

Ivana Čuljak

CIMO / Centar za istraživanje mode i odijevanja
Zagreb, Hrvatska
vn.culjak@gmail.com

Lea Vene

CIMO / Centar za istraživanje mode i odijevanja,
Zagreb, Hrvatska
leavene@gmail.co

Žena u borbi / Žena u modi: Odjevne prakse u poslijeratnom periodu socijalističke Jugoslavije na primjeru časopisa Žena u borbi i Naša Moda

Apstrakt: AFŽ (Antifašistička fronta žena) kao glavna platforma ženske emancipacije, u razdoblju NOB-a i u poslijeratnom periodu socijalističke Jugoslavije, promovira i propagira koncept „Nove žene“ (emancipiranu, politički i društveno aktivnu radnicu) kroz direktnu propagandu u časopisu „Žena u borbi“. Istodobno, ista ta Antifašistička fronta žena (AFŽ Hrvatske), neposredno nakon oslobođenja počinje publicirati vrlo popularan časopis s modnim sadržajima pod nazivom „Naša moda“. U ovom radu predstavljaju se oba časopisa kroz analizu i usporedbu različitih odjevnih i modnih sadržaja, koji otkrivaju odnos prema modi i odijevanju kao dijelu svakodnevnih odjevnih praksi i razvoja kulture odijevanja. Ova studija slučaja odnosi se na razdoblje ranog Jugoslavenskog socijalizma od 1945. do 1952. Intenzivna poslijeratna modernizacija utjecala je na kulturu odijevanja i estetizaciju življenja. Međutim, postupni razvoj industrijske proizvodnje nije bio istovremeno u ravnoteži s novom stvarnošću i željom za blagostanjem i potrošnjom.

Ključne riječi: žena, odijevanje, moda, AFŽ, časopis „Žena u borbi“, časopis „Naša moda“, jugoslavenski socijalizam

Uvod

Prva faza istraživanja *Žena u borbi / Žena u modi* tematizira odjevne prakse u ranom poslijeratnom periodu (1945–1952) u FNRJ na temelju analize dvaju časopisa, *Žena u borbi* i *Naša Moda*, koja izdaje Antifašistički fronta žena Hr-

vatske (dalje u tekstu AFŽ). Prvo poslijeratno razdoblje “nasilne ideologizacije cjelokupnog života”¹ obilježeno je ideološkim nametanjem manifestnog socijalističkog realizma, što je odredilo život na ovome prostoru do 1948. godine kada Tito odbija politički diktat Sovjetskog Saveza (Lasić 1970.) Druga etapa nastupa raskidom sa Sovjetskim Savezom, a traje do 1952. godine kada je Miroslav Krleža održao govor na Kongresu književnika u Ljubljani, a koji se smatra definitivnim obračunom sa sorealizmom u književnosti i znakom novog razdoblja oslobađanja od nametnutih ideoloških stega.²

Za bolje razumijevanje ranog poslijeratnog perioda potrebno je najprije kratko ocrtati socio-ekonomsko stanje u FNRJ. Nakon Drugog svjetskog rata štete su iznosile oko 2.3 milijarde američkih dolara, a gotovo 400 000 ljudi je ostalo bez domova. Ekonomski gledano to je razdoblje centraliziranog administrativnog upravljanja (1945–1952), u kojem se uvodi i stabilizira socijalizam, u početku preko kompleksnog sistema mjera štednje (kuponi za racioniranje potrošnje) i planirane proizvodnje (1. petogodišnji plan 1947–1951). Neposredno nakon rata, UN i UNRRA doniraju oko 416 milijuna dolara vrijednih dobara (uglavnom hranu) za Jugoslaviju (Duda 2013, 25). U atmosferi općeg siromaštva građani su bili primorani razviti taktike snalaženja u postojećoj napetosti između ekonomsko-kulturalnih mogućnosti i sporog razvoja konzumerističkih životnih stilova. Industrijski razvoj, porast proizvodnje i životnog standarda bio je u skladu s realnim mogućnostima, dok za državu je bilo bitno da stvori dojam blagostanja usprkos štednji, kao što tvrdi povjesničar Igor Duda. Blagostanje se konstruiralo oko slobodnog vremena i dokolice (često promovirano putem časopisa, novina, filmova, kazališta i radija). Ranih 1950-ih u Hrvatskoj je izlazilo preko 150 raznolikih časopisa tiskanih u preko 1.5 milijuna primjeraka (Duda 2013, 29). U tu brojku ulaze i ženski časopisi kao što su časopisi *Žena u borbi* i modni časopis *Nаша moda*.³

