Dada i nadrealizam*, Šahinpašić, Sarajevo 2005.

31 Marianne Oesterreicher-Mollwo, *Surrealism and Dadaism. Provocative Destruction, the Path within and the Exacerbation of the Problem of a Reconciliation of Art and Life*. Phaidon, Oxford 1979.

32 "Poezija, lirika i jezik postali su vodeći koncepti za one koji su zagovarali slikarstvo kao sistem znakova i komunikacije nezavisno od reprezentacije." Kim Grant, *Surrealism and the Visual Arts. Theory and Reception*. Cambridge University Press, Cambridge 2005., str. 24.

Schiaparelli, a snagom iznenađenja i šoka, nanovo definira svoje osnovne premise. Pojedinaac u njenoj odjeći postaje važan akter u prostoru. Njena odjeća je bučna i glasna. Pojedinaac postaje zapažena individua koja ima nešto da kaže. Stoga se Schiaparelli smatra pretečom kasnijih buntovnih pravaca utjelovljenih u modnom izražaju Vivienne Westwood ili Johna Galliana.

Kada je realizirala svoje najznačajnije kreacije, Schiaparelli je dizajnersku inspiraciju crpila iz ideja i umjetničkih ostvarenja nadrealizma. To da su i dada i nadrealizam "željeli šokirati gledaoca bilo je jasno, ali i uspješno".<sup>33</sup> Bilo je važno koristiti elemente iznenađenja i šoka u potrazi za originalnošću sa kojom bi se stekao željeni publicitet. Schiaparelli je uspješna eksperimentatorica koja odlučno raskida sa tradicijom i uzorima iz prošlosti. Strategije dade i nadrealizma, kao i dalekovidnost u odnosu na razvoj modernog društva, omogućile su joj da stekne slavu i uđe u historiju odijevanja i mode. U njenom dizajnerskom opusu anticipirana je teza znamenitog Andya Warhola izrečena nekoliko decenija kasnije: "Biti dobar u poslovanju je najfascinantnija vrsta umjetnosti."<sup>34</sup> Na tom tragu će se odvijati i razvijati percepcija i značaj šoka i skandala u umjetnosti, modi i medijima tokom druge polovine 20. stoljeća, sve do danas.

Nakon Drugog svjetskog rata uspostavljen je novi industrijsko-produktivni aparat unutar kojeg su jasno definirane nove pozicije kao što su korporacije, financije, radne prakse, institucionalne politike itd. Razvojem elektronskih medija, prvenstveno radija i televizije, definiran je komunikacijski obrazac i protok ideja unutar kojeg publika zauzima značajno mjesto.<sup>35</sup> Elektronski mediji omogućili su radikalizaciju dijaloga između napadnog proizvođača i nepoznatog potrošača. Zgušnjavanje saobraćanja informacija i ideja, uslijed mnogostrukog razvoja tržišta i povećanja protoka kapitala, zahtijevalo je nove strategije koje bi omogućile skretanje pažnje i kanalisanje pogleda kupca ka proizvodu.<sup>36</sup> Važnu



Charles Frederick Worth

ulogu u kreiranju skandala igraju mediji jer stvarne događaje interpretiraju kao namjerne akcije namijenjene javnosti.<sup>37</sup> No sličnom strategijom služiće se i grafički dizajneri kao sofisticirani oblikovatelji vizuelnih znakova namijenjenih novom i inteligentnom pojedincu-potrošaču.<sup>38</sup> Kritičari će govoriti o zloupotrebi slika u reklamama. I pored sporadičnih reklamnih kampanja Diesela ili Levi'sa, slučaj modne marke Benetton predstavlja vrhunski primjer jednog dosljednog i gotovo unificiranog vizuelnog jezika, koji je sa druge strane gotovo u kontinuitetu inicirao rasprave o moralnom i etičkom aspektu svojih reklama. Ono na čemu se inzistira u Benettonovoj reklamama jeste način gledanja zapadnog čovjeka i njegova žudnja za slikama oštrog realizma, slikama

*Use to Manipulate Our Minds and Persuade Us to Buy.* Crown Business, New York 2011.

37 Planetarno poznata ikona popularne kulture Madonna postala je paradigmom medijske manipulacije te se njen model sa ciljem banalnog konzumerizma koristi i u lokalnom medijskom kontekstu (Severina, Nives Celzijus, Indira i dr.). Više o tome vidi u: Doug Kellner, "Madonna, Fashion and Image", u: M. Barnard (ur.), *Fashion*, sv. 4, str. 7–22.

38 Vidi: Krešimir Purgar, "Advertising kao kultura: vizualno komuniciranje mode", u: *TZG 2011*, Tekstilno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb 2011., str. 49–52.

33 M. Oesterreicher-Mollwo, *Surrealism and Dadaism*, str. 28.

34 Andy Warhol, *The Philosophy of Andy Warhol* (1975); citat preuzet iz: P. ten-Doesschate Chu, "Packaging and Marketing Nature", str. 138.

35 Vidi: John Hartley, *Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture*. Arnold, London 1996.

36 Vidi: Martin Lindstrom, *Brandwashed. Tricks Companies*



Oliviero Toscani  
Benetton 1993.

iz stvarne svakodnevice. Naime, prostorna perspektiva, kao otkriće renesanse, ne ukazuje samo na novu organizaciju slike unutar slikarstva 15. i 16. stoljeća. Ona ukazuje na gledaoca i njegov način gledanja, tj. promatranja svijeta ili zurenja u svijet oko sebe, što se ovdje čini iznimno važnim. Benettonov dizajner Oliviero Toscani uzima egzistencijalne stvari, kao što su ružnoća ili siromaštvo, kako bi isprovocirao publiku i pokrenuo "smrtni ples sadašnjice".<sup>39</sup> Njegovi kritičari ne dovode u pitanje provokaciju kao takvu, već provokaciju kao sumnjivo sredstvo agitacije. O obimu rasprave koju je Benetton zajedno sa Toscanijem uspio pokrenuti 1991. godine sa iznimno poznatom *Pietom* svjedoči sljedeći komentar iz strukovnog časopisa Centralnog udruženja njemačkih reklamnih privrednika:

"Tržište nije neutralna zona kojoj je nepotrebna etika privrednog poslovanja. (...) Zbog toga etičke težnje zabranjuju korištenje iznimno profitabilnih ekonomskih strategija – što se tiče i reklame. (...) Odlikujućim se osnovnim normama morala ljudskog poslovanja, reklamna privreda uspostavila je pravila ponašanja

dobre volje, koja su namijenjena kao reklamne mjere za pojedina područja, uz osnovna pojašnjenja reklamnog savjeta usmjerena posebnim tematskim područjima. Za Benetton vjerovatno ne vrijedi takvo moralno ponašanje. Oni tvrde da njihova reklama prikazuje nedotjeranu stvarnost. Ustvari, oni zloupotrebljavaju slike koje su u redakcijskim programima štampanih i elektronskih medija već prikazane. Zbog toga stalno tumačenje čovječanstva od strane proizvođača pulovera, a uslijed medijske raznolikosti i prihvatljivosti, nije potrebno. Ispod pokrivača moralnih namjera skriveno je agresivno izrabljivanje želje za senzacijom, ljudskom patnjom i jadom. Pomaknuti moral je pritom samo sredstvo komercijalizacije. (...) Provokacija jeste dozvoljen element kreativne reklame. Ali kada provokacija postane agitacija, tada prestaje biti usklađena sa samodisciplinirajućim moralnim osnovama reklamne privrede."<sup>40</sup>

Pored brojnih Benettonovih skandaloznih i šokantnih plakata, jedan se ovdje čini interesantnim jer je izravno vezan uz lokalna zbivanja. Radi se krvavoj odjeći hrvatskog vojnika iz blizine Mo-

<sup>39</sup> Johannes Gawert, Reinhard Middel, *Werbung ohne Tabu? Pro und Contra zur Benetton-Werbung*. Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Frankfurt a.M. 1994., str. 7.

<sup>40</sup> "Wie weit darf Werbung gehen?", komentar u: *ZAW-Service*, br. 172, april 1992., str. 20.



stara, poginulog 1993. godine, koja je u svojoj surovoj formi iskorištena u reklamne svrhe. Ovaj plakat pokrenuo je intenzivne rasprave u Francuskoj, Njemačkoj, Italiji i Hrvatskoj, koje su rezultirale sudskim tužbama i zabranama.<sup>41</sup> Debata se odvijala na relaciji kritičkog propitivanja "da li je za fotografiranje bosanskog rata i njegovih strahota zadužen foto-reporter ili modni fotograf". Benetton i njegov glavni dizajner Toscani služe se društvenim traumama, krizama i prizorima ružnog kako bi postigli željeni efekat i pažnju pojedinca i mase skrenuli na sebe na nekoliko nivoa. Prvi nivo je sama reklama, tj. plakat; drugi nivo je multi-reprodukcija istog plakata kada on postaje "vijest" u medijima; treći je beskonačna debata koja se vodi o tom plakatu čak i u slučaju da je plakat zabranjen.

Slučaj Benetton je eklatantan jer u sebi posjeduje sve potrebne elemente koji govore o licu savremene mode, koje pak "proizlazi iz čudovišne blizine u susretu estetskoga i transgresivnoga".<sup>42</sup> Transgresija označava prelazak granica normi i propitivanje tabua te je usmjerena na "erotizam, ekscese, tabu, žrtvu, nasilje, božansko, sveto, rituale, žudnju, isključenje".<sup>43</sup> Taj model, koji je dakako kodiran i začet s idejom moderne, te uveliko podsjeća na komunikacijske metode iz vremena Courbeta ili Maneta, postao je ključnim obrascem redakcijskih i uredničkih politika medija u najširem kontekstu.

Proizvodnja skandala sa ciljem izazivanja pažnje i generiranja šoka nije ostala rezervisana samo za područje umjetnosti i dizajna, već postaje sredstvom politike i njenih subjekata. U napetim kontekstima, skandal postaje aktivističko sredstvo. Njegov cilj i njegova moć očituju se kada uspije da izazove instituciju ili pojedinca te da njihov legitimitet dovede u pitanje.

## Zaključak

Brojni primjeri iz umjetnosti, mode i medija svjedoče da je evropska moderna – epoha spektakla. Produkcija slika sa ciljem skretanja pažnje posredstvom šoka i provokacije, preuzima ulogu medijatora spektakla unutar socijalnih relacija. Javna sfera postala je utopijskim, ali suverenim entitetom zloupotrebe

određenih vrijednosti sa ciljem propitivanja granica i nametnutih tabua. Pod primamljivim i ukrašenim plaštom slobode izražavanja, a nakon izmještanja Boga iz centra društvenih zbivanja, društvo se okrenulo vrijednostima bez granica.

Ideja individualizma inaugurirana afirmacijom pojedinca tokom renesanse upotpunjuje se danas u svom najradikalnijem obliku. Osim što je u moderni bio upućen na nezavisnost i samostalnost, umjetnik je bio prinuđen na agresivne poslovno-marketingške metode iz čega se i potreba za šokom etablirala kao izvjesni motor društveno-popularnih aktivnosti. Tim slijedom, eksplozivni razvoj i nastanak zvijezda popularne kulture (muzika, film, moda, umjetnost, politika) koji se desio nakon Drugog svjetskog rata doveo je do posve novih oblika komunikacije. Tačka usijanja desila se pak sa internetom i društvenim mrežama. Slika provokacije i šoka, koja je nekada bila rezervisana samo za zvijezde, preselila se sa naslovnih stranica magazina i tabloida na privatne stranice korisnika društvenih mreža. Svaki pojedinac našao se u situaciji da na trenutak postane "zvijezda". Nekadašnji nevini i zaprepašteni gledalac Benettonove reklame postaje i sâm generatorom slika surove realnosti svoje privatnosti.

41 Vidi: J. Gawert, R. Middel, *Werbung ohne Tabu?*, str. 37.

42 Ž. Pačić, "Ikonogrami tijela: kraj simboličke tvorbe mode", str. 82.

43 Ibid.



Simona Čupić

Univerzitet u Beogradu

Moda, tradicija i/ili modernost

Srpsko slikarstvo 1918-1941

---

Na evropskome kontinentu krajem 18. veka započinje, da bi u 20. stoleću kulminirao, proces sekularizacije umetnosti, koji suštinski menja njen karakter baš kao i socijalnu funkciju. Promena istorijskih i društvenih prilika otvara nove dileme u umetnosti, zajedničke svim sredinama zahvaćenim procesom industrijalizacije. U novonastaloj situaciji i odnos prema oblačenju, ispoljava se kao vid kulturne integracije, ekonomskoga i socijalnoga raslojavanja društva koji je moguće pratiti u različitim formama vizuelne kulture. Nestajanje nošnji srazmerno je procesu modernizacije i višoj kulturi življenja. Odeća je bila oznaka socijalnoga statusa. Mogućnosti brzine nabavljanja najnovijih modnih predmeta, kvalitet, poreklo, način izrade, neki su od pokazatelja društvenoga položaja, ali i drugih oblika socijalne diferencijacije: bračnog statusa, pola, zanimanja, pa čak i političke pripadnosti. Činjenica je, međutim, da je oblačenje vrlo često bilo tek spoljna manifestacija, koja je potcrtavala pre mimikriju, nego istinsko prihvatanje novih vrednosti. Od satena, krzna i nakita, preko suncobrana i rukavica, do kroja haljina, govor odeće svedočio je o anatomiji klase. Uloga i mesto mode u konstrukciji građanskoga identiteta srpskoga društva ovom prilikom biće analizirani i predstavljeni kao vizuelni prostor razdvajanja, ali i spoja iskonskog i modernog, kao pokazatelj ruralno-buržoasko transformacije i oličenje novoga društva nastalog na temeljima takvoga spoja. Kroz neraskidivu vezu umetnosti i društvenih i istorijskih prilika, biće ponuđeno izdvajanje, a potom i interpretacija autohtonih i individualnih osobenosti slike građanske kulture, kao nove i moderne projekcije stvarnosti, uobličene kroz vizuelnu interpretaciju urbane svakodnevice.

---

– Could you identify the guy?

– All white people look alike to me.

– All right. How can you tell him apart from your boss, if it's true?

– By his clothes, how do you think? That's how I tell everybody apart.

(Robert Altman, *Prêt-à-Porter*, 1994.)

Dijalog iz Altmanove modne satire *Prêt-à-Porter* (1994) tek je jedan u, kako se čini, beskrajnom nizu primera onoga što Anne Hollander naziva "svima poznatom" definicijom odeće kao socijalne kategorije, odnosno ideje da su promene u načinu odevanja ekvivalentni socijalnih promena kao i pokazatelji svih oblika društvene diferencijacije: bračnog statusa, pola, zanimanja, verske i političke pripadnosti. Drugim rečima, odeća koja se oblači, u aktu svojevrsne svakodnevene inicijacije, posredni je pokazatelj kolektivnog identiteta – posebno kada je reč o

uniformi, nošnji ili verskim oznakama, predmetima simbolične, a ne estetske vrednosti. Sa razvojem modernosti ta poruka postaje manje stabilna i čitljiva. Nestajanje nošnji, kao i svih drugih tradicionalnih kostima, srazmerno je procesu emancipacije i modernizacije, kao i potrebi da se doživljava sopstvene individualnosti javno ispolji. Ali u tom procesu odeća ne prestaje da bude oznaka socijalnog statusa. Naprotiv, ona postaje jedna od najočiglednijih odlika novoosvojene društvene pokretljivosti. Izbor da se nešto obuče, kao i mogućnost brzine nabav-

ljanja najnovijih modnih predmeta, njihov kvalitet, poreklo i način izrade, ostaju pokazatelji društvenog položaja onoga ko ih nosi. Činjenica je, međutim, da je oblačenje vrlo često bilo tek spoljna manifestacija, koja je potcrtavala pre mimikriju nego istinsko prihvatanje novih ili drugačijih vrednosti. Premda najbanalnija, garderoba je i dalje bila najlakše uočljiva oznaka statusa. Od satena, krzna i nakita, preko suncobrana i rukavica, do kroja haljina, govor odeće svedočio je o mogućnostima i socijalnom položaju. Primera radi, uzani, strogo krojeni damski kostim ograničavao je pokretljivost i posredno ukazivao na poslove koje ona koja ga nosi ne može da obavlja. Na isti način, kao obrnuti staleški amblemi, funkcionišu široke kecelje, radne košulje, komotna i funkcionalna garderoba u kojoj može/mora da se radi, ono što Pierre Bourdieu naziva "ukusom neophodnosti". Na isti način, brojni portreti – zapravo mnogo više na njima slikani detalji – mogu biti dragocena i zanimljiva mapa za sumiranje utisaka o ukusu srpskog međuratnog građanstva. Kao deo filigranske mreže referentnih simbola, predmeti izabrani da budu naslikani, postaju paradigmatičke slike karaktera, estetskog i etičkog vrednosnog sistema, posredna studija ličnosti, statusni element buržoaske stvarnosti, preobražaja društva, ali i metafore posedovanja, tačnije, društvenog sloja koji (je mogao da) poseduje. Interpretirani u ideološkoj ravni, ovi motivi su često i govor o kompleksnoj društvenoj situaciji.

Upravo o toj kompleksnosti kao i uronjenosti mode u ideologiju svedoči anegdota o prvom susretu Đorđa Andrejevića Kuna i Spasenije Cane Babović: "Tamo sam video jednu ženu lepo obučenu, sa lepim šeširom i cvećem u ruci. Mi smo ranije osuđivali drugarice koje su nosile šešir. Smatrali smo to za buržoaske manire. Međutim, sad smo dobili nalog da se što bolje i lepše oblačimo, da se maskiramo."<sup>1</sup> Srodno razmišlja i Krsto Hegedušić kada kritikuje radove Milenka Šerbanova čija mu se koncepcija ne dopada jer "miriše na malograđanstvo koje želi biti velegrad. [...] Možda u onu koncepciju, one pejzaže pune štimunga uneti... boje i hrabrosti... Mislim da bi bio više slikar Šerban iz Novog Sada i proleterско dete, ne preko tih portreta... Te ti stvari imaju pretenziju da budu gospodске a nisu. [...] Snobizam

nije umetnost, a današnjoj pleh kulturi savremenog društva će se sledeće generacije ismijavati..."<sup>2</sup> Ne zna se na koje tačno radove Hegedušić aludira, ali izvesno je reč o slikama nastalim početkom četvrte decenije, možda portretima umetnikove lepe supruge Ivanke-Mile Šerban Starčević. Ova ostvarenja ardekoovske stilizacije, sasvim izuzetna po svojoj atmosferi, pokazuju Šerbanov dar da sa tek nekoliko pedantno probраниh predmeta vešto dočara ambijent. Raskošna bela lepeza koju elegantno odevena Ivanka Šerban Starčević drži u rukama, deo je pomenutog niza detalja koji ispisuju hroniku atmosfere. U narednim godinama uslediće i dirke klavira, cveća, šahovska tabla, maska, lampe. Hegedušićeva političko-ideološki ostrašćena ocena problematična je i u tumačenju malograđanštine i snobizma (prečesto neiznijansirano izjednačavanih sa svakim praćenjem mode), a posebno prejudiciranjem "ismejavanja" koje će uslediti ("sledeće generacije", pak, znatno češće sa simpatijama gledaju na fetiše prethodnika). Reklo bi se da gruba kritika, prezrivo odbacivanje i nadmena ignorancija hronično prate modno kao neka vrsta usuda. Ipak, da parafraziram Larsa Svendsena, pa zar i praćenje mode ne predstavlja neku vrednost, makar potrebom da se teži promeni i bude u skladu sa sopstvenim vremenom?<sup>3</sup>

Moda kao kulturna praksa nikako nije jednostavna i banalna. Njena slojevitost možda se najdelikatnije prepliće u konfuznom prostoru kolektivnog i/ili ličnog identiteta. Izvesno je da se društvena uslovljenost mode kao oznake kolektivnog identiteta ne može dovesti u pitanje, o čemu je već bilo reči, ali nema razloga prevideti zbog toga svaku mogućnost veze između mode i ličnog identiteta. Onaj segment mode koji je definiše kao kategoriju modernosti ogleda se upravo u njenom potencijalu da destabilizuje i kreativno zaobide nametnuti okvir tradicije<sup>4</sup> Napuštanje nametnutog identiteta i čin izbora novog predstavljaju taj po svemu izuzetni potencijal mode. Ako se ima na umu Svendsenova eksplicitna tvrdnja da je u modi "sadržana odlučujuća crta cele modernosti: ukidanje tradicije" onda postaje jasnije zašto svako nametanje ograničenog ideološkog stanovišta

1 Prema: Lj. Tešić, "Životni put Đorđa Andrejevića – Kuna (13). U okupiranom Beogradu", *Dnevnik*, Novi Sad, 13. 2. 1980.

2 Prema: Irina Subotić, *Milenko Šerban*, Galerija Matice srpske, Novi Sad 1997., str. 21.

3 Laš Fr. H. Svensen, *Filozofija mode*. Geopoetika, Beograd 2004., str. 18.

4 Ibid., str. 24.



Milenko Šerban  
*Moja žena*, 1930-31.  
 Ulje, platno  
 Galerija Matice srpske, Novi Sad



Mladen Josić  
*Portret Nadice Nikolić*, 1925.  
 Ulje, platno  
 Narodni muzej, Beograd

uvek započinje pokušajem omalovažavanja širine modnog izbora u korist nametnutog "adekvatnog modela".

Šta bi bio taj prihvatljivi okvir kada je reč o srpskim međuratnim prilikama jasno je iz teksta objavljenog u *Vesniku*, nedeljniku Srpske pravoslavne crkve, koji široj publici prenosi *Politika*.<sup>5</sup> "Naši sveštenici" ovom prilikom traže "zakon protiv kratkih sukanja, šišanja, pušenja i kibicovanja". Govoreći o "moralnoj dekadenciji koja je zahvatila čak i porodicu" pravoslavno sveštenstvo prestonice smatra da je jedan od glavnih problema "mustra koju naše ženskinje" uzimaju "od pariskih propalih egzisten-

cija, a naročito od pariskih glumica", dok zaključuju da "današnja suvišna sloboda ženskog pola rečito govori da je moralna kriza ženskog pola akutna". Kao najstrašnije se naglašava da "ženskinje i iz najvidenijih, najuglednijih porodica gotovo ni po čemu se ne razlikuju po ponašanju, modi i oblačenju od uličnih ženskinja i pariskih demimontkinja". Zato Crkva treba da se založi da država propiše zakon: "1) da ženske suknje, kod žena i odraslih devojaka, ne smeju biti kraće bar od 25 santimetara iznad zemlje; 2) da se ženskinje od 15 godina na dalje ne sme šišati; 3) da ženskinja ne sme skitati niti javno pušiti; 4) da besposleno i problematično ženskinje ne sme sedeti po javnim lokalima radi 'kibicovanja' i u nemoralnoj nameri, itd." Inače zanimljivo je da u istom broju, samo tri stranice ranije, *Politika* donosi reportažu, koju takođe preuzima, ali ovog puta od "jedne engleske novinarke sa puta po

5 "Naši sveštenici protiv današnje mode", *Politika*, Beograd, 14. 11. 1926., str. 9.

Americi", o poseti holivudskoj zvezdi Poli Negri, u njenoj vili na Beverly Hillsu.<sup>6</sup> Na fotografiji koja ilustruje tekst glumica se vidi, u tričetvrt profilu koji omogućava da se kratko podšišana kosa, "na bubi-kopf", odlično osmotri gotovo u celosti. Istih godina Mladen Josić slika *Portret Nadice Nikolić* (1925) sa identičnom frizurom, pedantno stilizovanim obrvama i crvenim ružem; obučena po najaktuelnijoj modi, u "geometrizovanoj" crno-crvenoj haljini bez rukava prepoznatljive *art deco* estetike, sa zelenom maramom neobavezno prebačenom preko ruke, diskretnom niskom bisera oko vrata i prstenom sa rubinom koji, slikarski opravdano, okončava taj minuciozni niz crvenih detalja. Utisak je kompletiran tek ručnim satom, zlatnim. Naime, početkom 20. veka doživljeni više kao ukras, ručni satovi bili su rezervisani samo za dame. Gospoda su nosila isključivo džepne. Načelno, politika predstavljanja u javnosti funkcionisala je utemeljena na društvenom stereotipu o muškim i ženskim prostorima, interesovanjima, predmetima, pravilima ponašanja, ritualima. Po toj logici nakit se prepuštao ženama i "inferornim rasama" dok muškarcima "zadržavaju samo ono što se nosi kao uspomena, amblem privrženosti i vernosti, burme, medalje ili pribadače za okovratnike, čija dekorativnost je opravdana utilitarnošću".<sup>7</sup> Prvi svetski rat trajno je obezbedio ručnim satovima "opravdanu utilitarnost" – ritualno vađenje sata pokazalo se veoma nepraktičnim u uslovima ratnih dejstava, te su vojnici na različite načine svoje džepne satove vezivali oko ruke. U trenutku kada sredinom dvadesetih godina Mladen Josić beleži pažljivo osmišljeni imidž Nadice Nikolić, ručni sat predstavlja jedan od najpoželjnijih modnih detalja.

Novi stil prepoznamo i na brojnim drugim ostvarenjima – raskošni niz Dobrovićevih portreta supruge kao da je modni priručnik epohe; od rukavica i šešira, preko haljina i cipela, do šminke, frizure i stava Olga Dobrović bila je harizmatična "ikona stila". O značaju koji se pridaje modnom detalju svedoče i nazivi slika: u zimskom kaputu, u plavom žaketiću, u zelenom turbanu, sa bereom, sa crnim šalom, sa žutim šalom... Flambojantna

6 "U poseti kod Pole Negri", *Politika*, Beograd, 14. 11. 1926., str. 6.

7 Charles Blanc, *Art in Ornament and Dress* (1877.), prema: Tamar Garb, "Gustave Caillebotte's Male Figures: Masculinity, Muscularity and Modernity", u: Tamar Garb, *Bodies of Modernity. Figure and Flesh in Fin-de-Siècle France*, Thames and Hudson, London 1998., str. 36.



Miloš Golubović  
*Kraljica Marija*, 1934  
Ulje, platno  
Muzej savremene umetnosti, Beograd

predstava mlade žene u raskošnoj garderobi, sa modernim, ekstravagantnim šeširima, brižljivo stilizovane frizure nesumnjiva je i prigodna poruka o socijalnom statusu, manirima, mogućnostima jer portret (posebno naručeni) je oduvek bio moćno sredstvo projekcije, često konstrukcije identiteta, oblikovanja društvenih prototipa ili korekcije nedovoljno prepoznatog socijalnog statusa. Imajući na umu ovakve slike međuratne građanske elite, ni na koji način ne iznenađuje ironični zakonski predlog "modernih Beogradanki" upućen kao odgovor prestoničkom sveštenstvu: "1. da sve popadije i svešteničke čerke obrišu puder sa lica i karmin sa usana i da puste kose do pojasa i suknje do člana pre nego što se uzme u razmatranje sveštenički predlog. 2. da svi sveštenici poskidaju šimi-cipele, ako ih nose, i moderne šešire 'Habig' i 'Borsalino', pa da na noge pritegnu opanke, a na glave metnu čite i kamilavke, onako kako propisuju kanoni svete pravoslavne crkve. 3. da svi sveštenici puste duge kose niz pleća, brade do pojasa i brkove niz usnice, jer je i to naređeno starim crkvenim propisima, a da ne šišaju kosu, da ne brijaju bradu i ne štucuju brkove po modi 'koja dolazi od pariskih propalih egzistencija, a naročito od pariskih glumica i pariskih demimontkinja'".<sup>8</sup>

8 "Sveštenici, žene i moral", *Politika*, Beograd, 21. 11. 1926., str. 6.

Verovatno, znatno više po ukusu srpskog sveštenstva su devojčice trećeg razreda osnovne škole iz beogradskog prigradskog naselja Mirijeva, koje 1935. godine na završnoj školskoj fotografiji poziraju zabrađene. Novi stil oblačenja bio je bez sumnje samo još jedan detalj na mapi socijalnog podvajanja. Ideološko-urbanistički koncept *Verschönerung des Stadtbildes*, ulepšavanja slike grada, odnosno osmišljeno društveno planiranje urbane ekspanzije, pri čemu su praktični ciljevi podređeni simboličkoj funkciji predstavljanja, nije se znatnije uočavalo u beogradskoj veduti, osim po svom najbanalnijem segmentu – odvajanju gradskog jezgra i gradskih rubova. Zato je navedena fotografija, baš kao i prizori seljanki koje čekaju u redu da skrate kosu, ne zbog mode već da bi je prodale u vremenu ekonomske krize,<sup>9</sup> zapravo slika onog neprivlačnog, ali stvarnog sveta, uslovljenog industrijalizacijom, te prostornom pokretljivošću stanovništva, koja je dovela do pojave "radne migracije" koja će tokom prvih decenija 20. veka u znatnoj meri oblikovati fizionomiju srpskih gradova. Privredni, socijalni i kulturni faktori stvarali su klimu koja je pogodovala procesu iseljavanja sa sela i nastajanja brojne fluktuirajuće radne snage na gradskim obodima. Ograničenja seoske privrede i istovremena socijalna i kulturna privlačnost grada delovali su kao paralelni faktori ovog procesa. "Mnogi migranti su kao pretežni motiv za iseljenje naveli ličnu težnju ka sreći, bekstvo od socijalne kontrole zadruge i seoske zajednice, i želju da se oslobode okova strogih moralnih predstava i formalnih pravila ponašanja".<sup>10</sup> Ipak, podaci vezani za promene u strukturi beogradskog stanovništva pokazuju da je potraga za poslom bila onaj ključni pokretač priliva pridošlica. Činjenica da je broj muškaraca bio za četvrtinu veći od broja žena, pokazuje da su najčešće dolazili bez članova porodice, koji bi predstavljali dodatni ekonomski teret; da su se zadržavali tek neko vreme, očigledno rukovođeni namerom da se vrate.<sup>11</sup> Prostorna pokretljivost se iz navedenih razloga nije po automatizmu preklapala sa socijalnom, odnosno napuštanje sela nije samo po sebi vodilo oblikovanju i prihvatanju novog, gradskog identiteta. Emotivne veze sa ostavljenom porodicom usporavale



Paja Jovanović  
*Kraljica Marija*, 1927.  
 Ulje, platno  
 Galerija Matice srpske, Novi Sad

su proces asimilacije. Osećaj pripadnosti i dalje se vezivao za kult zavičaja, onemogućavajući suštinsku integraciju u novu sredinu. U novonastaloj situaciji, potreba za kolektivnim identitetom vodila je formiranju privremenih zajednica, etnički i klasno srodnih, čiji su se prostori življenja naslanjali na grad, ali bez istinske namere da se sa njim i spoje. Socijalni profil periferije oblikovan je elementima ruralnog, pretvarajući u procesu rustifikacije potencijalna urbana naselja u "seoske gradove".