U tom periodu AFŽ izdaje časopis *Žena u borbi* koji je pretežito usmjeren na realizaciju koncepta Nove žene, ali nije lišen raznolikih rubrika koje pokrivaju svakodnevne teme (odijevanje, zdravlje, djeca, obrazovanje, kultura). Paralelno isti izdavač (AFŽ) odmah nakon oslobođenja počinje izdavati izrazito modno usmjereni mjesečnik *Nаша moda*, koji reprezentira suvremenu modu za žene.

U prvoj fazi istraživanja analizom su obuhvaćena oba časopisa uspoređujući različite modne sadržaje koji otkrivaju odnos prema modi i odijevanju. U istraživanju se analiziraju odjevne prakse na primjerima odabranih vizualnih

¹ Proces sovjetizacije označavao je preslikavanje sovjetskih rješenja i modela od industrijalizacije i gospodarskog oporavka zemlje do obrazovne i kulturne politike. Započelo je razdoblje nasilne ideologizacije cjelokupnog života. (Horvat, 2014, 38)

² Usporedi: <http://krlezijana.lzmk.hr/clanak.aspx?id=373> (18.1.2016.)

³ U isto vrijeme u Srbiji je izlazio modni časopis Ukus.

materijala (modne ilustracije, modne fotografije i reklame) i tekstualni materijal (članci, savjeti i naslovi) iz časopisa *Nаша moda* (od 1945. do 1952.) te časopisa *Žena u borbi* (od 1945. do 1952).

Žena u borbi, Žena u modi

Ratni kontekst kao granično/liminalno stanje⁴ smješta žene na bojno polje zajedno s muškim drugovima. Mit o partizanki koja se bori za slobodu i novu zemlju podržavale su same partizanke. Ratovanje kao avanturističko prelaženje granica nadalje sugerira društvenu mobilnost i oslobađanje od patrijarhalnih okova (Usp. Jambrešić Kirin 2008, 27). U intervjuu za *Polet* Jovanka Broz ističe: Bila sam srećna kao vojnik prve ženske čete (*Polet*, br. 17, 1968).

Državna politika je koristila Novu ženu kao simboličku nositeljicu modernizacije (Usp. Jambrešić Kirin 2008, 23). Ženama je deklarativno garantirana jednakost, pravo glasa i više radnih mogućnosti kao nagrada za predanost domovini u vrijeme rata. Ratna liminalnost nudila je nove mogućnosti koje su redefinirale ulogu žene, dale joj glas u javnome prostoru te stvorile nove figure ženstvenosti. Ženska vidljivost u društveno-kulturnoj sferi nove države je trebala označiti napredak ostvaren u novoj realnosti. Intenzivna agitacija AFŽ-a je prvenstveno putem službene tiskovine (*Žena u borbi*) radila na konstrukciji žene-radnice kao ključne protagonistkinje u uspješnom ostvarivanju socijalističkog projekta. Generalno stanje neimaštine i racioniranja je dodatno motiviralo ženu da se natječe za status udarnice kako bi osigurala dodatne kupone za hranu, odjeću i tekstil⁵. Da bi lakše realizirale sve potrebe žene su bile mobilizirane na više razina: aktivirane su kroz radne akcije, pohađaju analfabetske tečajeve, kao i tečajeve krojenja i šivanja, dok se paralelno tome od njih očekivalo da i dalje brinu o kućanstvu.

⁴ Liminalni period je prema Van Gennepu označen neodređenošću, novom kulturnom sferom bez atributa ranijeg stanja. Obredi prijelaza mogu biti kulturno definirane životne krize ali i različite promjene stanja (kao, primjerice, kada zajednica odlazi u rat ili period velikih žetvi), a to rezultira promjenom dotadašnjeg statusa ili ulaskom u novi status. Sljedeći Van Gennepa, Victor Turner opisuje liminalne osobe kao nestabilne, momentalno između pozicija koje im inače propisuje zakon, običaj ili konvencija. Često se vežu uz uniformno stanje kako bi se iznova mogli ispuniti novom moći koja će im omogućiti da se potom nose s novim stanjem. Liminalne osobe su povezane intenzivnim drugarskim i egalitarnim odnosom pa tako sekularne razlike (poput statusa ili čina) nestaju (Turner 1987, 10).