U uslovima drastičnih socijalnih razlika, te pripadajućih sistema vrednosti, ne čudi da je način na koji se vidi (žensko) oblačenje u javnosti bio i krupno ideološko pitanje. Pre svega treba imati na

9 Milanka Todić, *Kupite nešto i ovdje*. Službeni glasnik, Beograd 2010., str. 70.

10 Mari-Žanin Čalić, *Socijalna istorija Srbije 1815–1941*. Clio, Beograd 2004., str. 181.

11 Ibid., str. 184–185.



Petar Dobrović  
*Olga Dobrović*, 1936.  
Ulje, platno  
Galerija Petra Dobrovića, Beograd

umu da se u domenu tradicionalnog, patrijarhalnog tretmana roda žena doživljava kao "majka (nacije)". Upravo zato način njenog javnog predstavljanja nikako ne može biti sveden na efemernu dnevnu estetiku. Određena patriotskim narativnim normama, naslovna strana časopisa *Žena i svet* iz februara 1928. godine, kojom se slavi rođenje princa Tomislava, donosi fotografiju kraljice u narodnoj nošnji dok prigodno drži dečiju cipelicu u rukama, dopunjenu objavom: "Nj. V. Kraljica Marija mati je još jednom sinu. Srećno Joj bilo!". Insistiranje na narodnoj nošnji, kao obeležju prigrljene nacionalne pripadnosti, simbolično govori da kraljica ne samo da je majka novorođenom princu, već i čitavom narodu. I obrnuto, mladi princ, kršten osveštanom vodom iz Vardara, Dunava i Jadrana, nije dete samo svojih roditelja već čitavog naroda. Inače, kraljica Marija – Minjon, kako su je zvali – bila je veoma omiljena u srpskom patrijarhalnom društvu čemu je znatno

doprinela pažljivo konstruisana, iako ne uvek sasvim tačna, medijska slika – "naša kraljica" je apolitična, posvećena humanitarnom radu, deci i siromašnima, skromna, smerna, brižna majka, vezana za tradiciju i crkvu.<sup>12</sup>

Za razliku od fotografije u nošnji na naslovnoj strani časopisa *Žena i svet*, na portretu koji je za salu magistrata u Novom Sadu 1927. godine naslikao Pavle (Paja) Jovanović kraljica je u svečanoj odori. Dok gleda direktno u posmatrača, odevena u modernu satensku haljinu boje starog zlata, sa prebačenim krznenim ogrtačem preko ramena, Marija Karadžorđević nosi dijademu, dugačku trostruku nisku bisera i orden Karadžorđeve zvezde. Reprezentativni vladarski portret (dimenzija 254,5 x 152,7cm) izveden je u paru sa portretom kralja Aleksandra u svečanoj uniformi sa nizom odlikovanja i sabljom. Portretisana u dvorskom enterijeru, kraljica je ovom prilikom predstavljena – kombinacijom moderne garderobe i insignija – kao pripadnica evropskog plemstva i visokog društva. Ako, pak, sa Jovanovićevim uporedimo portret Miloša Golubovića iz 1934. godine, utisak je potpuno drugačiji. Ništa na ovoj kamernoj slici (dimenzija 42,5 x 41cm), osim naziva, ne ukazuje da je reč o portretu kraljice. Predstavljena u punom profilu dok zamišljeno gleda ispred sebe, sa šarenom svilenom ešarpom i kratkom niskom bisera oko vrata, ležerno odevena Marija Karadžorđević deluje kao moderna građanka. Dakle, u svakom od navedenih primera garderoba je bila najupadljiviji nosilac prepoznatljivosti uloge koja je kraljici namenjena zavisno od publike i prilike.

Ideja o osmišljenom kreiranju prigodne slike u javnosti vidljiva je i uporednim posmatranjem dve fotografije kneginje Olge Karadžorđević – iz *Voguea* 1923. godine<sup>13</sup> i iz *Žene i sveta* 1926. godine. Svadbena fotografija koju donosi kulturni francus-

12 Dobrila Glavinic Knez-Miljković, "Naša kraljica", *Žena i svet*, Beograd, februar 1937., str. 1–2.

13 Ispod fotografije je tekst: "Princeza Olga od Grčke / U kapeli bukureškog dvora proslavljeno je venčanje grčke princeze Olge i srpskog princa Pavla. Po završetku verskog obreda, kraljevska porodica se vratila u palatu, u čijem se predvorju održaše tradicionalni obredi 'tamis' simbol obilja i 'nakonče' simbol plodnosti. Potom je usledio svečani obed na kojem se okupiše članovi kraljevske porodice i zvanice." *Vogue*, decembre 1923., vol. 4, n. 29.





Plakat kojim se najavljuje poseta Olge i Pavla Karadjordjevića Nemačkoj, 1939.

• Година II

Број 7

Београд 15. VII. 1926.

Поштарина плаћена у тошву

Цена 12 динара

# Жена и Свети



## Њ. К. В. Кнегиња Олга у народној ношњи

Њ. К. В. Кнегиња Олга ћерка је грчког Краљевића Николе и руске Велике Кнегиње Јелене Владимировне. Рођена је 1903. у Татоју а удала се за Кнеза Павла Карађорђевића 1923. у Београду.

Nj. K. V. Kneginja Olga ћerka је грчког Kraljeviћа Nikole i ruske Velike Kneginje Jelene Vladimirovne. Roђena је 1903. u Tatoju a udala се за Kneza Pavla Karaђorђеviћа 1923. u Beogradu.

ki modni časopis trebalo je da predstavi mladu plemkinju evropskoj eliti u jednom od najvažnijih, prelomnih životnih trenutaka – venčanjem je vrednovana pozicija njene porodice među evropskom aristokracijom, dodeljene su joj odgovarajuće društvene obaveze, definisan prostor u kome će nastaviti život. Venčanica, izrađena po poslednjoj pariskoj modi od ukoso krojene bele svile à la Madeleine Vionnet, koja suptilno naglašava Olginu vitku figuru, sa velom bogato obrubljenim skupocenom šantilji čipkom koja daje romantičnu auru njenom aristokratskom poreklu, postaće, ne samo u Srbiji, bajkoviti model generacijama mladih žena.<sup>14</sup> Kompletna *mise-en-scène*, koji u izvesnom smislu čini i sam časopis u kome je fotografija objavljena, uklapa se u predstavu mlade grčke princeze kreiranu i pred objektivom Cecilia Beatona, na čuvenoj fotografiji sa Boucheron tijažom. Citatne, eklektične, raskošne scenske postavke Beatonovih modnih fotografija iz ovog perioda bile su privilegija kraljevske elite. Izbor Piranesijeve gravire kao pozadine ovde očigledno sugerise neo-rokoko estetiku, ali aludira i na Olgino grčko poreklo, dok dragocena tijaža i nakit sasvim direktno ukazuju na njenu pripadnost ruskoj carskoj porodici.<sup>15</sup> Beatonova glamurozna estetika oblikovana je maštovitom eklektičnošću, preteranošću detalja sa namerom da doprinesu imaginarnosti prizora koji niko ne može da odredi, ali može za njime da žudi. Na naslovnoj strani druge pomenute novine kneginja Olga je u narodnoj nošnji, stilizovana u duhu folklornog glamura koji će je učiniti dražom srpskoj publici. Zanimljivo je da iz seta fotografija "orijentalnog" brikolaža uredništvo ipak bira onu najneutralniju. Izabrana "etno-modna" fotografija svojstvena je konstitutivnim normativima magazina *Žena i svet*, koji iz broja u broj uredno obaveštava o prestoničkim balovima, ali i o narodnim spletovima; estetika magazina oblikovana je karakterističnim evro-nacionalnim pastišom srpskog građanstva.

Zajedničko atmosferi kreiranoj na fotografiji u *Vogueu* i onoj iz srpske revije ogleđa se u očiglednom

poimanju ženskosti u okvirima prijatnog, oku ugodnog prizora, bodlerovske "žene kao luksuznog predmeta", nežne prisnosti i spokoja, slike "posredovanja i predstavljanja društvenih odnosa u šemi znakova u kojima je, često nesvesno, reprodukovana patrijarhalna ideologija".<sup>16</sup> U domenu patrijarhalnog nesumnjivo deluje i korišćenje narodne nošnje, o čemu je već bilo reči. Imajući to na umu, nikako ne iznenađuje što je fotografija kneginje Olge iz 1926. godine korišćena ponovo, preko decenije kasnije, prilikom najave zvanične državne posete prinčevskog para Nemačkoj 1939. godine. Mlada i lepa princeza u nošnji, kao i naočiti princ u uniformi bili su idealna slika države, otelotvorenje tradicionalnih rodničkih uloga, alegorija i simbola prepoznatljivih iz vizuelne kulture vekovima. Vizuelne kulture u kojoj garderoba o(p)staje kao jedan od najlakše prepoznatljivih nosilaca značenja.

14 John Peacock, "The 1920s", u: John Peacock, *The Complete Fashion Sourcebook*. Thames & Hudson, London 2005., str. 9–62.

15 U istom ambijentu fotografisana je i Olgina mlada sestra, princeza Marina. Potonja vojvotkinja od Kenta, u decenijama koje su usledile pozirala je Cecilu Beatonu u nekoliko navrata. Ostao je sačuvan niz briljantnih portreta, od kojih nekoliko i u grčkoj narodnoj nošnji.

16 Rozsika Parker, Griselda Pollock, "Painted ladies", u: Rozsika Parker, Griselda Pollock, *Old Mistresses. Women, Art and Ideology*, Pandora, London 1981., str. 116–119.



Svrha uradka je na temelju ponuđenih djela Ivane Kobilce pokušati odgovoriti na pitanje kakvu je poruku slikarica izražavala prikazima odjeće te utvrditi je li odabirom odjeće portretiranih, namjerno ili slučajno, unosila konfliktnost u svoja djela, te u kojim je djelima tu konfliktnost moguće otkriti. Naglasak je na opusu nastalom tijekom boravka slikarice u Sarajevu, jer se pretpostavlja da je specifičnost sarajevskog miljea značajno utjecala na odabir kako motiva, tako i detalja u njezinim radovima. Uradak se također bavi i pitanjem autonomnosti slikarice pri izboru motiva, impusla te iskustva, kojima je bila vođena pri kreiranju odjeće te naglašava glavne probleme s kojima se susretala u konzervativnom bosanskom miljeju te koji su utjecali na radove. Kod analize predstavljene problematike, za dobivanje sveobuhvatnoga dojma, uključen je i očuvani fotografski materijal kao i opširna korespondencija. Za očekivati je da je slikarica zbog prirode svojega djela, izbjegavala eksplicitnu provokativnost u svojim radovima te ukoliko su konflikti uopće i bili prisutni, oni su manji i nenamjerni.

---

Svrha rada jest na temelju obrade nekih djela slovenske slikarice Ivane Kobilca pokušati odgovoriti na pitanje što je slikarica htjela poručiti s prikazima odjeće. Konkretnije, ovim radom pokušavam odgovoriti na pitanje je li za slikaricu prikaz odjeće bio nešto samo po sebi razumljivo ili se radi o promišljenom izboru s ciljem utjecaja na promatrača. Pri tom nas zanima i je li Kobilca izborom odjeće ikad namjerno provocirala. Naglasak je na opusu stvorenom za vrijeme slikaričinog boravka u Sarajevu, jer se pretpostavlja da je specifikum sarajevskog miljea značajno utjecao na izbor motiva, kao i određenih detalja. Kod obrade dotične problematike, pored samih umjetničkih djela, sveobuhvatniji dojam omogućavaju i fotografski materijali te opširna korespondencija. Očekuje se da je slikarica, zbog prirode svoga djela, izbjegavala eksplicitnu provokativnost u svojim djelima, ali da je bila svjesna utjecaja odjeće likova i detalja te se promišljenim izborom pokušavala približiti ukusu ciljane skupine kojoj je djelo bilo namijenjeno. Pri tom bih spomenula da sam se pitanjem uloge odjeće u slikarskom opusu Ivane Kobilca počela baviti u svrhu ovog simpozija; naime, ne radi se o temi koja je do sad već bila obrađivana u povijesno-umjetničkoj analizi ove slikarice.

Ivana Kobilca je već u djetinjstvu primala slikarsku poduku u Ljubljani, kojoj je slijedilo kraće razdoblje u Beču, dok je formalno slikarsko obrazovanje stekla u Münchenu, u privatnoj slikarskoj školi njemačkog realističkog slikara Aloisa Erdtelta. Glavni naglasak školovanja bio je na portretnom slikarstvu. Djela Ivane Kobilca iz tog razdoblja pokazuju i veliki interes za žanr te u manjoj mjeri za mrtvu prirodu. Krajem osamdesetih godina Ivana Kobilca počela je aktivno izlagati svoja djela te je dostigla svoj vrhunac kada su dva njezina djela, *Ljeta (Poletje)* i *Glačarice (Likarice)*, uvrstili na pariški Salon 1891. godine, kad je bila i primljena među članove Salona. Na poziv prijateljice Kobilca se preselila u Pariz. Dvije godine kasnije, prije svega zbog osobnih i financijskih razloga, vraća se u Ljubljanu. Odatle je 1897. godine oputovala u Sarajevo, gdje je ostala osam godina. U bogatom sarajevskom razdoblju slikarica je, pored većeg broja portreta, slikala i sakralna djela, sudjelovala je u likovnom opremanju knjige ÖMWB-a, naslikala je veći broj žanrovskih motiva te je po narudžbi naslikala veće alegorično djelo *Slovenija se klanja Ljubljani* za ljubljansku Gradsku vijećnicu. Motivima bogato razdoblje Kobilca je zaključila 1905. godine kada se vraća u domovinu, a godinu i pol kasnije seli se u



Ivana Kobilca  
*Bosaniac s guslama, oko 1900.*  
Privatno vlasništvo



Ivana Kobilca  
*Portret sestre Fani, 1889.*  
Privatno vlasništvo.

Berlin, gdje je ostala do početka Prvog svjetskog rata. Početkom Prvog svjetskog rata slikarica se vratila u Ljubljano, gdje je ostala do smrti.<sup>1</sup>

Sažeti pregled slikaričinog djelovanja potreban je za bolju predodžbu o različitim miljeima u kojima se Ivana Kobilca kretala te likovnim i društvenim utjecajima koji se ogledaju u slikaričinim djelima pojedinih razdoblja. O izrazitom kontrastu između min-

henske, pariške, ljubljanske i sarajevske društvene atmosfere svjedoči i slikarica u svojim memoarima i osobnoj korespondenciji, što će biti detaljnije predstavljeno u nastavku.

Kod obrade Ivane Kobilca ne možemo propustiti njezino najuspješnije izložbeno djelo, *Ljeto (Poletje)*, s kojim se slikarica 1891. godine uvrstila na pariški Salon du Champ de Mars. Kod povijesno-umjetničke analize uvijek nas zanima kako je jedno djelo nastajalo, s kakvim je sredstvima umjetnik sebi pomogao, dok nam slika zajedno s očuvanim dokumentima svjedoči o načinu na koji je mlada

<sup>1</sup> O životu i radu Ivane Kobilca: Polonca Vrhunc, "Življenje in delo Ivane Kobilce", u: Anica Cevc (ur.), *Ivana Kobilca. 1861–1926*, Narodna galerija, Ljubljana 1979., str. 1–30.

umjetnica to djelo stvarala. Očuvane fotografije iz slikaričine ostavštine pokazuju da je Ivana Kobilca promišljeno i točno pozicionirala osobe te birala koje će detalje prikazati na slici. Fotografije svjedoče o tome da je slikarica, uz već domišljenu kompoziciju za sliku, naročitu pažnju namijenila izboru savršene odjeće, šešira, čak i vrste cvijeća, koji su dovršavali stvoreno djelo. Razvidno je da je Kobilca bila svjesna značajnosti utiska kojim odjeća likova doprinosi cjelini.

Značaj koji je za Ivanu Kobilca imao izbor odjeće pokazuje se i na drugoj, neumjetničkoj strani slikaričinog života. Umjetnica je, naime, pažljivo pratila modu na sarajevskim ulicama te pisala sestri: "Molim majku, da mi puste napraviti suknju kod Schleichaua, a ne kod druge, da bude moderan kroj"<sup>2</sup> te "...čovjek mora ovdje uvijek biti pristao, jer je ovdje sve po modi, moje suknje, one svijetle nosim svaki dan, ali su već slabe, ovdje nijedna više nema takvu staromodnu suknju..."<sup>3</sup> Predstavljene odlomci iz pisama sestri nesumnjivo pokazuju da je Ivana Kobilca pratila modu na sarajevskim ulicama i prilagođavala joj se, ali samo do te mjere do koje je odgovarala njezinom ukusu, dok je izvedbu još uvijek prepuštala svojoj ljubljanskoj krojačici. S druge je strane za prijatelje i rođake naručivala odjeću i dodatke u Sarajevu te ih slala u Ljubljanu; tako je naprimjer za jednu gospođicu u Ljubljanu poslala čak 13 fesova.<sup>4</sup> S istom je pažnjom Kobilca naručivala i suncobrane i kišobrane kod svojih roditelja koji su imali kišobranarski obrt te ih ponekad prosljeđivala, a često i poklanjala svojim prijateljima.<sup>5</sup>

Tražeći odgovor na pitanje kakvu je ulogu u slikarstvu Ivane Kobilca imala odjeća likova, naglasila bih tri faktora koja su najviše utjecala na izbor prika-

zivane odjeće. Radi se o slikaričinoj autonomnosti u izboru motiva, njezinoj izložbenoj usmjerenosti, odnosno ciljanoj skupini na koju je htjela utjecati, te problemi modela s kojima se susretala u svom likovnom stvaranju.

### Faktor autonomnosti

Djela je, u svrhu analize, moguće, s obzirom na slikaričinu autonomnost, podijeliti u dvije grupe. U prvu se grupu svrstavaju djela po narudžbi, prije svega portreti i sakralna djela, gdje se umjetnica podređivala ukusu, odnosno željama naručioca/platioca. Kod njih je na krajnje uobličenje vjerojatno presudno utjecala volja naručioca, tj. portretiranog. Zbog toga slikarica o prikazu odjeće i dodataka nikako nije samostalno odlučivala, već se prilagođavala ukusu i željama portretiranog. Takav primjer, koji doduše ne govori o izboru odjeće, ali nesumnjivo prikazuje slikaričinu neautonomnost kod izrade portreta, jest u pismima navedeni portret austrijskog guvernera u Bosni i Hercegovini, Eugena von Alborija, kojeg je Kobilca portretirala u ljeto 1904. godine.<sup>6</sup> Slikarica detaljno navodi da je morala u par posjeta pripremiti skicu i fotografije te nakon naručiočevog odobrenja skice pripremiti portret: "Da Bog da bih ja imala sreće s portretom, onda je sve dobro, no, nadam se";<sup>7</sup> "...do sad je prilično zadovoljan skicom, nadam se da će mi se posrećiti, težak je to zadatak, takvu visoku gospodu slikati..."<sup>8</sup>

U drugu grupu, gdje je Ivana Kobilca mogla barem djelomično utjecati na izbor motiva, kompozicije i prikaza detalja, svrstavaju se djela pripremljena za tisak te djela namijenjena za prodaju na tržištu te za moguće izložbe. Međutim, i ta je autonomnost samo uvjetna jer se umjetnica prilagođavala ukusu ciljane skupine, tj. potencijalnih kupaca, odnosno publike. Očigledan primjer jest Kobilčin komentar, kada u pismu sestri govori o prikladnosti slika koje bi slike bile prikladnije za nekog drugog kupca: "Što se mog Turčina tiče, mislim da je za svakog, iako nije stručnjak, jer je ipak nešto drugo i ja mislim da bi tamo više imponirao nego cvijeće... Ako hoćeš

2 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 10. 8. 1902.

3 Pismo Ivane Kobilca obitelji, Sarajevo, 28. 6. 1902.

4 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 7. 7. 1904.

5 "Prosim, pošljite 3 solnčnike – in sicer, sva entoutcas, eden prav lepi temno rdeči s kakim krajcam ali borduro in prav elegantno palico, zraven tega entoutcas pridenite še en svete (sehr licht!) napol svilen solnčnik za jedno prav zelo mlado gospodično in da bode imel take barve, da na vsako obleko pašejo, kar je prav zelo moderno in novo, tisto dajte..." Pismo Ivane Kobilca majci, Sarajevo, 3. 4. 1903.

6 O portretiranju Kobilca piše u pismima sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 25. 6. 1904., 28. 6. 1904., 7. 7. 1904.

7 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 28. 6. 1904.

8 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 7. 7. 1904.



Ivana Kobilca  
*Ljeto*, 1889./1890.  
 Narodna galerija Ljubljana

dati nešto slikano, daj Turčina, er ist sehr farbig, Hintergrund feines gelb, Turba weiss, tako da lijepo dođe."<sup>9</sup>

U djelima pripremljenima za objavu u tisku, slikaričina autonomnost bila je ograničena na izbor detalja, dok su motivi najvjerojatnije bili okvirno određeni. Naglašeno etnološko usmjerenje časopisa *Nada*, u kojem je Kobilca sudjelovala s 23 reprodukcije, bilo je usmjereno na prikaz života u BiH te ostalim zemljama Balkana, stoga su i ilustracije bile tome podređene.<sup>10</sup> Kobilca je u *Nadi* sudjelovala s reprodukcijama djela, urađenih za tržište, kod kojih neka motivno odgovaraju osnovnom usmjerenju časopisa, ali istovremeno je predstavila i dosta stari-

jih značajnijih djela koja nemaju ništa zajedničko s etnološko-političkim usmjerenjem časopisa. Usporedba djela urađenih za *ÖMWB* i djela objavljenih u *Nadi* nesumnjivo pokazuje kako je Kobilca, s obzirom na svrhu, prilagođavala prikazanu odjeću. Djela napravljena za *ÖMWB* prikazuju intimne ženske trenutke u muslimanskom ambijentu i namjerno prikazuju raskošnu muslimansku odjeću te njezinu ulogu u slavljima kao što su vjeridba ili posjet porodilji. S druge strane u *Nadi* su bila objavljena djela napravljena za prodaju na tržištu. Evidentno je da je slikarica bila svjesna atraktivnosti prikazane odjeće, ali ju je upotrijebila u skromnijoj izvedbi koja je bila motivno prikladnija.

### Izložbena usmjerenost

Kod bosanskih uobličjenja potrebno je upozoriti na još jednu stvar. Djela kao što su *Bosanac s guslama* (*Bosanec z guslami*), *Guščja pastirica* (*Gosja pastirica*) ili *Bosanska djevojčica* (*Bosanska dekllica*) Kobilca je namjeravala izlagati prije svega na području današnje Austrije<sup>11</sup> i Njemačke, gdje je očekivala veće prodajne uspjehe.<sup>12</sup> Slikarica je bila vrlo svjesna utiska koji je htjela svojim djelima stvoriti na izložbama. Djelo za koje je presudila da neće postići željeni utisak kod publike nije željela izložiti. Prodajna usmjerenost bosanskih djela upućuje na to da se Kobilca odlučila za neutralnije prikaze odjeće, radi toga jer je procijenila da će na austrijsko-njemačkom tržištu lakše promovirati prikaze svakodnevnih poslova običnih ljudi bosanskog ambijenta negoli raskoš egzotičnih nošnji. Umjetnica se htjela približiti nekom specifičnom segmentu kupaca umjetničkih djela te je tome podredila i odjeću likova.

Ivana Kobilca je bila vrlo svjesna osjetljivosti izlaganja smionih djela kao što su aktovi u sredini koja tome nije bila naklonjena. To pokazuje i slikaričina (ne)spremnost za izlaganje aktova. Već u slikarskim školama za djevojke u Münchenu i Parizu, uobličavanje aktova za umjetnice je bilo uvjetno prihvatljivo, dok je taj kontrast u Ljubljani bio još i veći. Kobilca je toga bila svjesna i pazila je da izbor slika poslanih na izložbu odgovara ukusu posjetitelja izložbe. Tako je npr. neke od aktova koje je stvorila

9 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 13. 8. 1902.

10 Aida Lipa, "The Austro-Hungarian Period in Bosnia and Herzegovina. Cultural Politics in Bosnia and Herzegovina and the Creation of the Western Type of Art", <http://www.kakanien.ac.at/beitr/fallstudie/ALipa1.pdf> (pristup: 15. 11. 2011.).

11 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 28. 6. 1902.

12 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 20. 5. 1900.





Fotografska studija za Ljeto.

u minhensko-pariškom razdoblju i razrezala, pošto ljubljanska publika takva djela ne bi prihvatila.<sup>13</sup> Kod pažnje koju je Kobilca namijenila izboru odjeće i slika koje su odgovarale ciljanoj publici ne iznenađuje da u kritikama njezinih izloženih djela nema mnogo spornosti. Ustvari, samo je jedno djelo dobilo komentar o nepristojnosti odjeće. Radi se o Portretu sestre Fani koji je na izložbi u Ljubljani 1889. godine dobio komentar da je "previše golih ruku". Ali je, s obzirom na cjelokupni komentar, moguće zaključiti da je takvo doimanje portreta bilo više odraz konzervativnih pogleda ostarjelog katoličkog svećenika koji je izrekao kritiku nego opće doimanje slike kao nepristojne.<sup>14</sup> Zbog nekonfliktnih motiva Kobilčinih djela i proračunatih od-

13 Breda Ilich Klančnik, *Ivana Kobilca: življenje in delo*, Mladinska knjiga, Ljubljana 1997., str. 42.

14 Beti Žerovc, "Ivana Kobilca in njena slika za ljubljanski magistrat *Slovenija se klanja Ljubljani*", str. 18. Htjela bih zahvaliti Beti Žerovc na mogućnosti uvida u njen još neobjavljeni članak.

luka u pogledu izlaganja nije bilo kritika koje bi se odnosile na problematičnost njezinih uobličena te je ova primjedba bila dobro primljena u raspravama o slikaričinom opusu.

### Problem modela

Bosansko je razdoblje opus Ivane Kobilca obilježilo svojevrsnim specifikumom. Kod portreta nisu uočljiva odstupanja jer se Kobilca držala želja naručilaca (takav primjer je npr. portret Stadlera), ali se promjene javljaju kod žanrovskih prikaza i kod sakralnih djela. Posebice je izrazit bio problem kod slikanja slike sv. Roka za Kiseljak, gdje se Kobilca u pismu sestri žalila da u Sarajevu ne može dobiti aktove za kompoziciju: "Ich bekomme ja keine Aktmodelle hier und man muss sie haben sonst kann man keine Stellung ordentlich zeichnen."<sup>15</sup> Slikanje golih muških i ženskih aktova u tom razdoblju nije bila konvencionalna metoda slikarskog školovanja djevojaka i Kobilca je istaknula da je u slikarskoj školi u Parizu naišla na zgražanje i otpor svojih kolegica kad je ispričala da je u Münchenu slikala po golim aktovima.<sup>16</sup> Možda se, na prvi pogled, radi o poprilično nebitnom podatku, ali proučavanje kompozicija na osnovu aktova kod Kobilce je ostalo sastavnim dijelom stvaranja kompozicija, kojemu je ostala vjerna i u golim aktovima nenaklonjenoj okolini. Otkaz modela bio je također razlog zašto je Kobilca u objavi crteža Sarajevskog slikarskog kluba sudjelovala skromnije nego što je to prvobitno planirala.<sup>17</sup>

Iz ove analize slikarskih djela, očuvanih fotografija i korespondencije moguće je zaključiti da se Ivana Kobilca svjesno odričala možebitne provokativnosti ili konfliktnosti kod prikazivanja odjeće ili detalja. Djela su bila osmišljena promišljeno, kako s obzirom na odjeću likova tako i s obzirom na neke detalje. S njima je slikarica manipulirala u namjeri da se što više prilagodi ukusu ciljane publike, bilo da se radi o djelima namijenjenima izlaganju u inozemstvu ili o naručenim portretima mještana i dostojanstvenika. Ipak, ovakav zaključak ne vrijedi samo za slikaričino bosansko razdoblje, nego ga je moguće proširiti i na cjelokupni njezin opus.

15 Pismo Ivane Kobilca sestri Mariji Pintar, Sarajevo, 5. 3. 1905.

16 Stanko Vurnik, "Ivana Kobilca. Spomini", u: A. Cevc (ur.), *Ivana Kobilca. 1861–1926*, str. 57.

17 Pismo Ivane Kobilca obitelji, Sarajevo, 6. 1. 1901.



Suzana Lazarević

Univerzitet u Beogradu

Više od uniforme. Radna odeća stjuardesa  
Jugoslovenskog aerotransporta nekad i sad

---

Uniforme stjuardesa Jugoslovenskog aerotransporta posmatrane su kao kompleksan fenomen koji je povezan sa relevantnim elementima kulture koji kao skup, ili kao potpora jedni drugima, uz zadovoljenje niza funkcija, enkodiraju različita značenja. Istraživanjima radne odeće domaćica aviona stekla su se saznanja i o organizacijskim principima JAT-a, ali i o različitim ideologijama društva u okviru kojega se kulturni fenomen proučava. Razotkrivanjem poruka sadržanih u uniformama, postepeno je otkriven i konceptualni nivo po kojem se data kultura realizuje. Rekonstrukcija uniformi stjuardesa dala je uvid i saznanja o kulturi, ali i o njenim mehanizmima i procesima. Društvena, ekonomska, politička i kuturna realnost reflektovala se i na odeću stjuardesa JAT-a. Ipak, jednoobrazna odeća posebnoga kroja i boje, uklapala se i u trenutne modne obrasce.