⁵ Kuponi r1 i r2 za radnike i kupon 0 za sve ostale, dok seljaci nisu imali pravo na kupone. Također, r1 kuponi su se mogli koristiti u drugačijim trgovinama u odnosu na kupone r2 (Jambrešić Kirin 2013, 193).



Slika 1. Žena u borbi br 35, 1947

Simbolički upisana u naslov (*Žena u borbi* op.a), borba nije označavala samo borbu za emancipaciju već i borbu za ostvarivanje velikog petogodišnjeg plana (od 1947. do 1951.) propagiranog od strane FNRJ. Naslovi u časopisu su se vrlo direktno obraćali čitateljicama:

Učestvujmo u obnovi domovine. Koje zvanje namjeravate odabrati kako biste svoje snage korisno upotrijebile u obnovi domovine? Što mislite o radu žena u tvornici i privredi uopće? Želimo već danas da se svaka žena borač, svaka majka, svaka udova i svaka omladinka zamisli o svojoj budućnosti (Žena u borbi, 1945. br 14–15).

Diskurs Nove žene promoviran je naročito u časopisu *Žena u borbi*, koji je bio službeno glasilo glavnog odbora AFŽ-a Hrvatske. Počeo je izlaziti 1943. a 1958. je preimenovan u list *Žena* (Jambrešić Kirin 2013, 196). Ideološke emancipacijske poruke koje su diseminirane časopisom *Žena u borbi*, poprimaju “omekšanu” intonaciju porukama u modnom časopisu *Naša moda* i bliže su uvjetima života u slobodi i novoj stvarnosti.⁶

Politički osviješten časopis *Žena u borbi* značajno se razlikovao od modnog časopisa jer je u prvom redu propagirao novi vrijednosni sustav koji se formi-

⁶ Časopis je počeo izlaziti 1. 02. 1945. prvo pod imenom *Modni list* te je godinu kasnije preimenovan u časopis *Naša moda* (Jambrešić Kirin 2013, 196).

rao oko emancipatorskog diskursa, a koji se širio i vertikalno i horizontalno, od centra prema periferiji. Časopis je sadržajno pokrивao kulturne teme („Značenje žene u narodnoj likovnoj umjetnosti” *Žena u borbi*, br. 30., 1946.), gospodarske teme („Uspjesi naših žena u ostvarivanju petogodišnjeg plana”, *Žena u borbi*, br. 4, 1948), političke teme („Štednjom pomažemo u izgradnji socijalizma”, *Žena u borbi*, br. 6, 1949.) i emancipatorske teme („Dvije žene postale su majstori u tvornici”, *Žena u borbi*, br. 32., 1946). Pored ideološke poruke postupno se pojavljuju praktični sadržaji i savjeti za domaćice (korisni savjeti domaćicama, tehničke upute za pletenje i krojenje odjeće, savjeti za krpanje i održavanje odjeće).



Slika 2. Naša moda br. 10, 1949

Paralelno publicirani modni mjesečnik *Naša moda* mijenja svakodnevni odnos prema kulturi odijevanja, odjevnim praksama i izgledu žene. Časopis širi modnu poruku informacijama o estetizaciji i modnome izgledu, a time ujedno i želju za konzumiranjem nove mode. Istraživanjem arhivske građe Renata Jambrešić Kirin ističe kako se broj pretplatnica časopisa *Naša moda* znatno povećao kroz godinu dana te napominje da su postojali konkretni pregovori da se časopis izveze u SSSR, ali zbog sukoba sa Staljinom pregovori nisu izvršeni.⁷ Časopisom dominiraju modne ilu-