---

Nijedno službeno civilno odelo u socijalističkoj i postsocijalističkoj Jugoslaviji i Srbiji nije toliko bilo simbol kompanije, države, nacije, koliko su to uniforme stjuardesa aviokompanije Jugoslovenski aerotransport (JAT).<sup>1</sup> Radna odeća domaćica JAT-ovih aviona je, od 1947. do oktobra 2013. godine,<sup>2</sup> sugestivna zbog sigurnosti koju uliva, ali je u isto vreme i privlačna, jer se nameće svojom estetskom dimenzijom. Uniforme domaćica aviona, onakve kakve su bile četrdesetih godina prošloga veka, nosile su izvesnu dozu jednostavnosti, strogosti i militantnosti. Na letu dugom šest decenija radna odeća nacionalne aviokompanije, iako se menjala i uklapala u domaće i svetske modne trendove, uvek je objedinjavala sve elemente po kojima je Jugoslovenski aerotransport bio prepoznatljiv u svetu i po čemu

se razlikovao od drugih. Kompanijsko ruho kabin-skog osoblja Jugoslovenskog aerotransporta i JAT Airwaysa u sebi, uz uvek prisutna državna obeležja i nacionalne elemente, nosilo je i naglašenu notu ženstvenosti. Ljupke, ljubazne, šarmantne i elegantne u svojim uniformama, stjuardese su oduvek imale presudnu ulogu u stvaranju utiska putnika o kompaniji. Odeća osoblja koje brine o putnicima za vreme leta, ali i dok su na zemlji, postala je ne samo ogledalo kompanije, nego je i jedan od krunskih dokaza promena na jugoslovenskoj i srpskoj modnoj sceni.

Političke, ekonomske i društvene promene na kraju 20. i početku 21. veka, kada su se nazirali prvi znaci modernijeg doba, značajno su uticali na JAT, kao i na potrebu za savremenijom flotom i savremenijim i potpunijim odevanjem. Državna aviokompanija je na višedecenijskom letu beležila, uz visoke letove, i neke niske padove. Razni administrativni i politički vetrovi nebrojano puta su menjali formu u kojoj su vazduhoplovne vlasti funkcionisale, ali uglavnom nisu menjali njihovu suštinsku ulogu.<sup>3</sup> Uniformisanje stjuardesa direktno je bilo vezano za razvitak JAT-

---

1 *Jugoslovenski aerotransport* je nacionalna aviokompanija nekadašnje Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (1947–2003); *JAT Airways* je bivši nacionalni avioprevoznik Srbije (2003–2013).

2 Prvi potpredsednik Vlade Republike Srbije Aleksandar Vučić je 25. 10. 2013. godine inaugurisao kompaniju *Air Serbia*. Promena naziva *JAT Airways* u *Air Serbia* koincidirala je sa strategijom modernizacije flote i razvoja saobraćajne mreže. Preuzeto sa: [www.airserbia.com/home/main\\_menu/about\\_us/history/major\\_achievements.html](http://www.airserbia.com/home/main_menu/about_us/history/major_achievements.html) (pristup: 16. 11. 2013.).

3 Vidi: Zoran Modli, *Profesija stjuardesa. Kako postati domaćica aviona*. Narodna knjiga, Beograd 1988., str. 45.

a u svim fazama kroz koje je domaća aviokompanija prolazila. Tako, kako se menjala i osavremenjivala avioflota, menjale su se i uniforme.

### Istorija uniformi JAT-ovih stjuardesa od prve do poslednje

Putnici Aeroputa nisu imali sreću da tokom leta o njima brinu domaćice aviona, ali u novoformiranoj aviokompaniji JAT (1947) značajno mesto u kabini letelica zauzele su i domaćice aviona. Nekoliko meseci nakon osnivanja tada moderne domaće aviokompanije javila se potreba za kabinskim osobljem. Kao jedna od najistaknutijih institucija novog trenda otvaranja i saradnje sa svetom, Jugoslovenski aerotransport, uz uniforme letačkog osoblja, zbog uvođenja nove profesije, kabinskog osoblja, uvodi i nove uniforme. Tako su se u uniformama počele pojavljivati i žene, koje su u vazduhoplovstvu osvojile jedno atraktivno zanimanje dotle nepoznato u zemlji.

Prve uniforme domaćica aviona nisu se razlikovale od uniformi ostalih službenica JAT-a. Domaćice JAT-ovih aviona bile su ozbiljne i dostojanstvene. Takve su bile i uniforme: stroge i jednostavne.<sup>4</sup> Svojim izgledom, uz izvesnu dozu militantnosti, uniforme su se uklapale u standardizovane modne forme, što je odgovaralo pretenzijama tadašnjeg režima. Mlada kompanija mlade države želela je da bude ozbiljno shvaćena i u inostranstvu. Uz sako, suknju i košulju, nosile su i beretku naherenu na levu stranu kako bi amblem JAT-a bio vidljiv, ali u isto vreme prve stjuardese su dočekivale putnike na vratima aviona prstima desne ruke podignute u vojnički pozdrav. Uz strog kroj, odlika prvih uniformi bili su i širiti na rukavima. Iznad oznake na rukavu obavezan je bio simbol JAT-a. I danas u mnogim svetskim kompanijama kabinsko osoblje nosi oznake na rukavima.<sup>5</sup> One su, kao i kod pilota, oznake hijerarhije.

"Liberalizacija privrednog života, pomoć Zapada i postepena promena industrijske i investicione politike u pravcu podizanja životnog standarda, doveli su do stvaranja specifičnog socijalističkog tržišnog

društva. Pedesetih godina je priča o Jugoslaviji bila Success story.<sup>6</sup> Program Saveza komunista Jugoslavije iz 1958. godine, koji je negoveštavao jugoslovensko svetsko-istorijsko čudo slobode, demokratije i jednakosti među ljudima, učinilo je da je jugoslovenska omladina stasala i razvijala se u čvrstom uverenju da žive u najboljem od svih mogućih svetova. Dok je izgledalo da su nacionalni odnosi rešeni, privreda je imala visoke stope rasta, a režim je uživao visok kredibilitet kod naroda. Postepeni izlazak zemlje iz siromaštva i poboljšanje situacije u snabdevanju aviogorivom omogućili su da tokom pedesetih godina vazdušni saobraćaj ostvari veliki skok. Otvaranje Jugoslavije prema zemljama Zapadne i Južne Evrope uslovalo je povećanje međunarodnog vazdušnog saobraćaja. Uvođenje aviona sa klimatizovanom putničkom kabinom pod pritiskom donele su osveženje i u službenom odevanju. Svakako da je "koegzistencija socijalističkog dobrog ukusa i trenutnih normi Zapadne Evrope, kao i njihovo međusobno prožimanje, kako u oficijelnom diskursu tako i u svakodnevnim praksama",<sup>7</sup> kao specifično obeležje jugoslovenskog modnog sistema ostavilo trag i na radnoj odeći stjuardesa. Pedesete godine donele su podelu uniforme na zimsku i letnju.<sup>8</sup> Klasičan kostim sa sakoom, sa koga su izostavljene oznake na rukavima, bio je dopunjen belom bluzom.

U borbi sa svetskom konkurencijom i pojavom velikog broja vazduhoplovnih kompanija, sa modernizacijom flote i pratećih službi, morali su se menjati i načini odevanja letačkog kadra. Nisu se štedela sredstva, a stjuardese šezdesete godine pamte po kraćim suknjama. Ukinut je način vojničkog pozdravljanja putnika, a beretka i "titovka" zamenjene su pogodnijom mekom kpicom koja je pristajala uz svaku frizuru. Bilo je to vreme uzleta JAT-a. Privredna reforma iz 1965. godine u SFRJ bila je uvedena u cilju daljeg unapređenja i usavršavanja društveno-ekonomskog sistema. Cilj je bio da se nizom mera privredni život oslobodi administrativnog upravljanja, odnosno prevaziđenih metoda uticaja države na privredna kretanja. Ne čudi što je JAT među prvima

4 Fotografije iz ovog perioda, iako su crno-bele, daju jasnu sliku uniformi. Prema svedočenju Zorana Milera i na osnovu monografija o JAT-u, uniforme pilota bile su plave, kao i prve uniforme stjuardesa.

5 Pogledati na [www.uniformfreak.com](http://www.uniformfreak.com), sajt koji trenutno sadrži 1222 različite uniforme.

6 Predrag Marković, *Trajnost i promena. Društvena istorija socijalističke i postsocijalističke svakodnevnice u Jugoslaviji i Srbiji*. Službeni glasnik, Beograd 2007., str. 19.

7 Danijela Velimirović, *Aleksandar Joksimović. Moda i identitet*. Utopija, Beograd 2008., str. 41.

8 Prema svedočenju stjuardese Ljiljane Kanački.

sprovodio ovu privrednu reformu. "Izbor JAT-a za ovaj ekonomski eksperiment nije bio slučajan: u početku ni malo lak, kasnije se ispostavio – pozitivno sudbonosnim!"<sup>9</sup> Ovakve strukturalne promene dovele su do razvoja konfekcijske industrije, pa i do preuniformisanja stjuardesa JAT-a.

Tokom sedamdesetih JAT je imao stopu razvoja koja nije imala presedan ni u jednoj drugoj privrednoj grani Jugoslavije. U zlatnim godinama razvoja kompanije, kabinskom osoblju priznat je status profesije, a lansirane su i četiri nove kolekcije uniformi, što je ujedno i najveći uspeh JAT-a u sveukupnom poslovanju. Kupovna moć tokom sedamdesetih rasla je progresivno. Tako je opšta rasprostranjenost želje za novim i modernim bila preko uniformi primetna i u JAT-u. Usvojena je odluka da se o daljem razvoju uniformi, naročito ženskog letačkog osoblja brine Služba za propagandu. Odgovoran posao poveren je slikarki i kostimografkinji Jovanki Kočoba koja je početkom sedamdesetih dizajnirala jednu, a već 1974. godine drugu kolekciju uniformi. Godine 1975. JAT prvi put poverava kreiranje uniformi stjuardesa Aleksandru Joksimoviću, a već 1978. godine nove uniforme kreirala je Mirjana Marić. Profesionalni identitet stjuardesa, uz brigu o putnicima i njihovoj bezbednosti, dopunjuje ili najviše stvara njihova radna odeća. U popularisanju profesije stjuardesa i buđenju interesovanja za ovu profesiju domaća štampa, između ostalog, isticala je i radno ruho domaćica aviona: "Svakoj devojci koja zaželi da joj lično modna kreatorka Mirjana Marić, ili možda sutra Aleksandar Joksimović, kreira radnu uniformu, profesija stjuardesa je pravi izbor."<sup>10</sup>

Tokom osamdesetih godina pojavile su se tri nove kolekcije: Mirjana Marić kreirala je uniforme 1980. godine, od prvog aprila 1986. godine stjuardese su nosile uniforme novog dizajna koje je kreirala Gorica Popesku, a Ana Leković Cvijić i Jadranka Nikolić osmislile su uniforme 1989. godine.<sup>11</sup> Po oceni organizacije udruženog rada Letačka operativa, Mirjana Marić napravila je veoma uspešan model. Uniformu je odlikovala praktičnost, a zbog nekoliko različitih

bluza i prsluka, veštije i kreativnije stjuardese pravile su niz odevnih kombinacija. Planiranje, dizajniranje i šivenje nove radne odeće za stjuardese JAT-a dešavalo se kada je u kompaniji zabeleženo vreme uspona. Godina 1979. bila je rekordna i uspešna za JAT. Ipak, stjuardese su nove uniforme odenule kada je kriza u zemlji potresala i JAT.

Smrt Josipa Broza Tita (4. 5. 1980.) vremenski se poklapa sa nekoliko globalnih, ali i domaćih procesa. "Globalni procesi su kriza izazvana drugim naftnim udarom iz 1979. godine, a u godinama nakon toga i globalna kriza dugova, koja je od socijalističkih zemalja osim Jugoslavije pogodila i Poljsku. Na lokalnom nivou, došlo je do najvećeg porasta spoljne zaduženosti, najvećeg deficita u razmeni sa inostranstvom i najveće dotadašnje inflacije."<sup>12</sup>

Jugoslovenska država postala je evropski rekorder u inflaciji, a mere koje je preduzimala savezna vlada nisu postizale vidne rezultate. Uz privrednu krizu prisutna je i politička: desakralizacija političkih autoriteta, kao i uspon partikularizma, što će kasnije dovesti do raspada Saveza komunista Jugoslavije (1990), ali i SFRJ (1991), a sve skupa i do promena u JAT-u i novih uniformi stjuardesa.

Prvi susret sa dizajnom uniformi za stjuardese JAT-a Gorica Popesku imala je 1985. godine. Kompletna uniforma sastojala se iz haljine, žaketa, suknje, bluze, kape koja se posle dužeg vremena vraća u upotrebu, ali i pantalona koje prvi put postaju deo radne odeće. Osnovna boja u kojoj su izrađeni kostimi je kraljevsko plava, *royal blue*.<sup>13</sup> Prateći promene i zahteve tržišta, kao i onoga što je bio domaći modni imperativ za predstojeću sezonu, Gorica Popesku je to unela i u uniforme. Iako je suknja i dalje bila osnova uniforme, stjuardesama je novim radnim ruhom omogućeno da nose i pantalone. Da JAT u odevanju svojih domaćica ne zaostaje za svetskim aviokompanijama, potvrđuje i podatak Jennifer Craik. "Godine 1985. kada je za australijsku aviokompaniju 'Qantas', Iv Sen Loran kreirao uniformu, pantalone su bile njen sastavni deo."<sup>14</sup>

9 Čedomir Janić, Jovo Simišić, *Više od letenja. Osam decenija Aeroputa i JAT-a*. JAT Airways Media centar, Beograd 2007., str. 86.

10 Anonimus, "Gorak osmeh stjuardesa", *Praktična žena* (697/1983), str. 11.

11 Zbog zabrane letenja, ove uniforme stjuardese su najmanje nosile.

12 P. Marković, *Trajnost i promena*, str. 23.

13 Kada je stjuardesama posle dužeg nošenja ova uniforma dosadila, boja koju su sa ponosom isticale, "kraljevsko plava", dobila je novi naziv – "šerpa plava".

14 Jennifer Craik, *Uniforms Exposed. From Conformity to Transgression*. Berg, Oxford – New York 2005., str. 115.



Slika 1. Uniforma kreacija Aleksandra Joksimovića.  
Foto arhiva Media centra JAT-a.

A šta se dešavalo u JAT-u da je uniforma stjuardesa morala da čeka duplo više nego li je uobičajeno da bude promenjena? Preživljavanje kosovske drame bilo je praćeno nedostatkom deviza, što je uticalo na privredu u celoj Jugoslaviji. Manjak goriva uticao je i na rentabilnost kompanije koja je počela da se snalazi na raznorazne načine.<sup>15</sup> Godina 1985. ostaće upamćena u JAT-u kao vreme kada se definitivno izašlo iz krize. "Konačno, posle skoro šest decenija od osnivanja jugoslovenskog civilnog vazduhoplovstva JAT je 1985. raspolagao najsavremenijom avio flotom koja je mogla da se kupi na svetskom tržištu. Time je definitivno prevladan civilizacijski i tehnološki jaz koji je delio razvijeni svet i Jugoslaviju u ovoj oblasti."<sup>16</sup> Uniforma stjuardesa pratila je napredak kompanije, a da se u tome uspeo i da je nova uniforma dizajnirana da bude praktična, ali pre svega ženstvena i elegantna,

15 Da bi poboljšao kvalitet usluga uz "welcome drink", tokom 1983. godine JAT uvodi i "Adriatik klasu", koja je bila namenjena poslovnim, ali dobro platežnim putnicima: poseban tretman pri kupovini karata, poseban šalter pri čekiranju karata, a uz veći asortiman hrane i besplatno piće.

16 Grupa autora, *Priča o Jugoslovenskom aerotransportu. 40 godina Jugoslovenskog aerotransporta i 60 godina civilnog vazdušnog saobraćaja Jugoslavije*. Jugoslovenski aerotransport – Služba za informisanje i publikacije, Beograd 1987., str. 126.

potvrđuje i nagrada dobijena u Parizu 1989. godine. Za radnu odeću stjuardesa JAT-a to je značilo i korak dalje ka internacionalizaciji uniformi jugoslovenske aviokompanije.

Čuveni armanijevski moto da pametna poslovna žena ceo dan mora da bude moderna i elegantno obučena, a da joj pri tom u toj odeći iznad svega bude udobno, Ana Leković Cvijić i Jadranka Nikolić sledile su pri kreiranju novih uniformi za profesionalne domaćice u avionima JAT-a 1989. godine. Preuniformisanje stjuardesa trebalo je da se desi u godini koja će se dugo pamtitu u svetskoj istoriji. Promocija se desila u mesecu velikih svetskih promena, ali i promena u SFRJ. Rušenje Berlinskog zida i pad Gvozdene zavese označili su kraj hladnoratovske podele, ali i početak kreiranja nove političke mape sveta. Velike promene, epohalne transformacije, pobeda kapitalizma i globalizacije, ali i postsocijalizam i tranzicija zadesili su Istočnu Evropu, ali ne i Srbiju. Kada je planirana promena uniformi, JAT beleži veliki uspeh: obaranje svih predašnjih rekorda u broju prevezenih putnika, kako 1987, tako i tokom naredne godine.

Intenzivni događaji na društveno političkoj sceni SFRJ, izgleda da su pitanje proizvodnje uniformi stavili u drugi plan. Nove uniforme stjuardese su dobile tek kada je reformatorska vlada Ante Markovića (1990) uspeła da obori inflaciju ispod nule, da podigne standard stanovništva i devizne rezerve zemlje. Tako su uniforme, koje su predstavljene krajem 1989, stjuardese ponele tek u decembru naredne godine. "JAT-ove stjuardese ovih dana su dobile nove uniforme čija boja i oblik i dizajn predstavljaju vrhunski modni trend u svetu. U ovoj uniformi stjuardesa izgleda dobro i sigurno što je veliki poen pred putnicima a imidž jedne kompanije u mnogome zavisi kakvu sigurnost ima putnik pri ulasku u avion i tokom leta jer je u željama i htenjima isključivo okrenut prema stjuardesi."<sup>17</sup>

Prva i jedina kolekcija tokom devedesetih pojavila se nakon raspada SFRJ, rata, uvođenja sankcija, ekonomske i političke krize. U hotelu "Slavija Lux", na reviji održanoj u jesen 1996. godine, prikazane su nove uniforme za letaćko i zemaljsko osoblje. U

17 Anonimus, "Stjuardese u novim uniformama", *JAT* (606/1990), str. 8.



Slika 2. Uniforma kreacija Mirjane Marić, 1978. Privatno vlasništvo Zorana Milera.

---

novu sezonu stjuardese su ušetale sa novim stilom. "Bio je to svojevrstan modni događaj",<sup>18</sup> na kojem su predstavljene lepe i elegantne uniforme, koje olakšavaju stjuardesama posao u kojem ima mnogo kretanja.

Kompanija je i u novom imidžu zadržala osnovnu boju, tamnoplavu, a prsni znak koji je obavezan na svakoj uniformi bio je nov. Sve te uslove domaćeg avioprevoznika u Saveznoj Republici Jugoslaviji (SRJ) ispoštovala je magistarka umetnosti, modna kreatorka Gorica Popesku. Nova uniforma domaćica aviona sastojala se od žaketa, suknje, prsluka, letnje i zimske bluze i marama. Skladno modi tokom devedesetih i novo ruho kabinskog osoblja JAT-a bilo je svedenih linija, bez mnogo detalja, sa dobro uklopljenim državnim i kompanijskim simbolima, a po prvi put se na radnoj odeći stjuardesa pojavljuje element proistekao iz srpske kulturne baštine.

Nacionalni avioprevoznik Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije rasparčane u vihoru građanskog rata, u novu državu SRJ ušao je sa sačuvanim tehnološkim i kadrovskim resursima. Uz potporu i pomoć Vlade Republike Srbije i SR Jugoslavije, JAT opstaje i traje, a u skladu sa novim vizuelnim identitetom kompanije 1996. godine stjuardese se odevaju u novo radno ruho. Nakon burnog i nestabilnog perioda, kada su se događale intenzivne i nagle promene i stvarala politička, ekonomska i društvena neizvesnost i nesigurnost, prividno dolazi do poboljšanja. Sudbina JAT-a uvek je sudbina nacionalnog bića na ovoj vetrometini na kojoj se odvajkada ukrštaju putevi i sudaraju civilizacije.

Kada je tokom 2000. i 2001. godine JAT nastojao da povрати imidž, stjuardese su odenule nove uniforme koje je i ovaj put za njih kreirala Gorica Popesku. U isto vreme i država Savezna Republika Jugoslavija nastojala je da u regionu, pa i u Evropi, nakon političkog prevrata, povрати ili stekne novi ugled. Godine 2001. svetski vazdušni saobraćaj ulazi u veliku krizu. Teroristički napad na Međunarodni trgovački centar u Njujorku 11. 9. 2001. godine imao je veliki odjek u svetu. "Globalna politika SAD, u kojoj se ova moćna sila otvoreno meša u politike i pravce razvoja drugih država, izaziva antagonistička

osećanja: s jedne strane sve je rasprostranjeniji antiamerikanizam kao politički i društveni stav, a s druge strane postoji jaka želja da se dosegne i prisvoji američko ekonomsko blagostanje. Posle 11. septembra, strahovi i nesigurnosti, koji su, kako pokazuju sociolozi, intrinzična karakteristika stanja kasne modernosti, dobijaju i konkretnu društvenu i političku artikulaciju u novim bezbednosnim politikama SAD i mnogih evropskih država, sačinjeni s ciljem da se nesigurnosti i rizici umanje, ali, kako upozorava Bauman, i da se na račun zadovoljenja te potrebe, ponovo uspostavi jaka kontrola države nad privatnim životima građana."<sup>19</sup>

Kriza se, kako navodi Jennifer Craik, odrazila i na dizajn uniforme, kada se razmišljalo o vraćanju na vojne uniforme. "Reinterpretacija nekadašnjih uniformi, odlikuje i novu uniformu 'Qantasa': tamna sa naglašenim ramenima, vojnim sjajnim dugmadima, koja je u isto vreme i diskretna."<sup>20</sup> Posle svih nedaća osamdesetih i devedesetih godina, sve veći problem JAT-a predstavljalo je preveliko tehnološko zaostajanje iza konkurencije, ne samo u Evropi, već i u regionu. Dug period u kojem je JAT raspolagao viškom aviokapaciteta, po obnavljanju saobraćaja i donošenju nove stroge zapadne vazduhoplovne regulative, pretočio se u manjak flote. Zbog zastarelosti JAT nije imao dovoljno aviona za planirani evromeditranski saobraćaj. Rešenje ovog problema bilo je u unajmljivanju aviona od drugih aviokompanija.

S novim imidžom Jat Airways je poleteo u svet 2004. godine, a novom radnom odećom domaćica aviona imidž kompanije bio je upotpunjen četiri godine kasnije. Tako su i nove uniforme stjuardesa, za koje se ne zna ko ih je kreirao,<sup>21</sup> svedočanstvo evolucije nacionalne kompanije, ali i sistema i organizacije vlasti i društvenih promena uopšte.

19 Ildiko Erdei, *Antropologija potrošnje. Teorije i koncepti na kraju XX veka*. Biblioteka XX vek, Beograd 2008., str. 78.

20 J. Craik, *Uniforms Exposed*, str. 116.

21 Na tenderu za proizvodnju uniformi pobedila je beogradska firma "Juvela", koja je kao proizvođač ponudila uniformu stila nazvanog "nežni izgled". Firma "Juvela" je u vlasništvu firme "Nicola's", pa se samo može pretpostaviti da je i dizajner koji je radio nacrt za uniformu deo ovog kolektiva. Naime, dosadašnja praksa ukazuje da su uniforme izradivane u firmama u kojima su dizajneri bili zaposleni. I uz sve napore, ime dizajnera koji je zaslužan za poslednju kolekciju uniformi ostaje tajna.

18 M. Š., "Nova sezona, novi stil", *Bazar* (823/1996), str. 20–21.



Prsni znak kao simbol kompanije, koji se menjao prema društveno-političkim promenama u zemlji, nalazio se na svakoj od uniformi od 1947. godine do poslednje iz 2008. godine. Boje državne zastave SFR Jugoslavije u uniforme je prva uvela Jovanka Kočoba 1974. godine, a zatim i Aleksandar Joksimović 1975. i pet godina kasnije Mirjana Marić. Tek se na uniformama koje je 1996. godine kreirala Gorica Popesku ponovo pojavljuju boje sa zastave, ali ovoga puta Savezne Republike Jugoslavije. Boje državne zajednice SRJ pojavile su se i na radnoj odeći stjuardesa iz 2001. godine, a već 2008. godine nepoznati kreator umetnuo je boje sa zastave Republike Srbije.

Uz državna obeležja, koja su karakterisala neke dotadašnje uniforme, prvi put se na radnoj odeći stjuardesa 1996. godine pojavljuje element proistekao iz nacionalne kulturne baštine. Modna kreatorka Gorica Popesku sledila je put svetski poznatih kolega: Armanija, Yvesa Saint Laurenta, Pierrea Cardina, koji su uz naglašenu modernost u dizajn uniformi uključivali i nacionalne motive. Milanski "zlatni prst" – Armani, godine 1991. napravio je pravu revoluciju u dizajnu uniformi stjuardesa svojim modelima od mekih tkanina jednostavnih oblika. "Ovih dana stjuardese 'Alitalije' postale su manekenke Đorđa Armanija koji je kreator svih delova nove uniforme: značajna promena u poređenju s onim što je letačko osoblje italijanske aviokompanije do sada nosilo."<sup>22</sup>

Zahvaljujući istraživanjima Jennifer Craik saznajemo da su početkom devedestih modni kreatori u nove uniforme vešto uklopili i nacionalni element. "Dizajneri kao Armani (Alitalia), Yves Saint Laurent (Qantas), Pierre Cardin (Pakistan International Airways) i Christian Lacroix, uz naglašavanje modernosti, uključuju nacionalne motive koji postaju sve važniji na uniformi, a aviokompanijama daju različitost identiteta."<sup>23</sup>

Gorica Popesku je inspiraciju za uniforme državne aviokompanije potražila u srpskoj srednjovekovnoj dekorativnoj arhitekturi raške stilske grupe. Srpska modna kreatorka sledila je put svetski poznatih kolega sa zakašnjenjem od pola decenije. Ipak, ne

treba smetnuti sa uma da su blokada, enormna inflacija, pad proizvodnje i zaposlenosti, sveopšta besparica, ostavili traga i na odevanje, pa su uticali i na kašnjenja u odnosu na svetsku modu. Moda je u tim ružnim vremenima bila poslednja briga.

Kada je kreirala uniforme 2001. godine, nacionalni motiv je Gorica Popesku preuzela iz moravske stilske grupe.

Uniforme stjuardesa mogu biti sagledavane ne samo kao simbol profesije, već i kao svedočanstvo evolucije državnih službi, sistema i organizacija vlasti i društvenih promena uopšte. Red pri uniformisanju stjuardesa je u principu razumljiv, pa se na osnovu njega mogu tumačiti i razumeti pojedinačni konflikti. Promene nastale u primeni službenog odevanja domaćica u avionima mogu biti sagledane i kroz različite slučajeve koji ilustruju različite konflikte povezane sa dizajnom i nošenjem uniformi.

### Tvorac jugoslovenske oficijelne visoke mode i radna odeća stjuardesa

Godine 1975. JAT prvi put poverava kreiranje uniformi stjuardesa tvorcu jugoslovenske oficijelne visoke mode Aleksandru Joksimoviću.<sup>24</sup> Na insistiranje i sugestiju konzervativnih krugova u JAT-u, Aleksandar Joksimović lansirao je nekoliko verzija uniformi u teget tonovima sa sitnim detaljima i ukrasima na temu jugoslovenske trobojke. U *JAT Reviji* je o novom ruhu stjuardesa zapisano i ovo: "Da bi putovanje bilo prijatno, više od četiri stotine JAT-ovih stjuardesa nosi od nedavno elegantno plavo ruho, po nacrtu jednog od najpoznatijih u svetu veoma cenjenog modnog kreatora Aleksandra Joksimovića, iz vodećeg jugoslovenskog spoljnotrgovinskog preduzeća Centrotexil."<sup>25</sup>

Zanimljivo je da je prvi posao Aleksandra Joksimovića bio dizajn radnih uniformi. "Nakon serije privremenih angažmana 1960. godine podneo je prijavu za konkurs koji je raspisao Zavod za unapređenje domaćinstva grada Beograda. Radno mesto referenta za odevanje nije bilo san mladog Joksimovića, koji je maštao o umetničkoj karijeri. Međutim, nije

22 Anonimus, "Armani na visini", *Bazar* (696/1991), str. 24.  
23 J. Craik, *Uniforms Exposed*, str. 115.

24 Sve stjuardese koje su u to vreme radile, a koje su pristale na intervju, bile su saglasne da je uniforma koju je kreirao Aleksandar Joksimović najlepša od svih koje su nosile.

25 Anonimus, "Novo ruho stjuardesa", *JAT Revija* (32-36/1975), str. 8.



Slika 3. Narodne nošnje kao uniforme stjuardesa.  
Privatno vlasništvo Zorana Milera.

bilo izbora. Podneo je radove, i na njegovo veliko iznenađenje bio je primljen. Predsednica konkursne komisije Milica Babić ocenila je njegove crteže radnih uniformi izvanrednim.<sup>26</sup> Samo nakon dve nedelje rada u Zavodu, Joksimoviću se ukazala prilika da na jugoslovenskom modnom simpozijumu u Zagrebu iskaže svoj talenat, gde su razmatrani predlozi za novo radno ruho. Predlozi za školsku kecelju, opremu službenika mlečnog restorana i kafea nisu imali konkurenciju. Tako je Joksimović umesto dotadašnje školske kecelje crne boje, predložio plavu kecelju sa velikom belom kragnom. Narušavanje ukorenjene krojačke konvencije svedočilo je o rafiniranoj Joksimovićevoj individualnosti, što mu je i donelo nagradu na međunarodnom sajmu *Moda u svetu* 1961. godine.<sup>27</sup> Do 1975. godine, kada se ponovo susreo sa kreacijom radne odeće, Aleksandar Joksimović je, uz "Simonidu – prvu oficijelnu kolekciju grandioznu mode",<sup>28</sup> realizovao u Centrotextilu, a potom i u okvirima bosansko-hercegovačkog giganta KTK Visoko, brojne reprezentativne kolekcije grandiozne mode i estetizovane konfekcije. Uz to

26 D. Velimirović, *Aleksandar Joksimović*, str. 26.

27 Vidi: *ibid.*

28 Vidi: *ibid.*, str. 27.

što je oplemenjivao jugoslovensku kulturnu produkciju, Aleksandar Joksimović odevao je mnoge zvezde jugoslovenske zabavne muzike, kao i glumce. "Najzvučnije ime među njegovom 'klijentelom' bilo je ime Jovanke Broz. Supruga predsednika Republike uobičajila je poručivanje modela domaćih konfekcijskih kuća, koje je nosila prilikom protokolarnih poseta personifikujući tako jugoslovensku modnu industriju."<sup>29</sup>

U zlatnim godinama razvoja kompanije, JAT, iako je imao mogućnost da raspisivanjem internacionalnog konkursa dizajn uniformi poveri svetskim modnim kreatorima, ipak se odlučio za jugoslovenskog "kralja makaza". Ujedno je to bila odlična reklama za državnu aviokompaniju, kojoj je izvesno vreme zaštitni znak bila uniforma koju je kreirao tada u svetu već poznati Aleksandar Joksimović.

O ponovnom susretu sa kreacijom radne odeće, ovoga puta za stjuardese domaće aviokompanije, Aleksandar Joksimović je za *Bazar* rekao: "Ipak, ovaj posao je bio delikatniji nego što sam mislio. Tkanine treba da su izdržljive, da se ne gužvaju, da nisu pretople, pogodne za temperaturu u avionu i različita podneblja. Uniforme treba da su lepe, komotne i udobne, da nisu previše koketne, jer su ipak uniforme, ali i da su ženstvene, savremene, u duhu mode, pogodne za serijsku proizvodnju. To je kao kad oblačite čitav hor u isti kostim, svakoj stjuardesi mora dobro da stoji, pa bila ona omalena ili visoka, vitka ili punija..."<sup>30</sup>

A novina je bilo mnogo. Najpre u kroju, zatim savremenim, elegantnim linijama i diskretno korišćenim detaljima. Prvi put uz kostim je prisutna i tamnoplava haljina sa dugim rukavima i belim okovratnikom i manžetnama koje se lako skidaju i zamenjuju novim (*slika 1*). Kostim sa belim plastronima i "šanel" bluzama delovala je jednostavno i funkcionalno, ali elegantno. Još jedna novina bile su i pelerine od čoje ili balon svile sa uloškom, kao i tamnoplavi kožni žaket kompletiran cipelama i neseseom od kože u istoj boji. Kecele za posluživanje bile su crvene, plave i bele. Marame i ešarpe sa plavim, belim i crvenim aplikacijama, isti paspuli i amblemi na bluzama i žaketima kao modni detalj, diskretno i vešto su pla-

29 *Ibid.*, str 30–31.

30 Anonimus, "Boja sigurnosti", *Bazar* (264/1975), str. 8.

sirani. Još kada je predložio nove školske uniforme Aleksandar Joksimović je pokazao da je kadar da opoziva uvrežene odevne prakse. Prema svedočenju stjuardesa, Joksimovićeva uniforma, koja je kratko vreme identifikovala državnu aviokompaniju, bila je bez premca u odnosu na uniforme koje su stjuardese do tada nosile, ali i u odnosu na one koje su naknadno odenule.

Pre nego li se stvori prostor za novu radnu odeću koju tek treba izraditi, postavlja se pitanje da li je uniforma koja se koristi dotrajala. Uobičajeno je da se model uniforme menja svake tri do četiri godine. Ipak, praktične i elegantne uniforme koje je kreirao Aleksandar Joksimović bile su samo kratko vreme zaštitni znak JAT-a. Joksimovićeve uniforme zamenjene su novim 1978. godine, koja je bila godina preokreta u Joksimovićevoj dizajnerskoj karijeri. Promena uniformi vremenski se poklapa sa "izgnanstvom Aleksandra Joksimovića iz modnog raja".<sup>31</sup> Na izgnanstvo kreatora nije uticalo samo poslovno rukovodstvo Joksimovićeve matične kuće. Naime, Aleksandar Joksimović bio je jedan od dizajnera odeće koju je nosila Jovanka Broz, sa kojom je imao povremene susrete i koja ga je izuzetno uvažavala. Poslovna struktura Centrotextila osećala se ugroženom pred nedodirljivom pozicijom jugoslovenskog modnog lidera, koji je imao naklonost Jovanke Broz. Zato nije slučajno da se progon modnog dizajnera od strane poslovnog vrha poklapa sa početkom izolacije kojoj je bila izložena i Jovanka Broz. Uniforme koje je dizajnirao Aleksandar Joksimović predstavljale su idealnu odeću stjuardesa JAT-a, jer su objedinjavale modne trendove sa državnim simbolima, ali je otvoreni konflikt između Joksimovića i moćnih struktura čelnika Centrotextila uticao i na "progon" Joksimovićevih uniformi. Kada je Joksimović bio primoran da se odrekne svoje dizajnerske konvencije i kada je postao kreator trećerazrednih modnih preduzeća, i uprava JAT-a degradirala je njegove uniforme zamenivši ih novim.

### Radna odeća i profesionalni identitet

Godine 1978. stjuardese su odenule nove srebrno-sive uniforme (*slika 2*). Posle Aleksandra Joksimovića, u kreiranju uniformi za stjuardese prvi put se oprobala i Mirjana Marić. "Nacrt za nove uniforme dala je Mirjana Marić, kreator preduzeća

'Jugoexport', a izrađuju ih poznate slovenačke fabrike 'Labod' – Novo Mesto i 'Svila' – Maribor."<sup>32</sup> Uniforme su se sastojale iz mantila sa uloškom, jednog kostima, dve suknje, dve bluze – jedne sa kratkim i druge sa dugačkim rukavima, dve kecelje – duže i kraće, i marama i ešarpe. Sedamdesete godine prošloga veka donele su mnogo novina kako u dizajnu uniforme, tako i čestoj promeni boja. Iako je pri kreiranju uniformi praćen svetski trend, ipak su stjuardese najviše bile nezadovoljne bojom radne odeće, sivo-srebrnom, kao i žutom keceljom koja se nije uklapala sa osnovnom bojom uniforme. I putnici su izrazili svoje nezadovoljstvo. Naime, prilikom leta putnici su popunjavali anketni listić koji je sadržao niz pitanja o utisku koji na njih ostavlja aviokompanija, pa su ocenjivali i uniforme. S obzirom na to da je uniforma kao jednoobrazna odeća zadržala svoj poseban oblik, kroj, ali da je promenila karakterističnu plavu boju, nova sivo-srebrna uniforma ocenjena je najnižom ocenom, pa je uprava JAT-a morala da reaguje i da menja radno ruho. Samo se jednom desilo da zbog nezadovoljstva putnika i stjuardesa bojom uniforme ona bude zamenjena novom. Bio je to jedini put da su u JAT-u zaboravili da se "različitost institucija u odnosu na druge vidi i u upotrebi određene boje, koja je naročito važna za identifikaciju profesije, ali i same institucije koja tu boju koristi".<sup>33</sup> Odstupanje od teget boje, koja uliva sigurnost putnicima i po kojoj je kompanija bila prepoznatljiva, pokazalo se kao loš potez. Mary Douglas smatra da "postati stabilan znači ustaliti se u nekom prepoznatljivom obliku. Zapanjujuće je kako institucije lako ulaze u stabilne tipove koje uspevamo da prepoznamo u raznim dobima i raznim okolnostima."<sup>34</sup> Teget boja uniformi stjuardesa Jugoslovenskog aerotransporta postala je trajan tip institucije. Izostavljajući oblik i kroj, boja uniforme stjuardesa postala je institucionalni oblik JAT-a. Kroz boju uniformi državna aviokompanija postala je institucija koja održava sebe i okruženje toliko stabilnim da ih pojedinci koji prave racionalan izbor mogu prepoznati. Mary Douglas primećuje da "svaka institucija koja hoće da zadrži oblik treba da se ozakoni osobenim utemeljenjem u prirodi i ra-

32 Anonimus, "JATORAMA", *JAT Revija* (8/1978), str. 15.

33 Joseph Nathan, "Uniforms", u: Mary Ellen Roach Higgins, Joane B. Eicher, Kim K. P. Johnson (ur.), *Dress and Identity*, Fairchild Publications, New York 1995., str. 183.

34 Meri Douglas, *Kako institucije misle*. Samizdat Free B92, Beograd 2002., str. 118.

31 D. Velimirović, *Aleksandar Joksimović*, str. 149.

zumu: tad svojim članovima pruža skup analogija kojima mogu da istražuju svet i opravdaju prirodnost i razumnost ustanovljenih pravila, te tako institucija zadržava prepoznatljiv trajan oblik".<sup>35</sup> Na ovaj način, kako tvrdi Mary Douglas, institucija počinje da kontroliše pamćenje svojih članova.

Kada institucija hoće da zadrži formu, tada se ozakoni i posebnim utemeljenjem odeće za svoje članove. Institucija zadržava prepoznatljivu formu, a uniformom se trajno diferencira od drugih grupa. Uniforme nastaju spontano ili sa namerom i služe usmeravanju pažnje na prepoznavanje uloga ili delatnosti. Tako, kada koristite usluge neke aviokompanije, "ako domaćica ne nosi uniformu, hoćete li znati kojom aviokompanijom letite?"<sup>36</sup> Isto se može primeniti i na promenu boje uniforme, jer je teget boja uniforme stjuardesa JAT-a oblikovala navike i očekivanja putnika ove aviokompanije. Promena oblika, boje ili oznake u određenom trenutku može ukazivati na zbivanja u društvu, na individualnom, lokalnom ili globalnom planu. U ovom slučaju promena boje uniforme direktno je uticala na konflikt između radne odeće i profesionalnog identiteta. Nove srebrno-sive uniforme nisu bile u skladu sa potrebama i željama putnika, ali u isto vreme ni sa subjektivitetom stjuardesa. Ostala je nepoznanica zašto je Mirjana Marić unela novine u uniforme: da li je pratila dešavanja drugih svetskih aviokompanija, pa je zato promenila boju radne odeće stjuardesa, ili je to uradila po ličnom nahođenju, ili na inicijativu Uprave JAT-a.<sup>37</sup>

### Narodne nošnje kao uniforme stjuardesa

Jednoobrazno odelo vezuje se, najčešće, za vojnu odeću koja je imala višeznačnu ulogu. Službeno odelo u Srbiji javlja se kao posledica susreta srpskog kulturno-istorijskog nasleđa sa evropskim modelom na kraju 18. i početkom 19. veka. Tako se još u toku Prvog srpskog ustanka rodila potreba za organizovanjem regularne vojske koja je bila uniformisana prema evropskim, a pre svega ruskim uzorima.

35 Ibid., str. 119.

36 J. Craik, *Uniforms Exposed*, str. 119.

37 Kada je Pavle Vasić ispitivao i utvrđivao razloge i tok uniformisanja u Srbiji, zabeležio je i ovo: "Pored najbolje volje autora, izvesne činjenice su ostale u sferi pretpostavki, osnovanih i verovatnih. Ali, kao što se to često dešava u nauci, rešenje može biti neslućeno i neočekivano." Istina koja se može preuzeti, jer odgovor na pitanje zašto je došlo do promene boje uniforme vodi nas ka novim istraživanjima.

Za vreme vladavine kneza Miloša pristupilo se uniformisanju celokupnog državnog aparata. Tridesetih godina 19. veka su kako vojni, tako i civilni državni službenici dobijali uniforme, činove i zvanja. Tokom druge polovine 19. veka uniformisani su samo oni državni organi koji su bili u neposrednom kontaktu sa stanovništvom. Puna uniformisanost ostala je u vojsci i policiji, što se zadržalo do danas.

Ipak, u pojedinim krajevima Srbije u periodima ustanka, a i ratova, narodna nošnja imala je ulogu vojne odeće. Tako je narodna nošnja imala znatan udeo u razvitku vojne odeće, ali je bilo i suprotnih procesa. Desanka Nikolić iscrpno je obrađivala probleme međusobnih uticaja narodne nošnje i vojnog načina odevanja u Srbiji. Uz uticaj vojnog načina odevanja na narodnu nošnju, autorka ističe neke slučajeve direktnog uticaja narodne nošnje na uniformu. "Tako su sredinom 19. veka obe dinastije u Srbiji, Karađorđevići i Obrenovići, izričito tvrdile da je uniforma srpske regularne vojske narodna. Ustavobranitelji su naglašavali da je plava boja određena za uniformu ustvari po ugledu na boju iz narodne nošnje, dok su Obrenovići 'tu vezu tražili u oblicima stare srpske nošnje'. Tako je i po propisu o odelu i opremi Narodne vojske od 6. aprila 1864. godine ne samo boja odeće i sastav tkanine (sukno) po narodnom uzoru, već i oblik pojedinih haljetaka (kabanica, dušanka, obuća-opanci, šubara, dokolenice). (...) Znači da u sklopu razvitka nošnje u naših naroda sa mnogim društveno-istorijskim, privredno-geografskim i drugim uticajima prepliću se i elementi odevanja vojnog karaktera, koji su mnogostruki i različiti u odnosu na pojedine etničke grupe i istorijske periode. Sa druge strane pod istim uslovima vojna odeća u nas ukazuje na elemente narodne nošnje. Njihovo međusobno prožimanje je još jedan dokaz specifičnog razvitka nošnje u Jugoslaviji."<sup>38</sup>

Logično je i neizbežno da su se u 20. veku desile promene i novine koje su se očitavale na mnogo načina. Novi vek, novo doba nosilo je sobom i niz promena koje su se morale obeležiti na vidan način, pa i na uniformama. S obzirom na to da su postojeći podaci o razvoju uniformi van vojnih formacija fragmentarni, nov je i pokušaj osvetljavanja raz-

38 Desa Nikolić, "O problemu međusobnog uticaja narodne nošnje i vojnog načina odevanja u nas", *Etnološki pregled* (4/1962), str. 125-126.

voja civilne uniforme. Tako se ne može sa znatnom sigurnošću ustanoviti da li, koliko i kada je narodna nošnja uticala na službeno odelo. Može se tvrditi da modeli inspirisani uniformama često "gostuju" u modi, kao i da uniforme prate aktuelne modne tokove. Ipak, narodna nošnja korišćena je tokom 20. veka i kao radno ruho stjuardesa.

Razmatranja o upotrebi narodnih nošnji koje su poslužile kao uniforme stjuardesa ne bi bila potpuna bez osvrta na dominantnu ekonomiju i politiku u SFRJ, koje su trag ostavile i u JAT-u. Uz drugi naftni udar, dugovi su pogodili i Jugoslaviju. Nakon nestašice vitalnih proizvoda, praška za veš, kafe, benzina, usledila je redukcija u proizvodnji električne energije. Od 1979. godine, pa u narednih nekoliko godina, po cenu drastičnog obaranja investicija i potrošnje jugoslovenska država pokušala je da vrati dugove.

Nakon ekonomske, u martu 1981. godine usledila je i politička kriza, i to najpre na Kosovu, kada su albanski studenti na demonstracijama tražili za Kosovo status republike. Demonstracije nisu bile bez posledica, jer je bilo više poginulih. Događaji na Kosovu ocenjeni su kao "kontrarevolucija". U javnosti, ali i na sednicama najviših državnih i partijskih organa, govorilo se o nacionalnim problemima na Kosovu, naročito o iseljavanju Srba i Crnogoraca. Partijske vlasti i na saveznom i na republičkom nivou proklamuju potrebu veće integracije Kosova u privredu i kulturu zemlje, kao i mere za sprečavanje iseljavanja Srba i Crnogoraca. Od 1982. godine, u vrhu SKJ počinje javna debata o potrebi veće centralizacije partije i države. Režim zaoštrava politiku prema nacionalistima u svim republikama.

Ekonomska kriza i promena na političkom planu uticali su i na poslovnu orijentaciju JAT-a. Tako je i 1982. godina pripadala nizu godina velikih iskušenja za JAT. "Težinu situacije najbolje ilustruje sledeća epizoda: zbog nedostatka kerozina na jugoslovenskim aerodromima, JAT-ovi avioni snabdevali su se gorivom pretežno u inostranstvu. Rešavanje ovih problema, na žalost, nije zavisilo od JAT-a: nedostatak deviza bio je kočnica i za celokupnu jugoslovensku privredu. Godina 1982. ocenjena je kao najteža u dotadašnjoj istoriji JAT-a, što je bilo izraženo do tada najvećim gubicima kompanije."<sup>39</sup>

39 Č. Janić, J. Simišić, *Više od letenja*, str. 114–115.

Tako je, u cilju prevazilaženja krize, najpre došlo do preispitivanja svih nerentabilnih linija: reduciranja domaćeg saobraćaja i spajanja mnogih linija. Izlaz iz krize bio je i u očuvanju međunarodnog saobraćaja, uz akcentovanje interkontinentalnog saobraćaja. Borba za kvalitet usluga, kao osnova nove poslovne politike kompanije, donela je 25. 12. 1982. i JAT-ovim putnicima značajnu novinu. Naime, na linijama za Ameriku i Australiju uveden je "welcome drink", posluženje u narodnim nošnjama (*slika 3*).

Posredstvom oglasa "Za prijatno poslovno putovanje", u *Politici* su putnici obavesteni o ovoj novini: "Dragi putnici, za vaše prijatno putovanje u inostranstvo, JAT je u svojim savremenim avionima uveo besplatno posluženje domaćim alkoholnim i bezalkoholnim pićima. Pored internacionalne i domaće kuhinje, JAT vam nudi na međunarodnim letovima i kupovinu robe oslobođene carine, kao i suvenire naše narodne radinosti. Na putu za metropole sveta, kada putujete poslovno ili u posetu vašim rođacima, avioni JAT-a su najbrži i najudobniji način prevoza."<sup>40</sup> O novinama u JAT-u obavesteni su i čitaoci *Praktične žene*.<sup>41</sup>

I dok državni režim zaoštrava politiku prema svim nacionalnostima u svim republikama, stjuardese u narodnim nošnjama dočekuju putnike pri ulasku u avion.<sup>42</sup> Kako bi poboljšao kvalitet usluga i servisa u avionima koji su leteli za SAD i Australiju, "JAT je uveo proceduru da putnike uglavnom iseljenike pri ulasku u avion sačekaju stjuardese i da im narodnim običajem – služenjem hlebom i solju i domaćim pićima, požele dobrodošlicu. Ovaj 'Welcome drink' – piće za dobrodošlicu JAT je uveo i kao poseban znak pažnje našim iseljenicima, čime im je približio običaje domovine koju su napustili možda još u ranoj mladosti."<sup>43</sup>

40 Oglas, "Za prijatno poslovno putovanje", *Politika* (24857/1982), str. 21.

41 Oglas, *Praktična žena* (694/1983), str. 66; uz oglas iste sadržine kao u *Politici* objavljena je i fotografija koja ilustruje "welcome drink", odnosno stjuardesu odevenu u narodnu nošnju.

42 Prema podacima dobijenim od Zorana Milera, "welcome drink" nije bio dugog veka, a narodne nošnje JAT je pozajmljivao iz fonda Kola srpskih sestra. Podatak nije proveren.

43 Grupa autora, *Let dug sedam decenija*. Jugoslovenski aerotransport – Informativno-propagandni centar, Beograd 1997., str. 76.

U ovom slučaju narodne nošnje kao uniforme stjuardesa ne predstavljaju samo simbol aviokompanije. Ovakva uniforma je u datom vremenu mnogo više od toga. Ona predstavlja odraz ekonomije u zemlji, ali i svedočanstvo o marketinškoj politici JAT-a. U periodu ustave i sve prisutnije nacionalne krize, koje su postepeno krunile jugoslovensku državu, u ovakvom potezu JAT-a direktno se može sagledati pokušaj rešavanja ekonomskih problema kompanije, ali i pokušaj nivelisanja otvorenih nacionalnih sukoba u SFRJ. "Welcome drink" uveden je samo na linijama za Ameriku i Australiju, sa namerom da iseljenicima poželi dobrodošlicu. Ako pretpostavimo da su "naši iseljenici" u SAD i Australiju i politički emigranti koji su zemlju napustili nakon Drugog svetskog rata, onda se u "welcome drinku" nazire i javni poziv za njihov povratak u zemlju. Nakon Drugog svetskog rata, legalna emigracija je neko vreme bila zabranjena, režim je osuđivao "otpadnike" koji su se usuđivali da pobegnu iz "socijalističkog raja". "Welcome drinkom" je upućena dobrodošlica i ovim emigrantima. Na osnovu JAT-ove dobrodošlice može se zaključiti da su se u SFRJ početkom 1983. godine stvorili uslovi za povratak iseljenika koji su dugi niz godina bili aktivno neprijateljski nastrojeni prema jugoslovenskoj državi. Na taj način, iseljenicima koji su dugo odsustvovali iz zemlje "welcome drinkom" je stavljeno na znanje da više nisu nepoželjni. Razmatranja o upotrebi narodne nošnje, preuzete samo iz srpske kulturne baštine, koja je poslužila kao uniforma stjuardesa, nameće nam razmatranja i o upravi u JAT-u. Odluka u JAT-u da se uniforme zamene narodnim nošnjama doneta je u trenutku kada je predsednik Poslovnog odbora bio Srbina.<sup>44</sup> Kroz specifičan marketinški pristup poslovno rukovodstvo JAT-a želelo je da unapredi ekonomsku dobit, ali je sama šumadijska nošnja kao uniforma bila ambivalentna: sa jedne strane, pružanje ruke iseljenicima, kao i nivelisanje ranijih sukoba i neprijateljstva, a sa druge, otvaranje konflikata sa drugim nacijama s obzirom na to da je jedino nošnja iz Srbije, odnosno Šumadije bila upotrebljena kao uniforma državne aviokompanije.

### Završna razmatranja

Vraćajući vremeplov, uvidećemo da je radna odeća bila najviše tamno plava, ali i siva i kraljevsko plava.

Bilo je i kostima i haljina, ali i pantalona. Nosile su se "titovke", beretke, šeširići i toke, uz obavezne ešarpe ili marame. Uvek u trendu, uniforme domaćica JAT-ovih aviona bile su prave umetničke modne kolekcije. Radila su ih vrhunska modna imena Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, uz Jovanku Kočoba i Aleksandar Joksimovića, Mirjana Marić i Gorica Popesku. Klasične i aktuelne uniforme bile su i one koje su krajem osamdesetih godina prošloga veka osmislile Ana Leković Cvijić i Jadranka Nikolić. Gorica Popesku ostaće upamćena i po kolekcijama nastalim u socijalističkom sistemu nekadašnje Jugoslavije, kao i po kreacijama uniformi koje je dizajnirala u vremenu postsocijalizma.

JAT je uvek birao najbolje dizajnere, one koji su dali velik doprinos modi kod nas, ali su bili poznati i priznati i u svetu. Odevni predmeti stjuardesa izrađivani u domaćoj modnoj industriji: Jugoexportu, Centrotextilu, Tarateksu, Beku, Rudniku, Varteksu, Labodu, Svili, Juveli. Domaća industrija, sa izuzetkom svilenih marama koje su izrađene u Kini (1996) i Italiji (2001), pokrivala je celokupan asortiman neophodnih artikala. Tenderi su omogućavali modnim dizajnerima da dobiju dobar i unosan posao, na osnovu kojeg se može steći uvid u ekonomski nivo firme. U isto vreme, u okviru tržišne ponude sa definisanom skalom ponuđenih elemenata, pružena je mogućnost Jugoslovenskom aerotransportu da u skladu sa svojim ekonomskim položajem bira tkanine i kombinuje odevne predmete. Zanimljivo je da su se svetske aviokompanije odlučivale da im poznati modni kreatori dizajniraju odeću za domaćice: Mila Schön i Armani za Alitaliju, Mary Quant za Court Line Aviation, Pierre Balmain za Singapore Airlines, Hanae Mori za Japan Airlines, Yves Saint Laurent za Qantas, Pierre Cardin za Pakistan International Airways.<sup>45</sup> Jugoslovenski aerotransport godine 2003. raspisao je internacionalni konkurs za idejno rešenje novog vizuelnog identiteta kompanije, ali je posao dizajniranja uniformi uvek poveravao domaćim kreatorima. Gorica Popesku je svoje znanje i umeće pri kreiranju radne odeće iskoristila i za osmišljavanje radnog ruha za stjuardese Air Djibouti. Ona nije jedina domaća kreatorica koja je radila uniformu u boja zaštitnog znaka strane aviokompanije. Modni salon "Pepeljuga" i kreatorica Sonja Krstić dizajnirali

<sup>44</sup> Predsednik Poslovnog odbora JAT-a od 15. 9. 1979. do 13. 3. 1983. bio je Vladimir Kovačević.

<sup>45</sup> J. Craik, *Uniforms Exposed*, str. 115.

su uniforme za stjuardese Air Malta.<sup>46</sup> Dok se nacionalna aviokompanija JAT, iako je u godinama velikog uspona imala mogućnosti da unajmi kreatore iz inostranstva, držala domaće modne produkcije, dotle su se, prateći svetske modne trendove u dizajnu uniformi, domaći modni stvaraoци svojim kreacijama potvrđivali u svetu.

Društvena, ekonomska, politička i kulturna realnost reflektovala se i na odeću stjuardesa JAT-a: privredna kriza i vidna ekonomska depresija tokom osamdesetih godina, početak rata i raspad Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, uvođenje sankcija Saveznoj Republici Jugoslaviji, bombardovanje tokom 1999. godine, zatim petooktobarske promene i "raskid" sa prethodnim režimom 2000, referendum u maju 2006. godine u Crnoj Gori na kojem je odlučeno da Crna Gora bude samostalna država. Ipak, jednoobrazna odeća posebnog kroja i boje počinje da se uklapa i u trenutne modne obrasce, što se vremenski poklapa sa periodom kada uniforme počinju da kreiraju vrhunska modna imena.

Istraživanjima radne odeće domaćica aviona stiču se saznanja o organizacijskim principima JAT-a, ali i o različitim ideologijama društva u okviru kojeg se kulturni fenomen proučava (najpre je socijalistička, a potom i nacionalna ideologija uticala na oblikovanje uniformi stjuardesa JAT-a), zatim koji su ideološki simboli pri tome korišćeni i kako su se oni menjali sa ukupnim društveno-političkim promenama. Razotkrivanjem poruka sadržanih u uniformama postepeno se otkriva i konceptualni nivo po kojem se data kultura realizuje. Rekonstrukcija uniformi stjuardesa dala je uvid i saznanja o kulturi, ali i o njenim mehanizmima i procesima.

Uniforme stjuardesa JAT-a su više od uniformi, jer mogu biti sagledavane ne samo kao simbol profesije, nego i kao svedočanstvo o promenama u JAT-u, kao i sistemu i organizaciji vlasti u SFRJ, SRJ i Republici Srbiji. Iako je red pri uniformisanju stjuardesa postojao, ipak su se pojavili i pojedinačni konflikti. Tri različita slučaja ilustruju različite konflikte povezane sa dizajnom i nošenjem uniformi.

Prvi primer ilustruje povezanost uniforme i njenog dizajnera: kada je elitni dizajner Aleksandar Joksimović bio primoran da se odrekne svoje dizajnerske konvencije i kada je postao kreator trećerazrednih modnih preduzeća, i uprava JAT-a degradirala je njegovu uniformu i zamenila je novom. Na primeru promene ustaljene boje uniforme uočljiv je direktni konflikt između radne odeće i profesionalnog identiteta, ali i identiteta celog JAT-a, jer nove uniforme nisu bile u skladu sa subjektivitetom stjuardesa, ali ni sa potrebama i željama putnika. Poslednji primer pokazuje kako je kroz specifičan marketinški pristup poslovno rukovodstvo JAT-a želelo da unapredi ekonomsku dobit. Upotreba samo šumadijske nošnje kao uniforme bila je ambivalentna: pružanjem ruke iseljenicima, nivelisani su raniji sukobi i neprijateljstva, a sa druge otvoren sukob sa drugim nacijama, s obzirom na to da je jedino nošnja iz Šumadije bila upotrebljena kao uniforma državne aviokompanije.

---

<sup>46</sup> Anonimus, "U bojama zaštitnog znaka", *Bazar* (916/2000), str. 21.