⁷ U video zapisu AFŽ: nasljeđe i granice emancipacije – Renata Jambrešić Kirin, dostupno na poveznici: <https://www.youtube.com/watch?v=UIVTp0jH1CQ>

stracije i modne fotografije uvezene iz svjetskih modnih centara. Urednice odabiru fotografije i skice koje predstavljaju modne novitete i nove modne siluete, kao npr. Engleski model, Francuski model. Ujedno taj vizualni sadržaj vidljivo pokazuje da uredništvo prati najnovije svjetske trendove legitimirajući želju pripadnosti svjetskom modnom sistemu. Međutim, u ostalim istočnim zemljama sa socijalističkim režimom pitanje mode se politički uređuje. Tako, npr. Svetla Kazalarska u tekstu *Fashioning fashion in socialist Bulgaria* piše kako se u okviru sovjetskog modela moda trebala emancipirati u odnosu na zapadnu modu prvenstveno referirajući se na tradiciju i dominaciju elemenata narodnih nošnji i nacionalnih motiva. Da bi se ovi ciljevi ostvarili država provodi institucionalnu kontrolu mode preko državnih centara za dizajn i modu. Primjer Bugarske pokazuje kako je oformljeni državni centar provodio državnu politiku u području dizajna i mode (tzv. Center for New Products and Fashion) (Kazalarska 2014, 7). Međutim, istraživanje je pokazalo da u Hrvatskoj nije postojala državna institucija sa sličnom zadaćom nadziranja modne proizvodnje i plasiranja modnih sadržaja u javnim medijima. Dapače, koncept časopisa *Naše moda* predstavlja primjer slobodne i nekontrolirane uređivačke politike AFŽ-a koji je publicirao časopis po zapadnjačkom modelu prenoseći aktualne modne fotografije i ilustracije iz modnih centara poput Londona ili Pariza.

Modno opismenjavanje

Uspješna diseminacija i apropijacija modnog sadržaja podrazumijevala je opismenjavanje i usvajanje jezika za bolje razumijevanje modnog koda. KPJ je još u toku NOB-a stavljala naglasak na narodnom prosvjećivanju jer je to predstavljalo jedan od bitnih sadržaja općeg društvenog razvitka i neophodna pretpostavka novih društvenih odnosa (Dimić 1988, 52). Program opismenjavanja bio je administrativno određen i zadan od državnih organa. Također, postojali su i autonomni organizirani oblici opismenjavanja i edukacije koje je provodio AFŽ.

U analizi AFŽ-a kao važnog čimbenika kulturnih mijena Lidija Sklevicky primjećuje da je AFŽ u jednom periodu pokazivao izrazite odlike samostalne organizacije, a u drugom subordinaciju ostalim organiziranim vidovima pokreta (Sklevicky 1996, 27). Autonomno i samoorganizirano djelovanje AFŽ-a vidljivo je u organiziranim tečajevima krojenja i šivanja koje su članice AFŽ-a provodile na terenu. Organizirani krojački tečajevi bili su jedan vid modnog opismenjavanja jer se tim putem širila i usvajala modna poruka.

U posvemašnjoj poslijeratnoj oskudici rješenje problema odijevanja je imalo prioritet: "Premda je naša tekstilna industrija u razdoblju od oslobođenja do danas obnovljena i svakim danom povećava proizvodnju, ipak se još uvijek osjeća oskudica u odijevanju" (*Žena u borbi*, br 26, 1946). To je rezultiralo promjenama u svakodnevnim odjevnim praksama i kulturi odijevanja. Odjevne prakse formirale su se prema principima obnove. Trebalo je sa što manje finansijskih sredstava postići što veći efekt, bilo je potrebno popraviti najprije ono što je najpotrebnije, da se zadovolje

najpreče narodne potrebe (Dimić 1988, 24). Obnova i petogodišnji plan istovremeno postavljaju veliku odgovornost "Organizacija AFŽ Solina uložila je mnogo truda da poveća znanje žena kako bi u ostvarenju Petogodišnjeg plana mogle i svojim snagama pomoći što više", piše u osvrtu na krojačke tečajeve (*Žena u borbi*, br. 36, 1947). Dodatno, ideološko uporište za ovaj vid edukacije AFŽ pronalazi u afirmaciji uloge žene kao domaćice: "Mnoge žene žele da kroz tečajeve krojenja i šivanja nauče najosnovnije stvari koje su potrebne jednoj domaćici" (*Žena u borbi*, br. 1, 1952).



Slika3. Žena u borbi br 37, 1947

Na ovakvim tečajevima polaznice su učile teoriju kroja i šivanja dječjeg, muškog i ženskog rublja, ženskih haljina i muških odijela. Tečajevi su u svoj program uključivali i tečaj domaćinstva, na kojem su žene naučile najosnovnije o "higijeni, zdravlju, pripremanju hrane, o vrijednostima hrane i vitamina itd." (*Žena u borbi*, br. 36, 1947). Nije bio zanemaren ni kulturno-prosvjetni rad. Tako, primjerice, u Zlatar-Bistrici "Drugarice su same organizirale tečaj, same pronašle prostorije, namještaj, ogrjev, materijal, podučavateljice...Uvijek nakon rada, drugarice su čitale i učile" (*Žena u borbi*, br. 36, 1947). Tečajevi su u pravilu trajali od 2 do 6 mjeseci, održavali su se u dva termina jer su mnoge žene na tečaj dolazile pješice iz okolnih mjesta. Pisani izvještaji u časopisu *Žena u borbi* pokazuju kako su žene pokazale veliki interes za ovaj vid edukacije⁸. Zahvaljujući ovakvoj edukaciji žene su pronalazile poslove kao radnice u tekstilnoj industriji, zapošljavale su se u krojačkim salonima ili su postale kućne krojačice.

⁸ U Makarskoj je, primjerice, 75 žena pohađalo tečajeve, u Podgori 60, Kotar Split 20, Stari Grad Hvar 50, u Zlatar Bistrici 35 drugarica (*Žena u borbi*, br. 1, 1952.)

Između potreba i želja

Izgled u poslijeratnome periodu ovisio je o snalaženju i uložnim individualnim naporima pojedinca što je rezultiralo balansiranjem između mogućeg i mogućnosti prilagodbe kao oblika nužnosti. U analizi ukusa nužnosti, Bourdieu piše kako nužnost proizvodi ukus nužnosti, koji uključuje oblik prilagodbe i prihvaćanja te nužnosti (Bourdieu 2011). Svakodnevne odjevne prakse koje u poslijeratnom periodu stavljaju naglasak na ekonomično i racionirano odijevanje vizualan su trag prilagodbe na nove životne okolnosti i nužnosti. U časopisu *Naša moda* pronalazimo razne modne savjete i strategije snalaženja uz razvijanje vizualnog otpora sveopćoj oskudici u odjeći. Primjerice, pronalazimo naslove:

”S jednom haljinom uvijek dobro obučena. Prema želji u ukusu možemo mijenjati izgled jedne haljine jednostavnoga kroja više puta a da svaki puta izgleda potpuno drugačije” (*Naša moda*, br. 2, 1946).

Ili, ”ako je vaša plata mala, to ne znači da ne možete biti raznovrsni i elegantni” uz prateće članke i modne ilustracije koje pokazuju kako to činiti (*Naša moda*, br. 8, 1946). Ženska bluza primjer je efektne snalažljivosti ”Obnovimo naš proljetni kostim – novom bluzom” (*Naša moda*, br. 3, 1947). Postojala je praktična i ekonomična verzija bluze koja se zvala *vestica*, a koja se nosila ispod kostima ili haljina. Vestice su bile ”Jako praktične, jer se lako peru a i manje se materijala utroši negoli za čitavu bluzu” (*Naša moda*, br. 3, 1947).



Slika 4. *Naša moda*, br. 4, 1949.

Kao reakcija na savladavanje nepovoljnih nužnosti, razvijaju se strategije racioniranja odjevnih praksi. U časopisima se inzistira na *uradi sam* metodama snalaženja. Ženama se savjetuje primjerice da sašiju same bluze od starih muških košulja ili da od više starih haljina naprave jednu. "Kako ćete od dvije ili tri haljine napraviti lijepu novu haljinu" (*Naša moda*, br. 2, 1947). Pleteni vuneni predmeti pokazali su se ekonomičnim u obnovi izgleda jer se mogu rasplesti te ponovo plesti u nove odjevne komade. Zbog oskudice postojala je razvijena svijest da se odjeća pažljivo održava i iznova bojadiše. To je posebice vrijedilo za teško nabavljive predmete, poput ženskih najlon čarapa, koje su se nosile na popravke u za to namijenjene servise.