## Šeharzada Džafić

Univerzitet u Bihaću

### Kabanica ili ljubavnica. Uspostavljanje fikcionalnih identiteta pomoću odjevnoga predmeta

---

Uzevši u obzir novije teorijske postavke u kulturalnim studijama koje identitetu prilaze kao diskurzivnoj konstrukciji posebno predstavljenoj u književnosti, rad u osnovi referira na književna djela (bajke, pripovijetke, romane) u kojima je identitet individualni, ali i cijeloga kolektiva predstavljen preko odjeće. Vidjet ćemo kako je fikcionalni identitet Crvenkap(ic)e učestvovao u građenju stvarnih identiteta pri čemu je ključno je li Crvenkapica nosila crvenu kapu(ljaču) ili kapiću. Takav i slični fikcionalni identiteti samo su podloga za građenje identiteta zrele djevojke kada je opet čekaju fikcionalni identiteti Emme Bovary ili Ane Karenjine sa raskošnim toaletama i neprikosnovenim haljinama. Autor koji je u najvećoj mjeri preko odjeće predstavio identitet pojedinca/kolektiva jeste ruski pisac Nikolaj Vasiljevič Gogolj koji će svojim književnim djelom *Kabanica* (1950) postati uzorom mnogim južnoslavenskim, ali i bosanskohercegovačkim piscima. Sa postavkom da je i *identitet fikcija* (Robins, 2005) metodama interpretacije, u prvome redu ukazat će se kako kabanica/kapica/haljina/ kao odjevni predmeti postaju obilježje identiteta te kako pomoću njih dolazi do podjele na bogate/siromašne, stare/mlade, daleke/bliske. Zaključno, rad ima tendenciju da ukaže kako odjevni predmeti kao metafore i simboli učestvuju u građenju fikcionalnih, a preko njih i stvarnih identiteta.

---

#### Fikcionalni identitet u fikciji

"Bila jednom jedna veoma umiljata i slatka djevojčica. (...) Zbog toga što je uvijek nosila crvene boje kapiću, koju je dobila od svoje bake za rođendan, i što joj je tako dobro pristajala, svi su je u selu zvali Crvenkapica."<sup>1</sup> Ovo je početak, jedan od bezbroj,<sup>2</sup> dobro nam poznate bajke o Crvenkapici – maloj, nevinoj djevojčici koja je obilježila naša djetinjstva. Međutim, jesmo li se ikada zapitali predstavlja li ta djevojčica nešto više od dodijeljenih atributa: umiljata i slatka, nevina i iskrena? Jesmo li povjerovali da ju je spasio drvosječa ili da je "Vuk

skočio i pojeo Crvenkapicu u nekoliko zalogaja"?<sup>3</sup> Ili se, pak, Crvenkapica spasila sama prevarivši vuka? I na koncu, predstavlja li njena crvena kap(ic)a nešto više od bakingog poklona? Odgovore ćemo pronaći u pr(a)vim verzijama ove bajke, u kojima se krije simbolika crvene boje te simbolika odjevnoga predmeta koji je obilježio identitet ovoga fikcionalnog lika. Ono što je ključno jeste činjenica da je taj i takav fikcionalni identitet učestvovao u građenju identiteta mnogih stvarnih djevojčica kojima je Crvenkap(ic)a putokaz kako da postanu odrasle, zrele žene kada ih opet čekaju fikcionalne junakinje poput Emme Bovary ili Ane Karenjine sa svojim raskošnim toaletama i očaravajućim haljinama. S druge strane, dječaci uče kako je Crvenkap(ic)a spašena od strane muškarca koji je, opet namjenski, odjeven u odjeću lovca ili drvosječe, dakle, ima sa sobom "opremu" i odjeću koja ga čini superiornijim od strašnoga vuka. A onda opet ti isti dječaci nastavljaju gledati svoje

1 Charles Perrault, *Roodkapje*. K. H. Schadd, Amsterdam 1868., str. 1 (<http://www.geheugenvannederland.nl/?nl/items/PRB01:040947971>).

2 U Aarne-Thompsonovom katalogu zabilježeno je preko 200 različitih verzija usmene narodne bajke *Crvenkapa*. Njeno pravo toponimsko porijeklo veže se za jug Francuske i sjever Italije. Izvorna francuska verzija i danas se može naći u usmenim predajama, što je posebno istražila francuska etnologinja Yvonne Verdier sedamdesetih godina 20. vijeka.

3 Ch. Perrault, *Roodkapje*, str. 5.

specijalno kostimirane strip-junake Supermana, Batmana ili Spidermana, koji imaju zadaću, ni manje ni više nego spasiti cijeli svijet! Pitanje je: kada bi se svi oni razodjenu, šta bi ostalo od njihova identiteta? Sva navedena hipotetička pitanja vode do glavne hipoteze ovoga rada: u (iz)gradnji stvarnoga identiteta učestvuju fiktionalni junaci, koji su svoje identitete (ime, status, popularnost) dobili zahvaljujući odjeći. Ova je tema malo, ili nikako, istraživana s aspekta književnosti; iz toga razloga rad može biti podloga za istraživanja koja mogu značajno doprinijeti razumijevanju uloge odjeće fiktionalnih identiteta u izgradnji stvarnih identiteta.

No, prije nego što uspostavimo moguće fiktionalne identitete, valja nam razgraničiti fiktionalni identitet u fikciji od onoga u fankciji.<sup>4</sup> Naime, fiktionalni se identitet kao fraza može promatrati iz najmanje dva ugla. S jedne strane, svaki identitet u građenju je fikcija – apstrakcija koja se pokušava konkretizirati (čovjek/individua stalno teži ka nečemu i sve dok ne ostvari to "nešto" je fikcija). Mnogi su teoretičari identiteta polazili od pretpostavke da čovjek najbolje spoznaje sebe kroz priču i pripovijedanje (Paul Ricœur), kroz sopstvenu reprezentaciju (Stuart Hall), te na koncu dolazili do stajališta poput onog da se "identitet može smatrati fikcijom, koja treba da unese uređeni obrazac ili narativ u aktualnu složenu i mnogostranu prirodu psihološkog i društvenog svijeta".<sup>5</sup>

S druge strane, književni identiteti su fiktionalni identiteti po samome prostoru ("s one strane") u kojemu se nalaze. Ustvari, tu je riječ o duploj fikciji, o mimezisu mimezisa, jer fiktionalni likovi/protagonisti uspostavljaju fiktionalne identitete. Tako nam književnost kao medij, posrednik između stvarnoga i imaginarnoga svijeta, donosi uloge pojedina te njegovu ulogu u društvu. Književna djela kao fiktionalne tvorevine omogućuju autorima da u fikciju unesu i ostvare željene identitete preko protagonista koje pomno odabiru određujući ko će biti,

kakvo će zanimanje imati i naposljetku koje odjevne predmete će nositi. Kako nam "[o]djeća (...) služi da primamo i transmitiramo poruke u procesu interakcije kao mehanizmu distinkcije i identifikacije s drugim",<sup>6</sup> a identitet ne zavisi toliko od toga kako sami sebe opisujemo, već šta nam, u tom pogledu, "pripisuje" društvo,<sup>7</sup> onda dolazimo do pretpostavke da je odjeća bitan segment u sagledavanju samih sebe, ali i drugih.

Nedvojbena, pomoću odjeće određujemo našu interakciju sa drugim ljudima, i obrnuto, drugi ljudi nas (ne) prihvaćaju zahvaljujući odjeći. Ako određeni identitet ne možemo ostvariti u toj interakciji, onda pribjegavamo fikciji u kojoj ispisujemo željene (odjevne) identitete ili čitanjem ostvarujemo i izgrađujemo zamišljene sopstvene identitete. Kako identifikacija (sa nečim/nekim) za Stuarta Halla predstavlja "nikad završen proces, određena tako da nikad ne može biti osvojena ili izgubljena, podržana ili dokinuta",<sup>8</sup> u narednim interpretacijama vidjet ćemo do čega nas može odvesti/dovesti poistovjećivanje sa određenim likovima, odnosno prekranje/(pri)šivanje vlastitoga identiteta uz određeni fiktionalni uzor/model.

### Odjeća kao simbol: crvena kapuljača i/ili crvena kapica

Sigurno smo bezbroj puta čuli i/ili sami upotrijebili sinonime 'Crvenkapa' i 'Crvenkapica', misleći uvijek da se radi o onoj maloj nevinoj djevojčici. Sigurno ni slutili nismo da pitanje je li ona Crvenkapa ili Crvenkapica, djevojka ili djevojčica, odnosno je li nosila crvenu kapicu ili crvenu kapu(ljaču) predstavlja ključno pitanje pri razumijevanju ove bajke. Verzije koje su napisali braća Grimm i Charles Perrault opravdano mogu nositi naziv *Crvenkapica*, s obzirom na to da su ih autori prilagodili za djecu. Međutim, i ove verzije u sebi kriju zamke. *Crvenkapica* koju je napisao Perrault, a koja je prvobitno bila namijenjena izvedbama u salonu za francusko visoko društvo (u vrijeme klasicizma, dakle, u 17. stoljeću), završava tako što vuk jede Crvenkapicu u nekoliko

4 O razlikama između fankcije i fikcije vidi: Šeherzada Džafić, "Čin(ovi) pričanja – fankcija, fikcija i fantastika", *Pismo* (2013), str. 188–204 ([http://www.bfd.ba/wp-content/uploads/2013/10/pismo\\_10.pdf](http://www.bfd.ba/wp-content/uploads/2013/10/pismo_10.pdf)).

5 Vidi: Kevin Robins, "Identity", u: Tony Bennett, Lawrence Grossberg, Meaghan Morris (ur.), *New Keywords. A Revised Vocabulary of Culture and Society*, Blackwell, London 2005. str. 171.

6 Asja Mandić, "Odjeća kao metafora disperzivnog identiteta u savremenoj umjetničkoj praksi", u: Irfan Hošić (ur.), *Odjeća kao simbol identiteta*. Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću – Gradska galerija Bihać, Bihać 2012., str. 134.

7 K. Robins, "Identity", str. 175.

8 Stuart Hall, "Kome treba identitet", u: Dean Duda (ur.), *Politika teorije*, Disput, Zagreb 2006., str. 359.

zalogaja i tu je tačka! Kraj! Nema dodatka o lovcu ili drvosječi spasiocu i rezanju vuka, koje će kasnije dodati braća Grimm. Je li onda Perraultova *Crvenkapica za djecu*? Ili je Perrault prenio poruku preko crvene odjeće kao simbola za nevini narod kojega guta iskusni vuk, odnosno vlast? S druge strane, ako Crvenkap(ic)a nosi veliku kapu, odnosno kapuljaču, kako govore izvorne narodne verzije, onda se radi o djevojci koja je na putu da postane odrasla žena. Upravo ovakva pitanja navela su poznate psihologe da u crvenoj odjeći vide simbol sazrijevanja,<sup>9</sup> te da istraže kako bajke djeluju na našu podsvijest.<sup>10</sup>

Takva su razmišljanja navela Mary Douglas da postavi pitanje "zašto i dalje smatramo Crvenkapu pričom za djecu kada ona to nije".<sup>11</sup> Po njezinu viđenju, koje potkrepljuje dokazima, Crvenkapa je "starija djevojčica, odnosno već djevojka koja se nalazi u pubertetu".<sup>12</sup> Pričanje ove priče djevojkama bio je sastavni dio rituala pred udaju. Takve bajke imale su sretan završetak u kojemu se Crvenkapa spasila sama nakon što je shvatila da u krevetu nije baka nego vuk. Vidjevši namjere vuka, Crvenkapa je izmislila kako ima potrebu da izađe van. Vuk u nevjerici veže konopac za njezinu nogu. Crvenkapa izlazi van, oslobađa se konopca i veže ga za drvo. Dok je vuk shvatio o čemu se radi, Crvenkapa je već preplivala rijeku, gdje su je dočekale druge žene. Pouke iz ove priče/verzije pripremale su ih za uloge odrasle žene koje ih čekaju, a posebno da budu oprezne sa potencijalnim budućim udvaračima.

Pored navedenoga, bitni su i detalji u usmenoj priči koji upućuju na buduće zanimanje djevojke koja bi sama trebala šiti i krojiti odjeću. Naime, u narodnoj verziji bajke bitan je odgovor Crvenkape koja vuka navodi "na put igle ili put čiode" koji se javlja u svim izvornim verzijama. Crvenkapa jednom daje jedan, a drugi put drugi odgovor, što je također uvjetovano različitim verzijama bajke. Za seoske žene u devet-

naestovjekovnoj Francuskoj, igla i čioda bile su simbol njihovoga statusa: "Čioda je laka za korištenje, ali ima privremenu ulogu jer se njome ne može šiti, za razliku od igle koja ima ušice kroz koje se provlači konac za šivenje. Čiode dakle nemaju otvor, a igle ga imaju. Tako da igla predstavlja simbol udate žene koja se bavila raznim kućanskim poslovima pa, između ostalog, i šivanjem odjeće za ukućane."<sup>13</sup> Hoće li Crvenkapa izabrati put djevičanstva (čiodu) ili put razdjevičenja (iglu) zavisi od kazivačica. Kao što vidimo, narodna verzija Crvenkape, uključujući i onu Charlesa Perraulta, puna je simbola, od onih vezanih za crveni odjevni predmet do samih riječi koje je koristila Crvenkapa.

Braća Grimm<sup>14</sup> kasnije će u Crvenkapu unijeti motive male, nevine djevojčice koja nosi crvenu kapicu i koja nenamjerno da upute vuku kako da dođe do bake. I tada će se Crvenkapica u raznim verzijama predočiti djeci. Crvenkapica ostaje pored kreveta čudeći se bakinom izgledu. Ovo je dokaz kako su se u književnosti stvorili fiktionalni identiteti koji ne samo da su ime dobili po odjeći koju su nosili, nego je i oblik odjeće imao veliku ulogu u percepciji i recepciji njihova identiteta.

Po tumačenju Marine Warner, koja je Crvenkapu analizirala sa sociološkog i rodnog aspekta, "Vuk predstavlja bakinog mističnog dvojnika koga Crvenkapa ne razlikuje od bake kada se nađe sa njim u krevetu".<sup>15</sup> Ovim, prvobitnim, pogledom na *Crvenkapicu*, uočavamo kako crveni plašt, nije obični plašt, već odjevni predmet pomoću kojega su se poslale važne poruke o identitetu tadašnjega društva te poruka da to društvo treba mijenjati svoj identitet. Sa stvarnim životnim pričama isto je kao i u onima u fikciji. Zlikovac iz bajke je onaj zlikovac do nas koji će htjeti doći do cilja. Osim što oslikavaju jedni druge, izmišljeni likovi, ljudski i neljudski, os-

9 Vidi: Bruno Bettelheim, *The Uses of Enchantment. The Meaning and Importance of Fairy Tales*. Knopf, New York 1976., str. 32.

10 Po Jungu, bajke predstavljaju različite priče o samospoznaji i ostvarivanju komunikacije sa sopstvenim bićem, a potom i sa vanjskim svijetom. Konkretno, crvena odjeća na Crvenkapici predstavlja njezinu spoznaju o vlastitoj seksualnosti.

11 Mary Douglas, "Red Riding Hood. An Interpretation from Anthropology", *Folklore* (106/1995), str. 1.

12 Ibid., str. 4.

13 Ibid.

14 Crvenkapa u verziji braće Grimm izišla je 1812. godine u zbirci *Dječje i domaće bajke (Kinder- und Hausmärchen)*. Ova verzija Crvenkape predstavlja najpopularniju varijantu ove bajke, puno puta preštampane i korištene za mnogobrojna nova izdanja (kao i za nove verzije). Prvobitno je bila namijenjena njemačkom građanskom staležu, da bi s vremenom dobivala sadašnji oblik. Do 1858. godine ova je bajka bila sasvim prilagodljiva djeci.

15 Marina Warner, "Mother Goose Tales: Female Fiction, Female Fact?", *Folklore* (1/1990), str. 18.

likavaju realnost iz koje dolaze, a koje su moguće ljudske ili neljudske realnosti.

Dakle, bajke nisu izmišljene, sve su istinite. Samo što su prekrojene, zašivene, ušivene da bi se u njima sačuvala prava istina. Dobro i zlo su oštro suprotstavljeni tako da bismo mogli da ih razlikujemo bez ikakve dileme. Kada tako jasno vidimo šta je šta, možda ćemo se lakše snaći u realnosti gdje suprotnosti nisu tako očigledne, nego su prepletene stvarajući ravnotežu u kojoj niko nije potpuno zao, ni savršeno dobar. I to je ono čime treba graditi identitete stvarnih djevojčica, a ni to građenje identiteta ne završava na *Crvenkapici* i crvenoj kapi nego se nastavlja kasnije kroz junakinje romana koje svoj status i sreću grade na osnovu raskošnih toaleta i haljina.

### Odjeća kao metafora: haljina i/ili suparnica

"Unatoč tome što su toaleta, frizura i sve pripreme za ples stajale Kiti velikih napora i dovijanja, ona je sada u svojoj kompliciranoj haljini od tila, ružičasto presvučenoj, stupala na ples tako slobodno i jednostavno kao da nju i njene ukućane sve to: rozete, čipke, sve sitnice toalete nisu stajale ni časka pažnje, kao da se ona rodila u tom tilu, čipkama, s tom visokom frizuricom, s ružom i sa dva listića pored nje."<sup>16</sup>

Navedeni citat iz poznatoga romana Lava Nikolajeviča Tolstoja mogao bi se (pro)čitati na dva načina. Prvi ne iziskuje gotovo nimalo pažnje i koncentracije, pogotovo ako znamo da se radi o Kiti, sporednome ženskome liku romana *Ana Karenjina*.<sup>17</sup> Drugi način čitanja, u kojemu je pažnja usmjerena na fizički izgled protagonistice, mijenja njenu poziciju, pripovjedačevu tačku gledišta, ali i čitateljevu

recepciju. Opisom Kitine toalete, pripovjedač ustvari slika njezin psihološki portret i djevojački identitet. Kiti je djevojka kojoj je već rođenjem, zbog statusa njezine porodice, određeno da će se kretati u visokome društvu i posjećivati balove i stoga nas ne treba čuditi što izgleda "kao da se rodila u tom tilu". Ona je već rođenjem dobila sve to blještavilo i sjaj, baš kao što se dobiju crte lica. Njezini veliki "napori" do momenta kada stupa na plesni podij samo su užitci u kojima se ogleda to tako slobodno i jednostavno kretanje u toj "kompliciranoj haljini", što govori o njezinoj sposobnosti da se nosi sa teškim zahtjevima toga vremena – kako prema modnome trendu, tako i prema imidžu koji su morale imati djevojke krajem 18. i početkom 19. stoljeća.

U ovome pasusu posebnu pažnju plijeni sintagma "ružičasto presvučenoj", jer će boja haljine imati presudnu ulogu u slikanju identiteta protagonistice (Ane Karenjine, ali i Kiti). Ružičasta boja samo je metafora za Kitinu nježnost, skromnost i nevinost. Kiti je znala da će plijeniti pažnju svih prisutnih i da će biti glavna na podiju. Međutim, ugroženost njezina položaja nazire se kroz prisutnost Ane Karenjine prema kojoj Kiti ima poseban odnos: "Kiti je vidala Anu svakoga dana, bila je zaljubljena u nju."<sup>18</sup> Kiti je u Ani vidjela uzor prema kojemu se treba ponašati.

Od cjelokupne Anine pojave Kiti je najviše bila zaokupljena njezinim haljinama – do te tačke da ju je zamišljala u haljinama posebnih boja, onih kakve je Kiti voljela. Međutim, često je dolazilo do razočarenja, jer Ana ne bi nosila boju haljine koju bi Kiti zamislila i tada bi se kod Kiti rušio identitet nježne i profinjene žene koji je izgradila prema Ani: "Kiti sva rumena, skide skut i osjećajući malo vrtoglavicu okrete se tražeći Anu. Ana nije bila u ljubičastoj haljini, što je Kiti kao neminovno željela, već u crnoj somotskoj haljini koja je pokazivala njena okrugla kao od stare slonove kosti izvajana i puna ramena i prsa i oble ruke sa tankom majušnom šakom. Cijela je haljina bila ukrašena venecijanskim svilenim čipkama."<sup>19</sup>

Nedvojbeno se u ovome slučaju uspostavilo više fikcionalnih identiteta pomoću odjevnih predmeta. U prvome planu je Tolstojev pripovjedač koji ovim

16 Lav Nikolajevič Tolstoj, *Ana Karenjina*. Matica hrvatska, Zagreb 1961., str. 81.

17 Roman *Ana Karenjina* objavljen je 1877. godine, mada je u dijelovima objavljan i pet godina ranije. Radnja romana smještena je u sedamdesete godine 19. stoljeća. U romanu se mogu pratiti dvije paralelne radnje: tragična veza Ane i Vronskog te sretni brak Levina i Kiti. Za ovaj rad uzimam dio romana u kojemu se susreću Ana i Kiti. Taj dio romana važan je jer je na jednom mjestu predstavljen fizički i psihički portret oba ženska lika, i to pomoću odjevnih predmeta – toaleta koje su nosile na plesu organiziranom za petrogradsko visoko društvo. U tom momentu i počinje pravi zaplet radnje romana.

18 L. N. Tolstoj, *Ana Karenjina*, str. 85.

19 Ibid., str. 81.

opisima donosi dva glavna fiktionalna identiteta žene: jedan se odnosi na nevinu ženu predstavljenu kroz Kiti i njezinu ljubičastu haljinu od tila, a drugi identitet na Anu,iskusnu i mudru ženu koja je predstavljena kroz crnu haljinu ukrašenu venecijanskim svilenim čipkama. U drugome planu su same protagonistice: Kitino razočarenje u identitet Ane i Anina zavist što u Kiti vidi identitet savršene skromne, a raskošne žene, što pokazuje površnim obraćanjem pažnje na nju, ali i javljanjem osjećaja kako se mora pokazati i dokazati superiornijom. U ovome je slučaju odjeća metafora za uspostavljanje fiktionalnoga identiteta. Preko odjeće saznajemo kakva je Kiti i takav karakter Kiti će zadržati do kraja. S druge strane, Ana mijenja svoj karakter baš onako kako mijenja i haljine.

Posve je razumljivo da se nad identitetom pripovjedača i protagonista krije sam autor Tolstoj koji je zagovarao identitet žene kakav je posjedovala Kiti. Dakle, u romanu *Ana Karenjina* Tolstoj je uspio oslikati dva ženska lika pomoću haljina i ostalih odjevnih predmeta koji su činili njihove toalete. Dok je Kiti nježna, krhka i osjećajna, Ana je oštroumna, mudra i hladna. Tek će kasnije ti identiteti doći na vidjelo, tj. vidjet će se kako je susret haljina, odnosno Kiti i Ane na balu odličan pokazatelj kako će se radnja kasnije odvijati.

Sličnu igru i uspostavu fiktionalnog identiteta preko haljine učinit će i Gustave Flaubert u svome romanu *Madame Bovary*. Književna kritika je ocijenila kako Emma Bovary predstavlja identitet cijele epohe, a u toj epohi Evrope koja se borila sa izazovima novoga vremena. Sam tvorac romana, autor Flaubert, riječima "Madame Bovary, to sam ja", identificirat će se sa svojim zamišljenim likom i tako ostvariti svoj fiktionalni identitet u fikciji. Ovime su Tolstoj i Flaubert, svjesno ili nesvjesno, odjeći dali centralno mjesto pri uspostavi svojih fiktionalnih protagonistica. Slično će uraditi i Gogolj svojom novelom *Kabanica*, samo što će ovoga puta oslikavanje identiteta pomoću odjevnoga predmeta biti jače jer će kabanica biti zamjena za cijeli identitet glavnoga protagoniste.

### Odjeća kao istost: kabanica ili ljubavnica

"Svi smo mi izišli iz Gogoljeve kabanice" (Fjodor M. Dostojevski). Navedena konstatacija ruskoga pisca Fjodora M. Dostojevskoga ponajbolje govori o vri-

jednosti koju je Nikolaj Vasiljevič Gogolj<sup>20</sup> ostavio svojim velikim književnim opusom.<sup>21</sup> Naravno, Dostojevski je ovom izjavom prvobitno mislio na novi tip proze koji donosi Gogolj svojim veoma specifičnim stilom pisanja, a koji se najbolje ogleda upravo kroz Gogoljevu *Kabanicu*.<sup>22</sup> Pored ukazivanja na novi tip proze, Dostojevski Gogolja stavlja u sami vrh književnosti, smatrajući ga uzorom, a "kabanica" poprima dvostruko značenje. Pored naziva Gogoljeve najznačajnije novele, kabanica je odjevni predmet koji je Gogolj koristio u svim svojim romanima i pripovijetkama, čime je uspio prikazati identitet svojih protagonista i identitet društva. Kabanica je postala uzorom svojom strukturom, ali i sadržajem u kojemu je do izražaja došao socijalni status individue koja je na robiji odjevnome predmetu.<sup>23</sup>

U poznatome tekstu *The Question of Cultural Identity* Stuart Hall analizira različite koncepcije identiteta, pri čemu se najzanimljivijim čini upravo sociološki aspekt. Društvene i kulturne promjene u 19. stoljeću donijele su novu organizaciju i strukturu, koje su učinile da se ljudi nađu u mreži birokratske upravne mašinerije moderne države. To je značilo da pojedinac više nije zaokružena i samosvjesna jedinka, već da se formira u odnosima sa

20 Nikolaj Vasiljevič Gogolj rođen je 31. 3. 1809. godine u Soročincima (Ukrajina), a umro je u Moskvi (Rusija), 4. 3. 1852. godine. Navođenje mjesta rođenja i smrti važno je iz razloga što će ovaj pisac cijeli svoj opus posvetiti Ukrajini i Rusiji, posebno Soročincima, Petrogradu i Moskvi. Navođenje vremena važno jer je Gogolj pisac koji će udariti temelje nove epohe – modernoga ruskoga, ali i svjetskoga realizma.

21 Gogolj je od početka razvijao pripovijetku kao posebnu vrstu književne proze, dodajući joj nov sadržaj i oblik. Najznačajnije pripovijetke (ili pripovijesti, odnosno novele) jesu *Kabanica* i *Nos*, koje su ušle u ciklus *Petrogradske pripovijetke*. Najpoznatiji Gogoljevi romani su *Mrtve duše* i *Taras Buljba*, a najznačajnija zbirka pripovijedaka je *Večeri u zaselku kraj Dikanjke* te komedija *Revizor*.

22 Pored toga što je to najpoznatija Gogoljeva novela, *Kabanica* je najznačajnija pripovijetka ruskoga, ali i svjetskoga realizma. Njena specifičnost, pored sadržaja, ogleda se u kompoziciji te u prožimanju realističkog i fantastičnog sadržaja. O njezinoj vrijednosti govore brojne studije, ali i prijevodi na skoro sve jezike svijeta.

23 Pisci koji su "izašli iz Gogoljeve kabanice" obukli su druge kabanice i ispisali nove fiktionalne identitete. U takve pisce ubrajamo i bosanskohercegovačke pisce u čijim romanima su odjevni predmeti odigrali presudne uloge, što može biti tema za jedno iscrpno istraživanje.

"značajnim drugima", na osnovu grupnih procesa i kolektivnih normi – pojedinac se vezuje za određenu društvenu grupu, kao što je klasa, zanimanje, mjesto rođenja ili nacionalnost, na osnovu kojih se stvara i njegov identitet. Upravo zbog toga, Hall kaže da se identitet pojedinca "ušiva" u tu širu strukturu, čime se stabilizira njegov kulturni svijet, a na osnovu čega i pojedinac i šira društvena struktura postaju jedinstveniji i predvidljiviji. Kada je u pitanju odjeća – individua se morala "nositi" s vremenom, tj. pratiti određeni društveni trend, inače bi kaskala unutar i iza tog društva.<sup>24</sup> Slično se stajalište i u svijetu mode: "Kupovanjem predmeta, nošenjem istih na vlastitom tijelu, odjeći se pridodaje komunikativna funkcija, u odnosu s drugim, ona postaje sredstvo samokreacije i samoreprezentacije vlastitog tijela u procesu socijalizacije."<sup>25</sup> Koliko udjela odjeća može imati u komunikaciji i kolika je njena komunikativna funkcija vidi se upravo kroz Gogoljevu *Kabanicu*.

Kabanica je novela koja je, na prvi pogled, jednostavnoga sadržaja: Akakije Akakijevič je niži činovnik koji obavlja posao pisara. Veoma je predan svome poslu i posao je jedina stvar o kojoj razmišlja. Na poslu je meta ismijavanja drugih kolega koji su povod za smijeh nalazili u njegovom fizičkom izgledu, ali i odjeći koju Akakijevič nosi: "(...) valja napomenuti da je kabanica Akakija Akakijeviča također služila kao objekt za dosjetke činovnika; čak su joj uskraćivali plemeniti naziv kabanice i nazivali je kapotom."<sup>26</sup> Primijetivši da mu stara istrošena kabanica postaje sve veći problem, Akakijevič odlučuje nabaviti novu kabanicu. Plan nabavke (koji podrazumijeva traženje krojača, pregovore sa njim te prikupljanje novca), pa i sama nabavka nove kabanice, postaje vrhunac i san njegova života. Prvu noć kada obuče kabanicu, na povratku sa slavlja upriličenog u čast njegovoj kabanici, otmu mu je u mračnoj ulici. On umire, ali njegov duh ostaje da luta u potrazi za svojom kabanicom. Tada kabanica postaje kobnom ne samo za njega, nego i za sve one koje je susreo za vrijeme svoga života.

24 Vidi: Stuart Hall, "The Question of Cultural Identity", u: Stuart Hall, David Held, Tony McGrew (ur.), *Modernity and Its Futures*, Polity Press, Cambridge 1992., str. 275.

25 A. Mandić, "Odjeća kao metafora disperzivnog identiteta u savremenju umjetničkoj praksi", str. 134.

26 Nikolaj Vasiljevič Gogolj, *Pripovijetke. Kultura*, Zagreb 1950., str. 743.

Ovo bi, ukratko, bila tema novele, međutim, prava priča nije sadržana u fabuli, nego u idejama. U prvome redu, u ovoj noveli se govori o ovisnosti čovjeka o odjevnom predmetu: kabanica za Akakijeviča predstavlja cijelu njegovu ličnost – određuje mu položaj u društvu, štiti ga od neželjenih vanjskih utjecaja, sa njom se budi i ona mu je zadnja misao prije spavanja. U drugome redu novela je priča o nekom propalom, a ujedno i novom vremenu u kojemu se čovjek ne cijeni po onome što na sebi nosi. Pripovijetka *Kabanica* donosi nam kabanicu kao nešto veće/više/važnije od odjavnog predmeta. Glavni protagonist sve svoje potrebe podređuje kabanici: "(...) čak se sasvim priučio da uveče *gladuje*",<sup>27</sup> dakle, on osnovne fiziološke potrebe kao što su potreba za hranom i pićem podređuje tome da dobije kabanicu "ali zato se *hranio duhovno*, noseći u svojim mislima vječnu ideju buduće kabanice".<sup>28</sup>

Pored želje, Akakijevič motive nalazi i u fizičkoj potrebi za novom kabanicom jer je počeo osjećati neugodu i hladnoću u staroj dotrajaloj kabanici, koja će biti povodom da ugrozi svoje zdravlje. Sa starom kabanicom on je bespomoćan i izložen je na milost i nemilost napadima, nepravdama i ismijavanjima. Međutim, totalitetu onih osobina koje ga ponižavaju, ljudskom otpadu se suprotstavlja veličina duhovne snage koju Akakijevič pokazuje nakon što realizira svoj naum da nabavi novu kabanicu. Samom idejom i njenom realizacijom, on dobiva novo samopouzdanje i osobine čovjeka koje ga čine dostojnog poštovanja. Njegov mizerni život napokon dobiva smisao, kabanica postaje ideal i njegov obrambeni štit. Taj štit nije samo štit pred hladnim petrogradskim vjetrovima, već štit pred napadima i ismijavanjima. Razmišljanjem o novoj kabanici Akakijevič doživljava potpune transformacije: "Od toga vremena kao da je samo njegovo postojanje postalo nekako potpunije, kao da se *oženio*, kao da je uz njega neki drugi čovjek, kao da nije više sam, već kao da je neka životna družica pristala da zajedno s njim kroči životnom stazom – a ta družica nije bio nitko drugi nego ona ista debelo vatirana kabanica, s čvrstom podstavom, nepohabana."<sup>29</sup> I tako ta životna družica postaje dio njegovog života.

27 Ibid., str. 750 (kurziv moj).

28 Ibid. (kurziv moj).

29 Ibid.



Keira Knightley u ulozi Ane Karenjine. Režija: Joe Wright, 2012.

---

On, koji "uopće nije vodio računa o svojoj odjeći",<sup>30</sup> postaje opsjednut idejom o mogućnosti nove kabanice. Vidimo da kabanica vraća identitet izgubljenom čovjeku – on postaje veseo, širokogrudan, bezbrižan. Sama pomisao na novu kabanicu mijenja njegov odnos prema stvarima pa i samome životu; ustvari, te misli čine njegov identitet: "(...) postao je nekako živahniji, čak i čvršći karakterom, kao čovjek, koji je sebi već odredio i postavio cilj. S lica mu i s njegovih postupaka sama je od sebe iščezla sumnja, neodlučnost, jednom riječju – sve kolebljive i neodređene crte."<sup>31</sup> Proces odijevanja, krojenja, šivenja i oblačenja kabanice zaokret je ka potpunoj nagosti duha.

Prije nego što je nabavio novu kabanicu Akakijeviča je obilježavala izuzetna slabost komunikacijskih moći i potreba da se sakrije čak i kada se nađe u mnoštvu. Nova kabanica predstavlja poboljšanje komunikacijskih sposobnosti Gogoljeva junaka. Nemogućnost realizacije misli, odnosno nemogućnost dolaska do kabanice znače i gubitak identiteta. Dakle, nasilno oduzimanje kabanice, znači uzimanje i njegova identiteta, a na koncu i života.

Ovdje se nameće pitanje šta tjera Akakijeviča da mijenja svoju kabanicu? Dotrajala? Stara? Teško popravljiva? Osjećaj za (ne)pripadnost društvu, odnosno osjećaj odbačenosti i gubitka statusa kakav on zavređuje? Svi odgovori bi bili adekvatni, što pojačava antitezu da je slabljenjem kabanice počeo slabiti i njegov identitet.

Svaki korak koji je bio bliže ka cilju predstavljao je preokret za njega. On je spreman da se odrekne svega: "(...) još nekih dva tri mjeseca maloga gladovanja – i kod Akakija Akakijeviča se zbilja nakupilo oko osamdeset rubalja. Njegovo srce, inače veoma mirno, počelo je jako kucati."<sup>32</sup> Kao što zaljubljena osoba očekuje svoju drugu polovicu, tako i Akakije Akakijevič dočekuje svoju kabanicu: "Bilo je to teško je reći, kojega baš dana, ali vjerojatno najsvečanijeg dana u životu Akakija Akakijeviča, kad je Petrovič napokon donio kabanicu."<sup>33</sup> Od tada počinje prava radost za Akakijeviča: "Svakog je hipa minute osjećao, da ima na ramenima novu kabani-

cu, i nekoliko se puta čak nasmiješi od unutarnjeg zadovoljstva. Zapravo dvije koristi: jedna, da mu je bilo toplo, a druga, da mu je bilo lijepo."<sup>34</sup>

Međutim, kao svaka prava ljubavna priča, i ova ima nesretan kraj. Akakijevič ostaje bez svoje "ljubavnice", a sa njom ostaje bez svega i tako i on nestaje: "(...) tako se ništa nije moglo razumjeti, samo se moglo primijetiti, da mu se nesuvisle riječi i misli kreću oko jedne te iste kabanice."<sup>35</sup> I nakon njegove smrti, kabanica ostaje. Kabanica sad postaje opsesijom svih drugih. Najgore su prošli oni koji nisu pomogli Akakijeviču pri njegovoj potrazi za kabanicom; svi su skončali po zaslugama. Tako je neostvarena ljubav između Akakijeviča i kabanice postala mora za sve sebične, nepromišljene.

Identitet bez kabanice karakterizira zatvorenost, potištenost, tuga, bezosjećajnost, dok je identitet s novom kabanicom karakterizira otvorenost, radost, sreća, zaljubljenost i ushićenost. Dok nije imao kabanicu Akakijevič je bio meta ismijavanja i poruge, a sa novom kabanicom on zadobiva poštovanje od strane drugih. Kabanica je razlogom i da gubi komunikaciju, odnosno da je uspostavlja. Na koncu, bez kabanice on gubi status u društvu, dok sa kabanicom dolazi na višu poziciju.

### Zaključna razmatranja

Pojavom kulturalnih studija i brisanjem granica između popularne kulture i književnosti sve više na površinu isplivava čovjek okrenut sebi, svome identitetu, odnosno svojim identitetima. Bitan segment u tom otkrivanju *sebstva* jeste odjeća koja je u dijahronijskom presjeku književnosti imala veoma važnu ulogu. Pasusi posvećeni opisu lika i njegovoga fizičkog izgleda postali su presudni u uspostavljanju identiteta i karaktera protagonista određenoga djela. Danas popularna kultura preko književnih djela izučava u kom periodu se nosio određeni odjevni predmet, odnosno šta je u određenome periodu bilo "popularno". Osim rekonstrukcije vremena, odjeća služi (i) da shvatimo psihički karakter, odnosno unutrašnji identitet određenog protagonista te kako taj fikcionalni identitet učestvuje u građenju stvarnoga. Budući da fikcionalni junaci

30 Ibid., str. 739.

31 Ibid., str. 752.

32 Ibid.

33 Ibid., str. 753.

34 Ibid., str. 754.

35 Ibid., str. 768.



(najčešće) nose obilježja stvarnih ljudi te da stvarni ljudi (autori) nemogućnošću ostvarivanja identiteta u stvarnome svijetu, isti ostvaruju u fikcionalnom, takav fikcionalni identitet postaje ostvariv jedino unutar fikcije. Dakle, identitet koji ne možemo ostvariti u stvarnome svijetu, ostvarujemo u nestvarnome kroz fikcionalne protagoniste koje oblačimo po svome nahođenju.

U izgradnji stvarnoga identiteta učestvuju fikcionalni junaci koji su svoje identitete (ime, status, popularnost) dobili zahvaljujući odjeći. U prethodnim interpretacijama vidjeli smo kako odjeća igra važnu, pa čak i ključnu ulogu pri uspostavljanju fikcionalnih identiteta, a da ti identiteti kasnije (čitanjem, prepričavanjem, slušanjem, gledanjem) učestvuju u građenju stvarnih identiteta. Tri primjera različitoga žanra (bajka, novela, roman) dokaz su kako književnost kroji identitete svojim junacima da bi ih kasnije prekrajali i ušivali stvarni identiteti.

U prvome primjeru, preko *Crvenkape*, vidjeli smo kako je crvena odjeća koju nosi taj *mali* lik simbol za prelazak u odraslu ženu. Njena crvena kap(ica) simbol je koji je baka poklonila, a majka obukla i poslala je s time u šumu (svijet). Dakle, iz tog primjera uspostavili smo identitet u kojemu je odjeća simbol. U drugome primjeru odjeća je metafora za ljudska osjećanja. Kiti je očekivala ljubičastu haljinu na Ani, a kada se Ana pojavila sa crnom, to je za Kiti bilo razočarenje, ali i opomena da Ana nije osoba koju je Kiti zamislila – iza crne haljine krije se suprotan karakter od onog očekivanog. U trećem primjeru ništavni lik Akakijevič svoju cijelu ličnost (dakle, sve moguće identitete) podređuje kabanici. Ona mu je sredstvo (ne)komunikacije sa drugima, ona mu je zaštita, čuvar zdravlja. Kabanica je naposljetku jedino zbog čega on postoji, to je njegova životna saputnica i putokaz kamo treba ići. Nepostojanje, odnosno neposjedovanje kabanice i za njega znači kraj. U ovome slučaju identitet predstavlja istost, tj. fikcionalni lik jednako je fikcionalni identitet.

Dakle, kroz ovaj rad uspostavili smo tri moguća fikcionalna identiteta, gdje se odjeća javila u tri forme: *odjeća kao simbol*, *odjeća kao metafora* i *odjeća kao istost*.

Svaki protagonist imao je odjeću koje je činila njegov identitet. Međutim, nije samo u *Crvenkapi* ili *Ani Karenjinoj* važna odjeća. Odjeća igra ključnu

ulogu i u drugim bajkama/romanima. Sjetimo se samo kako je Pepeljuga ostala kod kuće jer nije imala lijepu haljinu, a opet je otišla na bal zahvaljujući prelijepoj haljini, pa je dobila i princa zahvaljujući cipelici. Danas smo svjedoci da dječaci odrastaju uz Supermana, Spidermana i Batmana – njihov identitet je u suštini isti – hrabrost i moć, jedino po čemu se razlikuju jedan od drugoga je odjeća koja opet na poseban način doprinosi njihovome identitetu. Sve navedene junake i junakinje bajki mogli bismo svesti pod jedno ime – fikcionalni identiteti ostvareni samo pomoću fikcije.

Stoga nas ne trebaju čuditi mnoge izjave autora u kojima se poistovjećuju sa svojim protagonistima. Međutim, sa *Madame Bovary* nije se izjednačio sam autor nego cijela Evropa (posebno ženska strana). U *Emminom* fikcionalnom identitetu vidjeli su svoj vlastiti, baš kao što je i ona svoj gradila na osnovu romanâ, odnosno junakinjâ romana koje je čitala.

*Crvenkapica* i njene inačice, *Emma Bovary*, *Ana Karenjina*, *Akakije Akakijevič*, fikcionalni su identiteti koji su prikazali i prenijeli identitete svojih kreatora i/ili pripovjedača, a onda uzeli učešće u građenju stvarnih identiteta. Svi oni skupa donose nam identitet čovjeka koji živi u stvarnosti i kojemu je važno šta čita, šta jede, sa kim izlazi i, što je najvažnije, šta oblači.



Katarina Peović Vuković

Sveučilište u Rijeci

Je li vladajuća moda moda vladajuće klase?

Ili: što je marksizam naučio od strukturalizma?

---

Parafraza poznate Marxove krilatice iz *Njemačke ideologije*: "Ideje vladajuće klase uvijek su vladajuće ideje", uputit će na konflikte u tumačenju ideologije. Komplexnost ideologije u postojećim kasno-kapitalističkim odnosima temelji se na proturječjima prisutnima u klasičnim marksističkim, tradicionalističkim i drugim kritikama konzumerističke kulture. Izlaganje će uputiti na neke temeljne kulturalno-studijske i semiotičke termine i tumačenja (hegemonija, kružni tok kulture, reprezentacija, znak, interpelacija, simptomatično čitanje, brikolaž, artikulacija) koji omogućavaju produbljivanje analize suvremene kulture, napose mode i životnih stilova. Poseban naglasak staviti će se na tumačenje mode iz aspekta hegemonije kao rezultata pregovora između dominantnih i podređenih skupina.

---

### Uvod. Kulturalni studiji i marksistička kritička teorija

Rad će modi pristupiti iz aspekta kritičke teorije koja je modu uključivala uglavnom u svoje analize popularne kulture. O modi se u radovima tog epistemološkog usmjerenja raspravljalo na dva često povezana načina, način marksističke i način strukturalističke analize. U prvom slučaju moda je shvaćena kao proizvod široke potrošnje, a u drugom je moda shvaćena kao znak. Dok će tradicionalni marksizam insistirati na analizi uvjeta proizvodnje, strukturalizam i njegove inačice će obrazložiti simboličko značenje mode. Iako je često riječ o srodnim pristupima (kulturalne bismo studije mogli definirati kao "marksizam na način strukturalizma") postoji bitna razlika između kritičkih studija koje naglašavaju jedan od dvaju segmenata proizvodnje – proizvodnju robe i proizvodnju znaka. Kod prvih se popularna kultura pojavljuje kao proizvod kulturnih industrija, dok se kod drugih toj kulturi pristupa kao organskom predmetu potrošnje, koji stječe svoje značenje u praksama, ritualima, onome što jedan od rodonačelnika kulturalnih studija naziva "življena kultura".<sup>1</sup> Upravo je interpretiranje te razlike, jaza između upisanih i interpretiranih značenja, proizvoda kulturne industrije kako su oni zamišljeni i njihove uporabe u kulturi, jedno od

temeljnih epistemoloških problema kulturalne analize mode. I sam je taj jaz podložan onome što će radovi autora koji pripadu althusserovskom nasljeđu nazvati "simptomatskim čitanjem". Pa bi upravo na toj razlici bilo dobro elaborirati i epistemologiju kulturalnih studija, kritičkih studija kulture, radova psihoanalitičke kritičke teorije, marksističkih i neo-marksističkih radova. O čemu se radi?

S jedne strane, klasična marksistička kritika kulturnih industrija, kakva je ona Theodora Adorna i Maxa Horkheimera (napose u njihovom ključnom djelu *Dialektik der Aufklärung* iz 1944. godine), insistira na raskrinkavanju obmane za koju su odgovorne kulturne industrije koje uzrokuju standardizaciju proizvoda kulture. Obmana je sadržana u tome da industrijska proizvodnja kulture, koja se ni po čemu ne razlikuje od industrijske proizvodnje roba široke potrošnje, ostavlja dojam slobode izbora, dok je istina to da su svi ti izbori svedeni na odabir istog. Kulturne industrije tako ne samo da nude privid, lažnu sliku, već one istovremeno i lišavaju autentičnu kulturu (kulturu radništva) njezine kritičke funkcije, njezina modusa negacije ili onoga što je Marcuse nazivao mogućnošću njezina "velikog odbacivanja".<sup>2</sup> S druge strane, kulturalni

---

1 Raymond Williams, "Analysis of Culture", u: *The Long Revolution*. Penguin, Harmondsworth 1965., str. 66.

2 Herbert Marcuse, *One-Dimensional Man. Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*. Routledge, New York 2002., str. 66.

studiji insistiraju na tome da studirati popularnu kulturu ne znači samo razumjeti uvjete njezine proizvodnje, jer su ponekad važniji načini na koje se konkretni subjekti tim proizvodima koriste, a ta korištenja mogu čak biti i opozicijska prema samim kulturnim industrijama.<sup>3</sup> Kulturalni studiji insistiraju na razlici između značenja popularne kulture kao proizvoda kulturne industrije i popularne kulture u njezinom ritualnom, izvedbenom modu. Ta je razlika očita upravo na primjeru mode. Postoji ogroman raskorak između onoga što predstavlja visoka moda i onoga što se naziva "modom ulice". Riječ je o dvama razdvojenim registrima – s jedne strane industrijskom (korporativnom i marketinškom), a s druge uporabnoj praksi koja s potonjim registrom može biti u nebrojenim odnosima, od kojih ni jedan nije unaprijed zadan.

U analizama popularne kulture moda<sup>4</sup> se pojavljuje u okrilju etnografsko-sociologijskih bavljenja simboličkom funkcijom mode u proizvodnji rituala. Jedan od temeljnih zbornika koji popularnoj kulturi pristupa iz tog rakursa je *Otpor kroz rituale*,<sup>5</sup> studija koja analizira subkulturu poslijeratne Britanije, a kroz analizu stilova odijevanja. Razlike u odijevanju *modsa* i *rockera*, ili uloga pribadače u *punk* subkulturi – neke su od tipičnih tema. Te studije, u odnosu na ocjene Frankfurtske škole, nude optimističniju verziju ideologije jer insistiraju na dinamičnom odnosu baze i nadgradnje, ili na plastičnom primjeru mode, na obostranom utjecaju mode i mode ulice. S jedne strane, potrošači su interpelirani kao subjekti mode, oni se prepoznaju kao potrošači i tim se prepoznavanjem upisuju kao subjekti ideologije. No, istovremeno, potrošači imaju svoje *gerilske taktike* preoblikovanja kulture. Popularna kultura za kulturalne studije predstavlja semiotički gerilski rat, "svakodnevnu umjetnost slabih".<sup>6</sup> Iako

kulturalni studiji znaju precijeniti mogućnosti praksi otpora, njihova je najveća vrijednost u tome da su popularnu kulturu shvatili kao dinamično polje borbe oko značenja.

Kako bismo opisali što se odvija u potrošnji, zašto konzumacija nije statična i pasivna, kulturalni se studiji koriste terminom "kružni tok kulture".<sup>7</sup> Kružni tok je istovremeno kružni tok kapitala i njegova proširena reprodukcija, kao i kružni tok proizvodnje i cirkulacije subjektivnih formi. Svi kulturalni proizvodi moraju biti proizvedeni, no uvjeti njihove proizvodnje ne mogu se uvijek odrediti pažljivim proučavanjem njihovih uvjeta proizvodnje, već proučavanjem njih kao "tekstova".<sup>8</sup> Richard Johnson tako analizira primjer britanskog automobila Mini-Metro koji je trebao spasiti britansku autoindustriju tako što bi istisnuo suparnike s tržišta, a postao je sinonim rješenja za unutarnje i vanjske državne prijetnje. Kao dizajnerova zamisao i kao upraviteljeva "koncepcija", Metro je privatno, no kada se pojavio na tržištu dobio je šire značenje.<sup>9</sup> Tri su se stvari dogodile, tumači Johnson: automobil je postao simbol (poprimio je, ako ne univerzalno, onda barem općenitije značenje); drugo, automobil je apstrahiran od društvenih prilika koje su ga stvorile; i treće, podvrgnut je procesu javne evaluacije u kojoj je roba uvijek poprište sukoba oko značenja.<sup>10</sup>

Da bismo, dakle, proučavali modu i dizajn kao tekstove, važno je bilo u okrilju kulturalnih studija uvesti interpretaciju mode i dizajna kao polja borbe oko značenja, odnosno *reprezentacije*. Reprezentacija nije samo refleksija (stvarnog svijeta, objekata), već i proizvodnja, konstrukcija značenja putem simbola.<sup>11</sup> Reprezentacija je termin i koncept koji kulturalni studiji kreiraju na nasljedstvu strukturalističkog i lingvističkog modela znaka Ferdinanda de Saussurea. I ovdje nailazimo na društveno primijenjeni strukturalizam, jer on razumijevanje znaka primjenjuju na ukupne društvene pojave. Kako bi bili u poziciji postaviti reprezent-

3 Vidi: John Fiske, *Understanding Popular Culture*. Routledge, New York 2010.

4 Rodonačelnici kulturalnih studija češće su kao primjere popularne kulture uzimali literaturu, odnosno popularni roman, što je razumljivo s obzirom na njihovo primarno usmjerenje, jer svi su od reda bili teoretičari književnosti. Tu je, primjerice, paradigmatički primjer studija Richarda Hogarta *The Uses of Literacy* iz 1957. godine.

5 Stuart Hall, Tony Jefferson, *Resistance through Rituals. Subcultures in Post-war Britain*. Psychology Press, Oxford 1993.

6 J. Fiske, *Understanding Popular Culture*, str. 32.

7 Vidi: Richard Johnson, "Što su uopće kulturalni studiji?", u: Dean Duda (ur.), *Politika teorije. Zbornik rasprava iz kulturalnih studija*, Disput, Zagreb 2006., str. 63–109.

8 Vidi: *ibid.*, str. 73.

9 Vidi: *ibid.*, str. 76.

10 Vidi: *ibid.*

11 Vidi: Stuart Hall, *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage, London 1997., str. 59.

aciju kao proizvodnju značenja, a ne samo puku refleksiju zbilje, bilo je potrebno razumijevanje osnove desaussureovskog tumačenja znaka – razlikovanje označitelja (izraza) od označenog (sadržaja). I čitava će semiotika, kao teorija znakova proizašla iz desaussureova modela, biti posvećena naoko jednostavnom zadatku koji opterećuje i kulturalne studije – razlikovanju slike znaka (reprezentacije, izraza) od značenja znaka, onoga što znak znači, odnosno označenog. U tom smislu, temeljna je Foucaultova elaboracija slike Renée Magrittea *Ovo nije lula*, kojom Michel Foucault tumači pojam "diskursa" kao instance odlučujuće u konstrukciji znanja.<sup>12</sup> Inzistirati na tome da slika lule nije lula sama – nije samo semiotička gesta. Oblik je to skepticizma, koji započinje klasičnim Kantovim spoznajnim skepticizmom, kritikom znanja po sebi, a koje insistira oko razumijevanja predmeta, pitanja što je značenje predmeta. To se inzistiranje u Foucaulta preoblikovalo u analizu diskursa, reprezentacije, identiteta, ali prije svega ideologije. Strukturalizam i njegove inačice proširio je taj oblik spoznajnog skepticizma na sve označiteljske prakse, svaku reprezentaciju koja nije stvar sama. Moda, zvuk, slova, note, geste, digitalni kodovi... sve ove raznorodne pojave za novodobno poimanje kulture predstavljaju tumačenje znakova na način desaussureovskog jezika, jer ti znakovi ne samo predstavljaju, već oblikuju i odašilju značenja.

### Moda kao znak

Drugi važan semiotičar, strukturalist i poststrukturalist, Roland Barthes, u svojoj je studiji *Sistem mode* pokušao protumačiti načine na koje se značenje upisuje u modni objekt. Barthes priznaje kako je modnim objektima (haljini, krojenom odijelu, pojasu) osnovna forma tehnološka.<sup>13</sup> No značenje mode ne može se razumjeti bez razumijevanja *jezika mode* – a taj se jezik kroji ne u tehnološkoj sferi, već u sferi ikoničkih i verbalnih znakova. Drugim riječima, modni se proizvod, odjevni predmet, prividno čini kao da je istovjetan svojoj reprezentaciji. Čini se kako haljina jest ono što predstavlja, kako odjevni predmet nije znak zbilje već zbilja sama. No Barthes upozorava kako se distorzija zbiljskog značenja odjeće ne zbiva u njezinoj tehnološkoj strukturi, već u onoj reprezentacijskoj. Odjevni

predmet reprezentira jedan stil života. Barthes pri tome upozorava na modnu fotografiju i tekst koji je u časopisu prati. Moda kroz tu formu postaje ikonički znak, pa njezin život postaje neraskidivo vezan uz fotografski i filmski medij, napose kroz reklamu. Druge dvije strukture tako postaju naoko derivirani jezici osnovnog jezika mode.<sup>14</sup>

Važno je prisjetiti se temeljne podjele znakova, kako bismo razumjeli važnu razliku između same vizualne reprezentacije mode u odnosu na tekst koji ju prati. Charles S. Peirce postavio je teoriju znakova prema kojoj razlikujemo ikone, indekse i simbole. Dok slika ili fotografija, kao ikonički znak, sadrže neku sličnost sa zbiljom, simbolički znakovi poput medalje, diplome ili riječi u apsolutno su arbitrarnom odnosu prema zbilji – njihova je veza s zbiljom kulturalno dogovorena. Između njih se nalaze indeksni znakovi, poput sata, termometra ili pokazivača ulja, čija je veza sa zbiljom metonimijska (postoji neka sličnost, ali premještena).<sup>15</sup> Drugim riječima, postoji razlika između teksta koji prati modnu fotografiju i njezine vizualne reprezentacije. Iako vizualna reprezentacija djeluje kao *prirodna*, njezin je odnos prema zbilji također arbitraran. U odnosu na tekst, modna fotografija posjeduje vlastiti jezik reprezentacije, taj se jezik, "slika-odijevanja",<sup>16</sup> razlikuje od "realnog odijevanja". Istovremeno, simbolička reprezentacija, tekstualni opis slike, služi kao potpora naturalizaciji modnog znaka. Ono što je ključno za Barthesa jest naglasiti kako za razumijevanje ideologije mode nije dovoljno razumjeti tehnološku strukturu, već su važne i ikonička i verbalna (ili prema Peirceovoj podjeli znakova, simbolička) struktura.

Ako bismo mogli sumirati Barthesov odnos prema ideologiji mode, ono što modu opterećuje jest problem svih ikoničkih znakova, a to je njihova lažna *prirodnost*, naturalizacija koja se zbiva u odnosu znaka (modne slike i teksta koji ga podupire) prema njegovom realnom predmetu (odjevnom predmetu). Problem svih ikoničkih znakova jest upravo to što se čini da se označitelj i označeno podudaraju, da znak (slika, fotografija, filmski zapis) odgovara stvari, predmetu samom. No jasno je kako performativan,

12 Vidi: Michel Foucault, *Ceci n'est pas un pipe*. Fata Morgana, Montpellier 2010.

13 Vidi: Roland Barthes, *The Fashion System*. University of California Press, Berkeley – Los Angeles 1990., str. 3–7.

14 Vidi: ibid., str. 3–9.

15 Vidi: Albert Atkin, "Peirce's Theory of Signs", *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, <http://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>.

16 R. Barthes, *The Fashion System*, str. 4–5.



Dieselova "antiglobalistička" reklama iz 2000. godine.

odjevni predmet na modnoj pisti i na ulici ne nose ista značenja, kako postoji duboki jaz između zbilje i medijski posredovane slike odjavnog predmeta. Reklame modne industrije ne citiraju doslovno materijalni predmet. Iako se medijska ikonička slika doživljava prirodnom, čitava je semiotika posvećena naizgled gotovo banalnom zadatku razlikovanja zbilje od znakova zbilje.

Značenje se u (post)strukturalističkoj teoriji locira ne u objekt sam, denotativni sloj, već u drugostupanjski semiotički sustav, ono što je konotirano slikom/predmetom. Analizirajući mit kao suvremenu, a ne historijsku formu, Barthes razlikuje konotaciju i denotaciju, gdje se ono što suvremeni mitovi, predstavljeni u časopisima, modnim magazinima i televizijskim reklamama, konotiraju nalazi u drugom stupnju njihova značenja, zbog čega će mit danas Barthes nazvati drugostupanjskim semiotičkim sistemom, "drugostupanjskim jezikom".<sup>17</sup> Mit, piše Barthes, uzima iz prvog sustava da bi mapirao na drugi. Poznata je Barthesova elaboracija slike koja predstavlja crnog francuskog vojnika koji pozdravlja francusku zastavu. Mit je prisvajanje jezika, piše Barthes, gdje slika jednog vojnika postaje prisvo-

jena u korist francuskog nacionalizma. Tako je i sama funkcija mita da pretvara smisao u oblik, na primjeru fotografije crnog vojnika, konotacija je jasna – "iako je riječ o crnom Francuzu, on jednako tako može biti patriot".<sup>18</sup>

U slučaju mode mit uzima iz jednog sustava – realnog odijevanja, tehnološke baze mode, da bi mapirao u drugi sustav – životni stil. Zbog simboličkih značenja koja proizvodi (nekom odjavnom predmetu ili modnom dodatku) upisuje industrija, jedno je od temeljnih pitanja: kako se oblikuje ideologija mode, modni stilovi i značenja koja su im upisana? No odgovori su različiti – od marksističke kritike industrija i korporacija do upisivanja ideologije u predmet sam (kao što je to činio Baudrillard u svojem tumačenju fatalnih strategija objekata). Od materijalističke kritike Adorna i Horkheimera, kritike materijalnih uvjeta proizvodnje, do idealizma, poststrukturalističke filozofije i kritike proliferacije objekata, odgovori na isti problem su različiti.

### Je li vladajuća moda moda vladajuće klase?

Primjeri koje donosim odabrani su zato što je njihovo značenje snažno povezano s proizvodnjom

<sup>17</sup> Roland Barthes, *Književnost, Mitologija, Semiologija*. Nolit, Beograd 1979., str. 235.

<sup>18</sup> Ibid., str. 251.



Mrežna stranica <http://www.zazzle.com/> na kojoj se oglašavaju "Adorno i Horkheimer japanke".

drugostupanjskog jezika, odnosno s, kako to tumači Barthes, uzimanjem iz jednog semiotičkog sustava da bi se mapiralo u drugi. No primjeri, istovremeno, ukazuju i na potrebu da se strukturalistička interpretacija nadopuni teorijom ideologije. Dieselova reklama, prosvjednici koji nose Dieselovu odjeću, nastala je u vrijeme antiglobalističkih prosvjeda (neposredno nakon prosvjeda u Seattleu 1999. godine). Na jednoj razini, značenje reprezentacije jest odjeća sama, da bi na drugom stupnju povezano Dieselovu odjeću s antiglobalističkim prosvjedima. No ova je reklama kompleksna, jer se u proizvodnji značenja uvodi i treća razina. Dok se na drugoj razini razvija tipična reklamokracijska proizvodnja mita – spajaju se pozivna kulturalna značenja s odjevnim predmetom – na trećoj se razini zbiva obrat. Reklama u ruke manekena-prosvjednika stavlja podsmješljive transparente, poput natpisa "Voli svoju mamu" ("Love Your Mom") i "Više zelenih prometnih svjetala" ("More Green Traffic Lights"). Na toj se razini otvara konfliktan odnos s drugostupanjskim semiotičkim poljem (antiglobalističkim prosvjedima). Da bismo protumačili ovu Dieselovu kampanju potrebno je uvesti teoriju ideologije, koja u sferi kulturalnih studija od njihovih početaka nadopunjuje njihov interdisciplinarni teorijski okvir. I ovdje

je riječ o kulturalnim studijima kao strukturalizmu na način marksizma, ali, kako je rečeno, vrijedi i obrnuto – marksizam na način strukturalizma.

Druga slika – internetska stranica na kojoj se oglašavaju japanke s otisnutim portretima Adorna i Horkheimera, dovodi nas u sličnu nedoumicu. Drugostupanjski jezik, ili drugostupanjski semiotički sistem, mapira industrijski proizvod (japanke) u neprijateljski značenjski okvir – kontekst kritike industrijske proizvodnje. Ovdje svjedočimo nečemu što također zahtijeva nadopunu semiotičkoj teoriji, teoriji ideologije, jer osim mapiranja i stvaranja drugostupanjskog semiotičkog sustava u sferi mita i ideologije, riječ je o začudnom mapiranju. Nije riječ samo o tome da se nekom iskustvu daje oblik mita, ideologije, već je riječ o gotovo obrnutom procesu – prisvajanja značenja opozicijskih čitanja kulture. Ovdje svjedočimo aproprijaciji kulture otpora, koja je tipična za ono što suvremena teorija ideologije kritizira pod terminom *postideološko društvo*.

Treća slika bi se mogla podnasloviti "Komodifikacija anarhizma" jer prikazuje ogromnu proizvodnu halu u Trećem svijetu u kojoj se proizvode maske Guyja Fawkesa (koji je inače bio katolički monarhist), a ko-



"Komodifikacija anarhizma", masovna proizvodnja maske s likom Guya Fawkesa.

jeg je internetska aktivistička skupina Anonymous odabrala za svoju ikonu, zbog čega je maska postala sinonimom kulture otpora legislativnim okvirima koji nameću ograničavanje slobodne internetske komunikacije. I ova reprodukcija gotovo doslovno upućuje na apropijaciju kulture otpora, važnost razumijevanja kružnog toga kulture kao kružnog toka kapitala i subjektivnih formi. Što je dakle temeljna vrijednost teorije ideologije i kako se ona preoblikovala u kritičke teorije?

### Marxovo razumijevanje ideologije i neomarksističke aplikacije strukturalizma

Marx postavlja temelje za razumijevanje ideologije kao *reprezentacije* imaginarnih odnosa pojedinaca prema stvarnim uvjetima života. Ta definicija proizlazi iz dvaju Marxovih teorema. Iako Marx nikada nije ponudio konciznu definiciju ideologije, ona se čita iz njegove teorije odraza i interpretacije klase. Marksistička koncepcija povijesti poznata je kao *teorija odraza*, a prema njoj – ono što se zbiva u nadgradnji predstavlja odraz onoga što se zbiva u bazi. Baza se odnosi na sredstva za proizvodnju (materijale, alate, tehnologije) i proizvodne odnose (klasne odnose onih koji su uključeni u proizvodnju), a nadgradnja se pak odnosi na institucije (političke, pravne, edukacijske, kulturalne, itd.) i konačne oblike društvene svijesti (političke, religijske, etičke, filozofske). Ovo tumačenje Marx postavlja u pred-

govoru za *Prilog kritici političke ekonomije*,<sup>19</sup> gdje piše:

"Moje je istraživanje dovelo do rezultata da se ni pravni odnosi, ni državni oblici ne mogu razumjeti ni iz sebe samih, ni iz takozvanog općeg razvitka ljudskog duha, nego da im je korijen, naprotiv, u *materijalnim životnim odnosima*, čiju je cjelokupnost Hegel, po primjeru Engleza i Francuza 18. stoljeća obuhvatio imenom 'bürgerliche Gesellschaft' (građansko, tj. buržoasko društvo), a da se anatomija buržoaskog društva mora tražiti u političkoj ekonomiji."<sup>20</sup>

Marx ovdje oponira Hegelovoj misli i idealističkoj viziji povijesti kao razvoja *ljudskog duha* da bi upozorio na *materijalne životne odnose*, kao anatomije ne samo materijalne proizvodnje, već i čitavog građanskog društva koje ovisi prije svega, tvrdi Marx, o reprodukciji proizvodnih odnosa kao klasnih odnosa. Marx će zapisati: "Ne određuje svijest ljudi njihovo biće već obrnuto, njihovo društveno biće određuje njihovu svijest."<sup>21</sup> Marxovo razumijevanje ideologije započinje upozorenjem na važnost materijalnih uvjeta života, pa će se ono što se zbiva

19 Karl Marx, "Predgovor za 'Prilog kritici političke ekonomije'", u: *Glavni radovi Marxa i Engelsa*, ur. Adolf Dragičević, Vjekoslav Mikecin, Momir Nikić, 2. izd., Stvarnost, Zagreb 1978./1979., str. 699–703.

20 Ibid., str. 700. (kurziv moj).

21 Ibid.



u nadgradnji smatrati *samo* odrazom onoga što se nalazi u bazi.

Drugi je teorem onaj iz *Njemačke ideologije*,<sup>22</sup> gdje stoji: "Misli vladajuće klase u svakoj su epohi vladajuće misli, tj. klasa koja je vladajuća materijalna sila društva, istovremeno je njegova vladajuća duhovna sila."<sup>23</sup> Ta se podjela na vladajuće, koji drže u rukama "misli epohe", i subordinirane reproducira i u samoj vladajućoj klasi. Jer se i tu dijeli misloce s obzirom na registre kojima operiraju.

"Podjela rada, koju smo već prije zatekli kao jednu od glavnih sila dosadašnje historije, ispoljava se sada i u samoj vladajućoj klasi kao podjela duhovnog i materijalnog rada, tako da unutar te klase jedan njen dio istupa u svojstvu mislilaca te klase (njeni aktivni konceptivni ideolozi, koji čine glavnim izvorom svoje prehrane stvaranje iluzija te klase o samoj sebi), dok se drugi prema tim mislima i iluzijama drže više pasivno i receptivno jer su oni u stvarnosti aktivni članovi te klase i imaju manje vremena za to da stvaraju iluzije i misli o samima sebi."<sup>24</sup>

Proizvođači ideologije su dakle, oni pripadnici vladajuće klase koji vladaju bazom, i samim time vladaju i carstvom slobodnog vremena potrebnog za stvaranje misli (ili *iluzija*). Iščitanje ideologije bila bi praksa iznalaženja realnih odnosa, kao i razloga zbog čega subordinirani ostaju u imaginarnom odnosu prema zbiljskim odnosima u proizvodnji i reprodukciji društvenih uvjeta. No ukoliko je baza odlučujuća za razumijevanje ideologije, je li moguće protumačiti imaginarni odnos prema zbilji? Ako je ideologija smještena u polje baze, nije li tada dovoljno primijetiti tko su vlasnici sredstava za proizvodnju, da bismo razumjeli misli epohe? S tim su se pitanjima susreli post-marksistički teoretičari, napose oni koji insistiraju na razjašnjavanju ideologije kao *imaginarnog* odnosa. Dva su izvoda post-marksističke teorije temeljna za razumijevanje kompleksnosti odnosa baze i nadgradnje. Prvi je pojam hegemonije talijanskog političkog aktivista i teoretičara Antonija Gramscija, a drugi je strukturalističko-lacanovska interpretacija ideologije Louisa Althussera.

22 Karl Marx, Friedrich Engels, "Njemačka ideologija", u: *Glavni radovi Marxa i Engelsa*, str. 299–343.

23 Ibid., str. 32.

24 Ibid., str. 321–322 (kurziv moj).

Antonio Gramsci je politički aktivist koji je, od 1929. godine do svoje smrti, jedanaest godina pisao u zatvoru. Te su bilješke naknadno objavljene pod naslovom *Quaderni del carcere (Zatvorske bilježnice)*.<sup>25</sup> Gramsci se pita kako je moguće da se premoć u društvima zapadnih demokracija ne uspostavlja nasiljem, iako postoji antagonizam između dominantnih i podređenih skupina. Primjećuje kako se vodstvo jedne društvene skupine manifestira ne samo kao dominancija, već i kao intelektualno vodstvo. Paradoksalno, društvena skupina mora, i treba, već voditi (odnosno biti hegemonijska) prije osvajanja državne moći. Samo u trenucima kada društveni konsenzus izostaje, državni aparat koristi silu, namećući disciplinu.<sup>26</sup> Iako se rezultati tih pregovora na kraju čine logičnima, samorazumljivima, o diskurzivnim znanjima se vode neprestani pregovori. Konflikt je zadržan i kanaliziran u ideološki sigurne luke, hegemonija se održava procesom pregovora s potlačenima, no ipak, u razdoblju političkih kriza, kada više ne može biti pregovora, nastupa represivni aparat države – vojska, policija, zatvori.

Gramsci se na svoj način obraća Marxovoj i Engelsevoj tezi o ulozi mislilaca jedne klase, aktivnih ideologa koji čine "glavnim izvorom svoje prehrane stvaranje iluzija te klase o samoj sebi". Intelektualno vodstvo je upravo ono o kojem čitamo i u Marxa i Engelsa. No Gramsci insistira na dinamičnijem razumijevanju baze i nadgradnje. U toj se slici ostavlja mogućnost pojave "organskog intelektualca", intelektualca radničke klase. Organski intelektualac je, prema definiciji, onaj koji od marksizma ne nastoji napraviti znanost već političku teoriju. Tako se i u sferi potlačenih može pojaviti impuls za emancipaciju radničke klase.

Temeljna vrijednost Gramscijevog pojma hegemonije jest da upozorava na socijalno polje kao polje borbe, čak i kada se čini da borbe nema, kako vlada društveni konsenzus. Kritički studiji kulture nasljeđuju Gramscija, inzistirajući na dinamičnom odnosu baze i nadgradnje, gdje se u polju nadgradnje zbiva borba oko društvenih značenja. Ne možemo zanemariti kako kulturne industrije zaista imaju moć nametanja i usađivanja definicija nas samih, no, manipulacija je suptilni oblik distorziranja misli,

25 Antonio Gramsci, *Selection from the Prison Notebooks*. International Publishers, New York 1971.

26 Vidi: *ibid.*, str. 12.

stavova i vrijednosti autentične kulture, upozorava Raymond Williams.<sup>27</sup> "Selektivna tradicija" određuje što će biti zajedničko svim pripadnicima generacije, no ta selekcija u društvima zapadnih demokracija ne bi bila moguća ukoliko selektivna kultura ne bi komunicirala sa življenom kulturom.<sup>28</sup> Koncept hegemonije snažno je utjecao na Centar za suvremene kulturalne studije u Birminghamu, koji analizuje ideje tačerizma osamdesetih godina prošlog stoljeća dužuje Gramscijevom pojmu hegemonije i protu-hegemonijske borbe.

Gljučno je primijetiti kako dominantna kultura baštini neke autentične elemente. Jezik popularne kulture je već, piše Stuart Hall, a referirajući se na jezik tiskanih medija, prožet "nekim elementima izravnosti i živopisne specifičnosti jezika radničke klase".<sup>29</sup> Vladajuća ideologija jednostavno "ne bi dogurala daleko kad ne bi bila sposobna za preoblikovanje popularnih elemenata".<sup>30</sup> U tom smislu, ideologija nije jednostavno nametnuta, već je riječ o, kako piše Hall, specifičnom obliku lingvističkog trbuhozborstva kojim se u diskursu dominantne kulture kodira autentičan jezik podređenih.<sup>31</sup> Uvijek je odgovor na pitanje tko je subjekt koji govori kompleksniji no što se na prvi pogled čini. (Tu lekciju kulturalni studiji opet preuzimaju od strukturalizma, a da bi ju aplicirali na marksizam.) Prožimanje ulične mode i visoke mode primjer je takve komunikacije. Dieselov je stil uistinu prožet autentičnim elementima stila ulice, a s druge strane, reklame nude drugostupanjski jezik kodiranog mita, koji autentičnu kulturu distorzira.

Drugi je važan izvod za teoriju ideologije onaj Louisa Althussera, francuskog filozofa koji je svoja najvažnija djela objavio šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća. Temeljne vrijednosti Althusserove strukturalističko-lacanovske teorije ideologije su daljnja i još radikalnija destabilizacija marksističke zgrade, statičnog kompleksa baze i nadgradnje, te drugo, uvođenje psihoanalitičkog instrumentarija u analizu ideologije. Althusser u

sada već klasičnom tekstu *Idéologie et appareils idéologiques d'État* (objavljenom u časopisu *La Pensée* 1970. godine) primjećuje da je, ukoliko se ideologija krije uistinu u lažnom prepoznavanju, lažnoj svijesti, a to znači u imaginarnoj identifikaciji, potrebno simptomatsko čitanje da bismo dospjeli do realnog koje se krije iza imaginarnog privida. Za takav je obrat temeljno ideologiju promatrati kao relativno neovisnu od baze.<sup>32</sup>

Kao i kod Gramscija, i u Althussera je jasno kako se mjesta ideološke interpelacije pojavljuju i kao mjesta borbe, kao i mjesta nejasnih odnosa između dominantnih i podređenih skupina, u onim točkama oko kojih je postignut društveni konsenzus, kao i onima koje se čine samorazumljivima. Althusser je revidirajući determinizam baze upozorio kako postoji jednostavna i kompleksna interpretacija ideologije. Prva glasi: "svećenici i despoti su krivi", ljudi misle da se povinuju bogu, a zaboravljaju da se povinuju despotu i svećeniku.<sup>33</sup> Druga je već kompleksnija: uzrok nije despot niti svećenik već otuđenje (fetišizam robe) koje vlada, imaginarna reprezentacija uvjeta života, jer su i sami ti uvjeti života otuđeni. I jedna i druga uzimaju doslovno tezu od koje polaze i o kojoj ovise, tj. da je ono što je reflektirano u imaginarnoj reprezentaciji svijeta nađeno u ideologiji, da postoje uvjeti čovjekova postojanja, odnosno njegov stvarni svijet.<sup>34</sup> No ono što se nalazi u ideologiji nije sustav stvarnih odnosa, već imaginarni odnos individua prema uvjetima njihova života.

Dakle, ideologija ne može biti determinirana samo bazom, već i "relativno autonomnim ideološkim aparatom države" koji uključuje medije, porodicu, religijske organizacije i obrazovni sustav.<sup>35</sup> Ideologija, da bi bila učinkovita, mora biti rezultat geste ideološke interpelacije. Da bi se pojedinac prepoznao kao subjekt neke ideološke prakse, mora se prepoznati kao adresat te prakse. Ideološki aparat države svoje subjekte, adresate ideologije, regrutira pomoću operacije koju Althusser uspoređuje s

27 Vidi: Raymond Williams, "Analiza kulture", u: D. Duda (ur.), *Politika teorije*, str. 35–59.

28 Vidi: *ibid.*, str. 41.

29 Stuart Hall, "Bilješke uz dekonstruiranje 'popularnog'", u: D. Duda (ur.), *Politika teorije*, str. 297–309.

30 *Ibid.*, str. 303.

31 *Ibid.*

32 Vidi: Louis Althusser, "Ideology and Ideological State Apparatuses (Notes towards an Investigation)", u: Louis Althusser, *Lenin and Philosophy. And Other Essays*, Monthly Review Press, New York – London 1971., str. 127–194.

33 Vidi: *ibid.*, str. 164.

34 Vidi: *ibid.*

35 *Ibid.*, str. 127–194.

praksom policajca koji na ulici viče: "Hej, ti tamo!" Pojedinaac se okreće "vjerujući/sumnjajući/znajući da je to poziv upućen upravo njemu", no sam čin okretanja (a ne neka intrinzična veza) istovremeno ga preobražava u aktivnog subjekta određene ideologije.<sup>36</sup>

Drugim riječima, a aplicirano na Dieselovu reklamu, najlakše je zaključiti kako su mediji i korporacije krivi, dok su korisnici pasivne žrtve. Althusser medije i korporacije ne amnestira krivnje, no upozorava kako je potrebno primijetiti da se bitka vodi u drugim sferama, gdje i mediji i korporacije priskrbuju konsenzus. Modna hegemonija u demokratskim društvima nije rezultat diktata, nametanja odjavnog koda, kao što je to slučaj u nesekulariziranim društvima. No to ne znači kako hegemonije nema. Zbog toga se mora postaviti pitanje slobodnog izbora, koje postaje posebno osjetljivo onda kada se slobodni izbor sam nametnuo kao hegemonijska gesta.

### Postideološko društvo, cinična ideologija

Tu je važno obratiti se lacanovsko-hegelijanskoj teoriji, iako se ona u pravilu ograđuje od kulturalnih studija, prvenstveno zbog činjenice da su ti studiji kooptirani u nizu američkih, australskih i drugih inačica koje konfliktnost kulture – ili kulturu kao polje borbe oko značenja – prevode u argument amnestije baze (korporacija i medija) i prakticanje nekonfliktnih čitanja popularne kulture kao mjesta ostvarenja demokratičnosti. Ne ulazeći dublje u ovaj sukob, važno je tek zaključiti kako unatoč zazoru koji gaji kritička teorija prema kulturalnim studijima, postoji srodnost u temeljnim odredištima jedne i druge teorijske linije – jer i jedni i drugi nastaju na nasljeđu marksizma i strukturalizma.

Slavoj Žižek nudi formulu dvostrukog kodiranja koju nalazimo i u analizama kodiranja/dekodiranja u okvirju kulturalnih studija. Kako bi ideologija bila učinkovita, svaka hegemonijska univerzalnost mora uključiti barem dva sadržaja, piše Žižek u studiji *Škakljivi subjekt*: "autentični" popularni sadržaj i njegovu 'distorziju' u odnosu na dominaciju i eksploataciju.<sup>37</sup> Moda bi tako bila moda podređene većine kojoj dominantna ideologija nudi popularne

sadržaje koji izražavaju njihove tajne želje, no taj će specifičan sadržaj uobličiti želje prema interesima vladajućih snaga.<sup>38</sup>

Raymond Williams će takvu distorziju elemenata autentičnih kultura pomno razraditi u svojem članku "Baza i nadgradnja", gdje razlikuje nekoliko tipova kultura koje sudjeluju u artikulaciji značenja. Williams tako razlikuje "rezidualne i emergentne oblike, i to alternativnih i opozicijskih kultura".<sup>39</sup> Ovdje su najnezanimljivije rezidualne kulture koje se "žive i prakticiraju na temelju taloga (ostatka) – kulturalnog i društvenog – neke prethodne društvene formacije".<sup>40</sup> Za apropijaciju autentičnih kultura ključna je razlika između dviju vrsta emergentnih kultura: opozicijskih i alternativnih. Dok opozicijske emergentne kulture neprestano stvaraju "nova značenja i vrijednosti, nove prakse, nova znamenja i iskustva", a kako bi promijenile društveni poredak i stekle moć, alternativne kulture stvaraju "drugačiji način života" no kako bi "ih se ostavilo po strani".<sup>41</sup> Bez obzira na snagu sukoba između opozicijskih i vladajućih, opozicijske kulture nikada neće "prijeći granice središnjih djelatnih i vladajućih definicija".<sup>42</sup> No upravo su emergentne opozicijske kulture kotač kapitalizma, jer one inkorporiraju autentične (alternativne) kulture tako da ih distorziraju ili, da upotrijebimo Marcuseovu, ovdje sasvim primjerenu sentencu, tako da radničkoj kulturi oduzimaju njezinu mogućnost otpora ili mogućnost njezina velikog negiranja.

Na primjeru mode tako postaje jasno kako ono što je nastojalo biti alternativno, biti apsolutno po strani i neuključeno u dominantnu kulturu (primjerice, odjeća antiglobalista ili moda ulice), biva kooptirano u obliku emergentnih opozicijskih kultura koje smjenjuju tradicionalne, rezidualne modele. Gledajući iz drugog kuta, da bi dominantna kultura (Dieselovih reklama, primjerice) bila učinkovita u svojem projektu, ona mora komificirati aktualnu zbilju, odnosno autentičnu

36 Vidi: *ibid.*, str. 174.

37 Slavoj Žižek, *The Ticklish Subject. The Absent Centre of Political Ontology*. Verso, London – New York 1999., str. 184.

38 Vidi: *ibid.*, str. 195.

39 Raymond Williams, "Base and Superstructure in Marxist Cultural Theory", u: Raymond Williams, *Problems in Materialism and Culture*, Verso, New York – London 1980., str. 31–49.

40 *ibid.*, str. 40.

41 *Ibid.*

42 *Ibid.*

kulturu ulice. "Privremene autonomne zone" kako je antiglobalističke prosvjede i druge oblike alternativnih kultura nazivao kontra-kulturalni teoretičar Hakim Bey, često su optuživane zbog predaje ili izdaje vlastitih načela, što je u pravilu optužba kojom su obuhvaćene sve subkulturne grupe. No tu je dinamiku važno prepoznati kao zakonodavnu, a ne kontingentnu.

Tako se nameće interpretacija triju navedenih primjera, kao klasičnih primjera distorzije autentičnih kultura. U slučaju Dieselove reklame koja prikazuje antiglobaliste, jasno je kako se inkorporacija u drugostupanjskom semiotičkom sustavu mita zbiva kao distorzija autentične kulture prosvjeda. Japanke s likom Adorna i Horkheimera sasvim očito crpe svoj sadržaj iz autentične, ali alternativne (u Williamsovom smislu) kulture visoke teorije. U trećem se slučaju ta inkorporacija otkriva u svoj svojoj punoći, jer fotografija čini očitim kako se inkorporacija, koja se desila u sferi nadgradnje (inkorporacija autentične ideje otpora neoliberalnim projektima ograničavanja mogućnosti slobodnog Interneta) reflektira na bazu (koja sada, paradoksalno, profitira na maskama namijenjenima anti-kapitalističkim prosvjedima). No u trećem primjeru otkriva se još jedna zanimljiva pojava vezana uz ideologiju kasnog kapitalizma – svjetonazorska otvorenost dominantnih kultura ili ideološki univerzalizam. Takav se univerzalizam aplicira na sve osim na temeljno pitanje kapitalizma – profit. Danas, strukturalističko tumačenje (mita kao drugostupanjskog semiotičkog sustava), pa i marksističko i neomarksističko tumačenje ideologije, zahtijevaju nadopunu. Sva tri primjera ilustriraju ideologiju post-ideoloških društva.

Sumnjiv pojam "postideološkog društva" uvodi Daniel Bell – u svojim studijama o postindustrijskom društvu šezdesetih godina prošlog stoljeća, no taj termin ustoličuje Francis Fukuyama u studiji *Kraj povijesti i posljednji čovjek* iz 1992. godine.<sup>43</sup> Fukuyama smatra kako rasprostranjenost liberalne demokracije i kapitalizma slobodnog tržišta predstavlja krajnju točku u povijesti čovjekove socio-kulturne evolucije koja postaje i konačan oblik društvenog uređenja. Žižek Fukuyaminu interpretaciju, za ra-

zliku od mnogih, ne odbacuje, već čita kao simp-tomatsku, jer uistinu se nešto promijenilo od Marxa. Danas stvarno sagledavanje uvjeta života više ne djeluje na način otrežnjenja, revolucije, odustajanja od sustava. Čak i kada subjekti znaju da je to samo ideologija, oni se nastavljaju ponašati kao da to ne znaju. Zato Žižek izvodi formulu "cinične ideologije", a na nasljeđu althusserijanske, a napose Lacanove misli i obrće Marxov postulat. Subjekti danas, tvrdi Žižek, samo umišljaju da ne vjeruju zaista u svoju ideologiju, dok ju, unatoč toj imaginarnoj distanci, nastavljaju prakticirati.<sup>44</sup> Idealan subjekt danas nije onaj koji je interpeliran nekom ideologijom, koji slijepo vjeruje nekom političkom projektu, već onaj koji naizgled prezire ideologiju, odnosno koji prema ideologiji ima ciničan odnos.

Žižek ciničnu ideologiju čita u manje profanoj sferi od Dieselove reklame, iako možemo locirati slične mehanizme. U *Imenu ruže* Umberta Eca "zlo je vrsta dogmatizma", ideologija se interpretira kao nametnuto vjerovanje. Tako se klasična ideologija zamjenjuje vjerovanjem u oslobađajuću antitotalitarnu snagu ironijske distance. No cinična distanca, smijeh i ironija dio su igre, primjećuje Žižek, jer vladajuća ideologija nije niti mišljena da bude shvaćena ozbiljno.<sup>45</sup> Marxov teorem "oni ne znaju, zato to čine" više nije primjenjiv, jer "oni znaju ali svejedno to čine".<sup>46</sup> Tu je definiciju već izveo Peter Sloterdijk u *Kritici ciničnog uma*, gdje primjećuje kako je cinizam dio ideologije. No Žižek zamjećuje kako je Sloterdijk smjestio ideologiju u sferu znanja – oni vrlo dobro znaju što čine, ali to ipak čine i dalje.<sup>47</sup> Kad bi iluzija bila na strani znanja, društvo bi uistinu bilo post-ideološko, ali mjesto ideološke iluzije nije u znanju, već u djelovanju. Tu je Marx u pravu i zato se Žižek vraća u izmijenjenim situacijama Marxu te zaključuje da čak i ako zadržimo ironičnu distancu mi "to" ipak činimo, ipak sudjelujemo u kapitalizmu, konzumerizmu, aporijama neoliberalne demokracije, itd.

## Zaključak

Pored metode strukturalističkog čitanja mita i marksističkog razumijevanja ideologije, u ideologi-

44 Vidi: Slavoj Žižek, *Sublimni objekt ideologije*. Arkzin, Zagreb 2002., str. 47–49.

45 Vidi: *ibid.*, str. 48–49.

46 *Ibid.*, str. 55.

47 Vidi: *ibid.*

43 Francis Fukuyama, *Kraj povijesti i posljednji čovjek*. Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb 1994.

jsko čitanje potrebno je, naročito danas, uvesti i treću metodu, koju je Althusser nazvao *simptomatskim čitanjem*. Simptomatsko čitanje je dvostruko čitanje koje "najprije obznanjuje neobznanjeni događaj u tekstu koji čita, da bi ga u istom trenutku povezalo s drugačijim tekstom, koji postoji kao neophodno odsustvo u prvom".<sup>48</sup> Simptomatsko čitanje je čitanje očitog (manifestnog) teksta, da bi se za tim kroz lapsuse, omaške, tišine i nedostatke u tekstu (simptome problema koji se postavlja) proizvelo i čitanje latentnog (skrivenog) teksta. Metoda dolazi od Sigmunda Freuda, koji je u *Studijama o histeriji* uveo metodu slobodnih asocijacija, zaključujući kako je "misao 'što pada na pamet' subjektu, prividno ni sa čime u vezi, uvijek element koji zapravo, svjesno ili nesvjesno, upućuje na druge elemente".<sup>49</sup> Simptomatsko čitanje, koje smo ovdje elaborirali preuzimajući model iz studije *Sublimni objekt ideologije*, znači "prepoznavanje ključa koji nam nudi pristup pravom funkcioniranju poremećaja 'normalnog' stanja stvari".<sup>50</sup>

Tek je treća razina – kritika post-ideologijskog društva – eksplikatorna za razorni cinizam koji nalazimo u Dieselovim reklamama. Ideologiju kao imaginarni odnos prema realnom, kako ju je sažeto prikazao i definirao marksizam, danas je nužno dopuniti elaboracijom cinične geste koju ovdje susrećemo u hiper-obliku, kao što i strukturalistička elaboracija mita/ideologije kao drugostupanjskog semiotičkog sustava traži nadopunu. Dieselove reklame u doba kasnog kapitalizma postaju propedeutički modeli, vježbenice za hermeneutiku neoliberalnog kapitalizma. Riječ je o reprezentaciji koja računa s ciničnim dekodiranjem primatelja, distancom koja se stvara u doba navodnih post-ideologijskih sustava, čiji je svjetonazorski univerzalizam uokviren kapitalističkim profitno usmjerenim horizontom. Cinična reklamokracija modu čini idealnim poljem analize, jer se u radikalnim strategijama kooptacije autentične kulture nailazi na tekst koji obznanjuje neobznanjeni sadržaj – točku koju mora ostaviti neproblematiziranu kako bi ideologijski diskurz ostao neoštećen.

48 Louis Althusser, Étienne Balibar, *Reading Capital*. NLB, London 1970., str. 28.

49 Jean Laplanche, Jean-Bertrand Pontalis, *Rječnik psihoanalize*. Naprijed, Zagreb 1992., str. 26.

50 S. Žižek, *Sublimni objekt ideologije*, str. 177.

Dieselova reklamna kampanja iz 2010. godine *Be stupid* (Budi glup) jest nastavak Dieselove oglašivačke matrice. U toj kampanji nalazimo na gotovo čistu definiciju ideologije:

"Pametni prepoznaju kako stvari stoje.  
Glupi vide kakve bi one mogle biti.  
Pametni kritiziraju – glupi kreiraju."<sup>51</sup>

U odnosu na temeljnu definiciju ideologije kao imaginarnog poretka, gdje se imaginarno u modernističkoj paradigmi shvaća kao zavodljiva koprena koja prikriva kako stvari stoje, ovdje nema koprene, ništa na više ne prikriva ideologiju. Ideologija je prikrivena samom svojom otkrivenošću. Jedini privid koji ovdje nalazimo jest razlika između deskripcije i preskripcije. Zaziv djelovanja bez promišljanja, bez kritičke distance, djelovanja zbog djelovanja samog, upravo je ono što neoliberalni kapitalizam zahtijeva od svojeg potrošača. Ovdje je riječ o ideološkom imperativu, a ne igri drugostupanjskog semiotičkog sustava. Problem postaje sam imperativ kvazi-slobode, slobode djelovanja, sve dok se to djelovanje ne pokreće promišljanjem. Kao odgovor ovoj reklami odjekuje poziv za djelovanjem u doba nakon financijske krize, kada je jedna od najzvučnijih poštatalica glasila "Nemojte samo pričati – učinite nešto" (*Don't just talk – do something*). Čini se kako je danas potrebno gotovo odsutati od teorijskog aparata, jer trećestupanjska elaboracija opet podsjeća da je sve prezentno. Umjesto skrivenosti, reklamokracija nudi doslovno čitanje. Na kraju, nije li poruke modne industrije danas potrebno shvatiti doslovno?

51 "Smart recognizes things for how they are. Stupid sees things for how they could be. Smart critiques – stupid creates." (Preuzeto sa stranice Creative adawards, <http://www.creativeadawards.com/diesel-be-stupid-advertising-campaign/>, 13. 1. 2013.)



Namjerno provokativan, naslov sažima namjeru članka: analiziranje nošenja marama za glavu i golotinje kao izraza protivljenja diskriminaciji i stereotipima. U nemuslimanskim zemljama nošenje marame posmatra se kao simbol patrijarhalnog ugnjetavanja žena i neke zapadne zemlje su zakonom zabranile nošenje marama u javnim prostorima. U isto vrijeme, članice feminističkih grupa poput FEMEN-a prikazuju gole grudi (toples) u borbi protiv seksizma i religijskih institucija. S jedne strane, odjevni predmeti se smanjuju, a s druge strane, produžuju se kako bi sakrivali. U oba slučaja radi se o protivljenju stereotipima i diskriminaciji, te propitivanju normi odijevanja u određenom društvu. Bez obzira na to o kojem dijelu odjeće i njegovoj veličini se radilo, u ovom članku namjera je da se predstavi paradoksalna homologija kroz očekivanja koja društvo i grupe imaju po pitanju odjeće i uniforme, kršenja normi i kontrole koju nameće društvo.

---

"Sakriti ili sakrivati lice na ulicama, parkovima i u javnom prijevozu je od sada zabranjeno.<sup>1</sup> Od 22. 9. 2013. kanton Ticino je prvi kanton u Švicarskoj koji je zabranio kretanje u javnom prostoru sa maskiranim licem. Zabrana nadilazi pojam "maskiranog lica"; iako se u tekstu ne spominje izričito muslimanski veo, implicitno se odnosi na nikab.<sup>2</sup> Dvije godine nakon inicijative protiv gradnje minareta, koju su građani Švicarske prihvatili na federalnom nivou, ova nova inicijativa otkriva određenu nelagodnost, strah ili čak netoleranciju prema određenoj zajednici, muslimanima u Evropi. Kako bi se bolje razumio društveni i politički uticaj ovakve inicijative na društvenu povezanost i proces integracije ljudi koji imaju drukčija religijska uvjerenja od sekular-

nog zapadnog društva, važno je napomenuti da je nošenje nikaba i hidžaba u Švicarskoj postalo tajna praksa i nekoliko muslimanki pokriva cijelo lice prihvatajući nikab. Stoga možemo pretpostaviti da je na javno mnijenje u Švicarskoj djelomično uticala polemika u Francuskoj i Belgiji oko uvođenja zakona koji zabranjuju pokrivanje cijelog lica u javnom prostoru. Ovdje treba napomenuti da francuski zakon,<sup>3</sup> koji je stupio na snagu 11. 4. 2011., ne pominje eksplicitno nikab ili burku, nego sakrivanje nečijeg lica u javnom prostoru (na ulici, u parkovima, na željezničkoj stanici, u trgovinama...). U tom istom periodu, aktivistice FEMEN-a demonstrirale su u Parizu u martu 2012. godine na esplanadi Trocadéro, koja se naziva i "Trg slobode i ljudskih prava" (Parvis des Libertés et des Droits de l'Homme), i poslale poruku da je pokrivanje velom instrument za potčinjavanje žena u patrijarhalnom muslimanskom

---

1 "Burka i nikab nisu označeni na implicitan način u popularnoj inicijativi Giorgia Ghiringhellija. U tekstu se jednostavno ukazuje na to da je čin pokrivanja ili skrivanja lica na ulicama, u parkovima i u sredstvima javnog prijevoza sada zabranjen. Isto tako, niko ne može nekoga natjerati da se zakopča zbog svog spola." <http://www.tdg.ch/suisse/tessin-s-achemine-interdiction-burka/story/18047843> (pristupljeno: 13. 9. 2013.).

2 Tema ovog članka je samo potpuno prekrivanje lica nikabom ili burkom. Kako u zapadnoevropskim zemljama, poput Francuske i Švicarske, žene više nose nikab nego burku, za potpuno prekrivanje lica koristit ću termin *nikab*.

---

3 Član 1: "Niko ne smije na javnom mjestu nositi odjeću kojom se ima namjera sakriti lice." (Nul ne peut, dans l'espace public, porter une tenue destinée à dissimuler son visage), LOI n° 2010-1192 od 11. oktobra 2010. (Zabrana sakrivanja lica na javnom mjestu), [http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=35C06ABD631F860FA2D100B0C8F17122.tpdo13v\\_1?cidTexte=JORFTEXT000022911670&dateTexte=20140119](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=35C06ABD631F860FA2D100B0C8F17122.tpdo13v_1?cidTexte=JORFTEXT000022911670&dateTexte=20140119) (pristupljeno: 17. 9. 2013.).



Feriel Bendjama  
*Die Schläferin* (Spavačica), 2012.  
HD film; 15 min  
Ljubaznošću umjetnice

društvu, a da golo tijelo predstavlja slobodu uz slogan "Bolje gole, nego pod burkom."

Na prvi pogled se čini da ove dvije realnosti – kultura odjevanja povezana sa islamom u Evropi i korištenje golotinje u aktivizmu FEMEN-a – nemaju ništa zajedničko. Prva poštuje religijske vrijednosti, druga se bori protiv načina na koji patrijarhat i religijske institucije potčinjavaju žene. Ono što im je zajedničko jeste otpor koji ove žene iskazuju prema vrijednostima društava u kojima žive. Vizualna potvrda religijske pripadnosti nošenjem nikaba ili demonstriranje protiv patrijarhalnih vrijednosti sa golim grudima, predstavljaju kršenje normi prema činjenicama da su golotinja i nevidljivo lice zabranjeni u javnom prostoru. Ovakva kultura (ne)odijevanja je zabranjena jer se kosi sa društvenim pravilima, zapadnim pravilima u slučaju nošenja nikaba. Šta ovaj komad odjeće (veo, nikab, hidžab) otkiva o

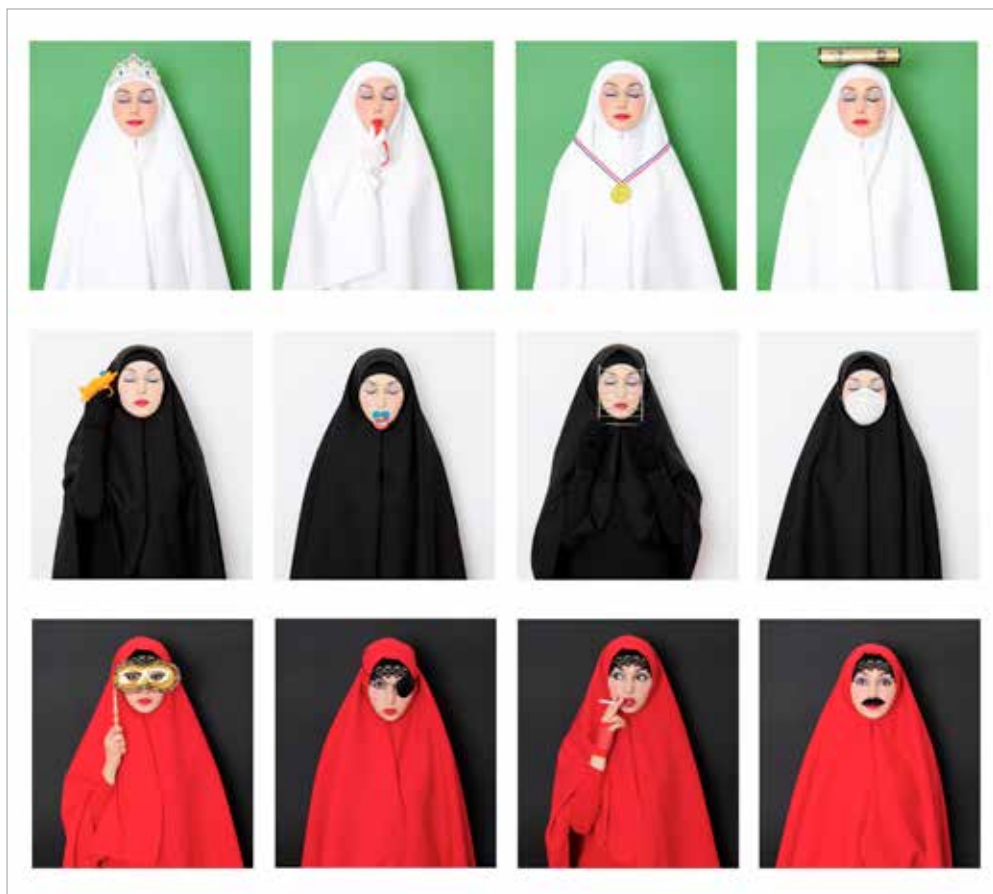
modernim društvima? Da li bismo trebali interpretirati prihvatanje nikaba kao povratak tradicionalnim vrijednostima, kao što je nošenje pokrivala za glavu kod muslimanki? Da li su nikab i hidžab simboli ugnjetavanja? Da li je "sektremizam"<sup>4</sup> feminizam 21. stoljeća? Da li će "goli aktivizam" osloboditi žene? Ova pitanja su smjernice prema kojima se posmatra mišljenje javnosti i iznosi lično mišljenje o ovoj temi.

#### **Društvena funkcija odijevanja: zaštita i prilagođavanje**

Jedna od primarnih i glavnih funkcija odjeće je da zaštiti od hladnoće, vrućine, dnevnih aktivnosti, povreda, itd. Štiteći nas od potencijalnih štetnih uticaja izvana, odjeća nam je omogućila da se

<sup>4</sup> Sekstremizam znači aktivnosti FEMEN-a.





Ferial Bendjama  
*We, they and I* (12 autoportreta), 2011.  
 Fotografija; 50 x 45 cm (svaka)  
 Ljubaznošću umjetnice

prilagodimo prirodnom okruženju.<sup>5</sup> U tradicionalnim društvima odjeća se koristi kao sredstvo davanja informacija o biološkom statusu (spol i dob), bračnom statusu i društvenom položaju osobe. Brojne etnografske studije naglašavaju semiotičku funkciju odjeće, pored estetske i zaštitne. Striktno kodirana, odjeća doprinosi stabilnosti društvene strukture zajednice kojoj pripada i služi kao in-

strument društvene kontrole. Dok se hrabrost muškaraca slavila korištenjem nove odjeće ili dobijanjem ukrasa koji su označavali njegov novi status, odjevni predmet kod žena povezivao se sa njihovim djevičanstvom i bračnim statusom, tj. sa njenom čistoćom ili nečistoćom, vjernosti ili nevjernosti. Posmatrajući njegov estetski uticaj, danas je uniformnost vela u kontrastu sa raznolikošću na prostoru Mediterana u davnim vremenima (različiti ogrtači, dekoracije, itd.). Dodatni kontrast može se uočiti u vezi sa simboličkim značenjem vela. U tradicionalnim društvima veo je bio vanjski sloj

5 Yves Delaporte, *Histoire des mœurs*, sv. 1, Encyclopédie de la Pléiade, Paris 1990., str. 964.

odjeće žena koje su pripadale plemstvu, višoj klasi, što ih je razlikovalo od žena plebejaca i seljaka. Ustvari, "neaktivnost prvih je poticala nametanje zamotavanja i zaštite odjećom, dok je težak posao koji su obavljale ostale žene zahtijevao funkcionalnije i lakše odijevanje, ne nužno kao sinonim emancipacije ili slobode".<sup>6</sup> Tada je nenošenje marame značilo pripadnost nižoj klasi. Štaviše, kako napominje Leyla Belkaïd, "ekspanzija tri monoteističke religije dovela je do ravnopravnosti u nošenju vela, u cilju umanjivanja kontrasta između odjavnog koda bogatih i siromašnih. Ove religije su poticale nošenje vela kao izraz vjere, skromnosti i poniznosti."<sup>7</sup> Stoga se praksa nošenja vela može posmatrati kao simptomatičan primjer normativnog kodiranja i individualnih strategija kako se prilagoditi statusnim ograničenjima koje su nametnule društvene strukture u određenom društvenom kontekstu.

Ovaj kratki osvrt na društvenu funkciju odijevanja naglašava njegovu ulogu u održavanju stabilnosti društvene strukture i kao instrumenta društvene kontrole. S obzirom na to da je "jedna od najvidljivijih oznaka društvenog statusa i roda (...), odjeća je pokazatelj kako ljudi u različitim područjima doživljavaju svoje pozicije u društvenoj strukturi i dogovorenim statusnim ograničenjima".<sup>8</sup> Čak štaviše, rušenje statusnih granica kroz odjevne predmete dovodi do stvaranja simboličkih granica. Ovaj fenomen primjetan je posebno u akcijama FEMEN-a, dok koriste gole grudi, arhetipski prikaz žene kao objekta muške žudnje, kako bi razbile patrijarhalne kodove. Ovdje se golotinja namjerno koristi kao subverzivni instrument koji stvara novu simboličku granicu: "Ja sam žena, ne samo objekt žudnje – ja koristim dio svog nagog tijela zato što sam slobodna". Golo tijelo ne bi trebalo određivati status objekta žudnje, nego simbol slobode žena. Isto se desilo sa Francuskinjom koja je prešla na islam i tražila pravo da nosi zar koji prekriva lice, kao znak slobode izražavanja, kao dobro promišljen izraz slobodne volje. Ali u oba slučaja nepristanjanje na statusne granice, odnosno na nametnute statusne granice, smatra se devijacijom u društvu.

6 Leyla Belkaïd, *Voiles. Veils*, Editions Vestipolis, Paris 2009., str. 14.

7 L. Belkaïd, *Voiles. Veils*, str. 13.

8 Diana Crane, *Fashion and Its Social Agendas. Class, Gender, and Identity Clothing*, The University of Chicago Press, London – Chicago 2000., str. 1

I doista, dijelovi odjeće "kroz svoju sposobnost da odrede društvene identitete i osnaže ljude da nametnu latentne društvene identitete",<sup>9</sup> stvaraju ta odjevna ponašanja. Kada latentni društveni identitete ne odražavaju društvene identitete koji izgrađuju društvenu strukturu, i zbog toga što je mogu ugroziti, dolazi do zlobnih reakcija kao što su zabrane, interdikcije, snažne policijske intervencije, koje trebaju osigurati održivost društvene strukture, tj. društvenog reda.

Ovaj kratki uvod o društvenoj funkciji odjeće otkriva obrnute vrijednosti po pitanju nošenja vela. Ono što je nekad vizualno označavalo pripadnost statusu i vjerskom uvjerenju, sada simbolizira, prema zapadnjačkim normama, ili ugnjetavanje žena i islamski fundamentalizam, ili ličnu logiku individualnosti. Interpretiranje nošenja marame isključivo kao rezultata potčinjavanja žena patrijarhalnim i vjerskim vrijednostima otkriva duboko nerazumijevanje ovog prakticiranja. Za razliku od prošlih vremena, kada je većina stajala iza prakse nošenja vela, "danas je nošenje vela postalo polarizirano na globalnom nivou, mjesto borbe između islama i Zapada, te između modernih i tradicionalnih tumačenja islama".<sup>10</sup>

### Šta veo otkriva?

Odjeća nije samo komad tkanine, već i način na koji se pojedinci i grupe izražavaju u javnosti. Kada odjeća izražava pripadnost jednoj posebnoj grupi ili kad simbolizira vrijednosti koje su previše udaljene od kolektivnih vrijednosti, vidljivost tih razlika može uznemiriti ili čak preplašiti druge. Ustvari, "promjene u odijevanju i diskursu koji ga okružuje ukazuju na pomake u društvenim grupama koje sebe prikazuju na različite načine u javnosti".<sup>11</sup> Kontekst u kojem se ova ponašanja dešavaju igra važnu ulogu.

Sagledavajući argumente koji se obično koriste protiv nošenja vela u zapadnim zemljama, u medijima ili među političkim grupama, tj. u sferi javnosti, stalno se koriste dva argumenta. Prvi pokušava prikazati velom pokrivenu muslimanku kao žrtvu tlačiteljske islamske društvene hijerarhije. Prema ovom arug-

9 Ibid., str. 2.

10 Jennifer Heath, "Invisible and Visible Spaces", *Al Akhbar English*, 20. 12. 2013., <http://english.al-akhabar.com/node/17972> (pristupljeno: 20. 12. 2013.).

11 D. Crane, *Fashion and Its Social Agendas*, str. 3.

mentu, nošenje vela je odjevno ponašanje koje je ženi nametnuto i koje izražava njenu inferiornost u islamskom društvu. Aktivistice FEMEN-a većinom dijele ovo mišljenje, odbacujući sliku potčinjene žene i simbolizirajući žensku slobodu pokazivanjem golih grudi. Drugi argument je sigurnost. Ko zna ko se krije iza burke ili nikaba? Da li je muškarac ili žena? Javnost nema predstavu ko je iza pokrivenog lica. Ovo opravdanje podrazumijeva da je odjeća instrument za prikrivanje subverzivnih, kriminalnih ili čak terorističkih aktivnosti koje ugrožavaju društvenu povezanost i sekularne vrijednosti Zapada. Prema tome, lako je ovaj argument povezati sa anti-islamskom retorikom koja se u javnosti koristi nakon napada 11. septembra 2001. u New Yorku.

Pored ova dva ključna argumenta protiv potpunog pokrivanja lica, mogu se utvrditi još neki periferalni koji se nadovezuju na prethodno pomenute. Jedan od njih se odnosi na teološku interpretaciju. Kako je sociolog Raphaël Liogier naglasio u filmu *Sous la burqa (Ispod burke)*, ovaj argument odnosi se na ideju da prekrivanje lica nije obavezno prema tumačenju Kur'ana i pisanih izvora islama. Referirajući se na političku debatu o zabrani nošenja vela (marame) u Francuskoj, Liogier je rekao: "Nije mi jasno kako francuski političar može objasniti da li nošenje vela manje ili više pripada muslimanskoj tradiciji. U tom slučaju, trebao bi voditi i molitvu petkom, jer bi onda bio sposobniji od imama. Čini se čudnim preuzimati ulogu islamskog imama, koji tumači istinu svetog pisma, u Republici Francuskoj, jednoj i nedjeljivoj, laičkoj i republikanskoj. Nije na nama, koji smo izvan te zajednice, da prosuđujemo je li nešto muslimansko ili nije."<sup>12</sup> Korištenje teoloških argumenata protiv vela i, još specifičnije, protiv prekrivanja velom cijelog lica, jeste promovisanje razdora između žena-muslimanki. Drugim riječima, neke će se složiti da prekrivanje nije obavezno i da je to samo izraz zastarjele forma islama. Stoga umjesto da potiče solidarnost između žena, ono uspostavlja procjep između njih. Ovo se često događa u Francuskoj, kad neke muslimanke pokušavaju uvjeriti druge muslimanke da bi se trebale prekriti zbog toga što im je neko – otac, brat, muž – to naredio. Ovo je jednako onome što se može nazvati duplom stigmatizacijom u odijevanju. Ustvari, nije

samo društvo stigmatizirano, nego i žena koja pripada tom društvu i posebno žene koje nose veo.

Posljednje opravdanje koje se moglo čuti za zabranu potpunog prekrivanja lica u javnom prostoru jeste da bi dopuštanje ženama da prekriju lice rezultiralo time da bi ga i druge prekrile, uvjerenе da se ova praksa toleriše. Povezujući ovaj argument sa prijašnjima, ova epidemija opravdanja može prouzročiti odbijanje drugog kao izvora nesigurnosti koja se javlja pri pogledu na drugačije.

Sve u svemu, ovi argumenti pokazuju društvenu anksioznost prema pripadnosti i posvećenosti jednoj društvenoj zajednici i pokušaj da se sačuvaju sekularne vrijednosti jedne države. Također možemo uočiti i žig neo-orijentalističkog diskursa. I stvarno, ova opravdanja su u manjoj mjeri kritički pogled na islam – čak i ukoliko neko ima pravo na to – a više težnja da se objelodani postojanje krize sekularizma (*laïcité*) u Francuskoj, na primjer, i problematika integracije emigranata u Evropi.

### Individualni parametri

Kao što je prethodno prikazano, odjevno ponašanje i dijelovi odjeće glavna su sredstva za vlastito definisanje i identifikaciju u javnom prostoru. Na nivou pojedinca, različite strategije su korištene za personaliziranje odjeće bez propitivanja njenog osnovnog značenja i društvene funkcije. Ovo je bio slučaj u prethodnim stoljećima. Danas, u vrijeme globalizacije, i posebno u zapadnim zemljama, odjevna ponašanja se homogeniziraju, postaju uniformna. Čak štaviše, mijenja se i priroda javnog prostora. Ustvari, moderna odjevna ponašanja su usko povezana sa transformacijom urbanih područja gdje je okolina impersonalna. Stoga odjeća sve manje označava društveni status ili identitet. Kako je naglasila Diana Crane, "izuzeci od ovog trenda su marginalni prostori i prostori na granici u urbanim područjima koji su 'kolonizirani' od strane određenih grupa, često rasnih ili seksualnih manjina, a u tom slučaju predstavljanje sebe kroz odjeću postaje glavna preokupacija".<sup>13</sup> Uzimajući ovo u obzir i imajući na umu polarizirani diskurs koji okružuje praksu nošenja vela u zapadnim zemljama, šta motiviše žene muslimanke da se potpuno prekriju? Koji su argumenti na kojima se zasniva ta praksa?

12 Agnès De Féo, *Sous la burqa*, Sasana Productions, 2010., 52 min., [http://www.youtube.com/watch?v=pOHhaD\\_NZU](http://www.youtube.com/watch?v=pOHhaD_NZU) (pristupljeno: 15. 10. 2013.).

13 D. Crane, *Fashion and Its Social Agendas*, str. 245.



Feriel Bendjama  
*We, they and I* (detailj), 2011.  
Fotografija; 50 x 45 cm (svaka)  
Ljubaznošću umjetnice

---

Zašto prihvataju vidljiv komad odjeće koji ih razlikuje od drugih?

U evropskom kontekstu, potpuno prekrivanje lica je često praksa kod žena koje su prešle na islam ili kod žena koje su ponovo otkrile svoju religiju nakon perioda razmišljanja, čija dužina ovisi od njihovog ličnog puta. Za ove žene nošenje vela ili nikaba može biti rezultat ličnog izbora, a ne znak da pripadaju nekoj zajednici. U tim slučajevima, potpuno prekrivanje lica je dio potrage za priznanjem i poštivanjem u čemu je krajnji korak da prekriju lica. Radeći to, one su učinile vidljivim u javnosti svoj nevidljivi lični put. Prema Maryam Borghée, koja je provela sociološko istraživanje prekrivanja lica u Francuskoj, "simboličko nestajanje koje se dešava uslijed nošenja nikaba u javnom prostoru ne bi trebalo biti shvaćeno kao želja za nestajanjem, s obzirom na to da žene imaju jako subjektivno izražavanje".<sup>14</sup> Osvrćući se na društvenu funkciju odijevanja kako je ovdje predstavljena, funkcije zaštite i prilagođavanja postaju značajne u analizi logike individualizacije. Ovdje se čini da je važna funkcija psihološke zaštite sljedeća: "Odjeća štiti od neprijateljstva svijeta, daje samopouzdanje uslijed nedostatka ljubavi. U neprijateljskoj okolini, imamo običaj da zakopčamo odjeću do brade, da je stisnemo uz sebe."<sup>15</sup> Drugim riječima, nikab predstavlja obilježje u neprijateljskom okruženju ili u dekonstruktivnom životu. U tom pogledu, proces prilagođavanja je konstruisan prema politici prostornosti u zajednici: "Čin nošenja zara dolazi nakon niza frustracija i neuspjelih pokušaja da se integriše u društvo. Očigledno je da se ova praksa posmatra kao osveta, način da se okrene dominantan odnos time što će se odbaciti nepravedan sistem."<sup>16</sup> Prema ovoj logici, žene sa prekrivenim licem su prije svega vođe svoje društvene marginalizacije, a ne žrtve

volje izvan njih. Dakako, to je osjećaj isključenosti iz društva, bilo kao muslimana u zapadnjačkoj zemlji ili zbog teškoća u vlastitim životima, što je dovelo ove žene do toga da preuzmu vlast na svojom diskriminacijom i naprave je ličnim izborom s ciljem da se revaloriziraju.

### Zaključak

"Da li su ljudi prisiljeni da se razodijevaju, skidaju hlače, majice? Ne! Za mene je to odjeća i niko me ne bi mogao natjerati da se razodjenem iz bilo kojeg razloga."<sup>17</sup> Tražiti pravo da se potpuno prekrije lice je neupitna sloboda za neke, dok za druge pogled na lice prekriveno zarom ugrožava njihovu slobodu. Kao što je predstavljeno u ovom članku, znakovi vanjskog izgleda su oni kojima se vodi moderno društvo, posebno u javnom prostoru. Kada je nečiji vanjski izgled djelomično ili totalno skriven, kriteriji za priznavanje nestaju. Bez obzira na sve, da li aktivistice FEMEN-a imaju legitimitet da predstavljaju žene oslobođene od patrijarhata, slobodne od potčinjavanja? Odgovor je negativan, jer pokušaj da se definira ono što oslobađa ili potčinjava ženu je ekvivalentno potčinjavanju. Isto se odnosi na državu kada donosi zakone o odjevnom kodu. U stvari, govoriti nekome kako se treba oblačiti je zabrana te iste slobode koju želimo da damo. I pored toga što je odjeća igrala ključnu ulogu u feminističkom pokretu kroz historiju, danas aktivizam FEMEN-a protiv nošenja vela uvodi nove stereotipe i vjerovatno još više diskriminacije. Koristeći golo tijelo kao uniformu u svojim akcijama u javnom prostoru, aktivistice FEMEN-a ne uspijevaju da pobjede u argumentiranju angažiranja na oslobađanju žena, zbog toga što nisu uzele u obzir lične razloge, a ni kontekst u kojem se događa odjevno ponašanje. Da zaključimo, naše društvo je u opasnosti ne zbog prekrivenih lica i tijela, nego zbog načina na koje ih posmatramo. Stigmatiziranje ljudi koji se pokoravaju preporučenoj estetici stvara pomake u društvu i dovodi u opasnost koheziju tog društva umjesto da je štiti.

14 "L'effacement symbolique déguagé par le port du niqâb dans l'espace public ne doit justement pas être compris comme une volonté d'annihilation, étant donné que ces femmes produisent un discours fermement subjectivé." Maryam Borghée, *Voile intégral en France. Sociologie d'un paradoxe*, Michalon, Paris 2012., str. 112.

15 "La parure protège contre l'hostilité du monde, réassure le manque d'amour. Dans un environnement hostile, nous avons tendance à boutonner nos vêtements jusqu'au menton, à les resserrer contre nous (...)." France Borel, *Le Vêtement incarné. Les métamorphoses des corps*, Calmann-Lévy, Paris 1992., str. 38.

16 M. Borghé, *Voile intégral en France*, str. 135.

17 A. De Féo, *Sous la burqa*, 49:38 min.



Galerija fotografija



⌘ Đermna Šeta, Simona Čupić, Dobrila Denegri

↑ Hajrudin Hromadžić, Krešimir Purgar, Katarina Nina Simončić,  
Katarina Peović Vuković, Mateja Maučec, Elvira Islamović,  
Suzana Lazarević

↙ Sead Alić, Aleksandar Pašagić

↓ Dobrila Denegri

↗ Tehnički fakultet Univerziteta u Bihaću

→ Ješa Denegri





UNIVERZITET U BIHAĆU

TEHNIČKI FAKULTET  
BIHAĆ









*graficar*

poslujemo od 1980.

DIZAJN, IZDAVAŠTVO, GRAFIČKA PROIZVODNJA



OFFSET  
ŠTAMPA

DIGITALNA  
ŠTAMPA

GRAFIČKA  
DORADA

HEIDELBERG

luscher XPose!

X  
XEROX



77 000 BIHAĆ • Ul. Saliha Mušanovića br. 38 • 037 318-550 • 037 318-555  
info@graficar.ba • www.graficar.ba





Ministarstvo  
obrazovanja i nauke  
**Federacija Bosne i Hercegovine**



Premijer  
Hamdija Lipovača  
**Unsko-sanski kanton**



Ministarstvo obrazovanja,  
nauke, kulture i sporta  
**Unsko-sanski kanton**



Načelnik  
Ermedžad Galijašević  
**Općina Bihać**



Načelnik  
Edin Behrić  
**Općina Velika Kladuša**



Gradska Galerija Bihać



KULA

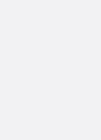


SLOVENKA

 **exclusive lingerie**  
SVIJET INTIMNOG RUBLJA

MODA  
*Carmen line*

*a' la mode*



ISBN 978-9958-624-39-1