Uredništvo časopisa *Naša moda* uz modne savjete sadržajno nudi članke vezane uz kulturu („Film“, *Naša moda*, broj 5, 1947), zdravlje i higijenu („Kako ćeš pravilno njegovati dijete“, *Naša moda*, broj 5, 1946), domaćinstvo („Važnost soli u kućanstvu“, *Naša moda*, broj 5, 1950), savjete za šivanje dječje odjeće „Naša djeca“ uz prateće krojne arke. Uz modne savjete „Za rad i kancelariju“ kao npr. „Praktične haljine za kancelariju i školu“, „Za rad u fabrici praktične su duge hlače“, „Ukusne pregače za domaćice. Tako će se sačuvati čista haljina“, „Ogrtač za rad u laboratoriju“ (*Naša moda*, broj 4, 1947) i uz bogat opus modnih ilustracija uredništvo časopisa modno "brine" o izgledu na radnim akcijama. Tako, na stranici koja prezentira mapu radnih akcija Šamac – Sarajevo nalazimo modne ilustracije i tekst „Za omladinu koja ide na pruge i druge radove donosimo nekoliko crteža kako bi lakše mogli spremati potrebnu odjeću“ (*Naša moda*, broj 4, 1947).

Nasuprot modne poruke koje upućuju na štednju i ekonomično odijevanje (koje proizlaze iz prilagodbe na poslijeratne životne okolnosti), časopis *Naša moda* istodobno potiče želju za ažurnim praćenjem modnog stila koji dolazi sa Zapada. O tome svjedoče inozemne modne ilustracije i modne fotografije koje prate precizni opisi boja i materijala. One predstavljaju modele sastavljene od kostima, bluza i haljina, sukni ispod koljena zvonolikog kroja te pletenih odjevnih predmeta. Budući da je tekstilna industrija u poslijeratnom periodu bila u funkciji obnove i razvoja⁹ još uvijek nije mogla masovno ponuditi na tržište aktualne modele inače prisutne u časopisu *Naša moda*. Tu ulogu djelomično ispunjavaju obrtnički krojački saloni, u kojima se mogla naručiti odjeća po mjeri i želji kupca. Modni saloni služili su kao izvori modnih informacija, ali i kao neformalna mjesta za druženje. Vlasnici modnih salona bili su vrsni stručnjaci u krojenju i šivanju, cijenjeni od strane klijenata među kojima je bilo mnogo pripadnika/ca političke elite. Premda je ovaj vid proizvodnje bio privatan, ali legalan, Partija

⁹ U tekstilnoj industriji nedostajalo je sirovina zbog čega su organizirane razne akcije koje su rješavale taj problem poput akcije "Sakupljajmo stare krpe da nam od njih tvornice otkaju nove tkanine" (*Žena u borbi*, br 28, 1946).

ga je podržavala. Dimić ističe kako je u procesu nacionalizacije izvršena eksproprijacija imovine svih slojeva buržoazije, u privatnom vlasništvu ostaju samo seljačka imanja, stambene zgrade, kao i zanatske radnje (Dimić 1988, 22).



Slika 5. Naša moda, br. 10, 1946.

Unatoč restriktivnoj politici prema privatnom sektoru ostaje značajan doprinos modnih salona koji pokazuju da "...u slobodnoj zemlji estetika oblačenja nije zanemarena, da narodna vlast pomaže i krojački obrt" (*Naša moda*, br. 11, 1946). U listopadu 1946. samo godinu i pol poslije oslobođenja, Udruženje obrtnika Zagreba okuplja se i organizira modnu reviju na kojoj predstavljaju modnu kolekciju za žene za jesen-zimu 1946/47. Na reviji koja je bila organizirana u skladu s internacionalnim standardima (manekenke, pista, muzika) sudjelovalo je preko 30 krojačkih i sličnih modnih salona pretežito iz Zagreba. Ta modna revija popraćena je i brošurom s popisom svih modnih salona koji su sudjelovali na reviji, te detaljnim opisom prezentiranih modela. Reviju je vrlo opširno popratila S. Lukač, novinarka časopisa *Naša moda*. U osvrtu naslovljenom *Moda u službi naroda* ona analizira modele u kojima je vidljiv zapadni utjecaj i razmatra problem mode:

Naša moda postavlja sebi kao najvažniji zadatak da u granicama praktičnosti zadovolji u ženi duboko usadjenu potrebu za isticanjem ženstvenosti... Služeći širim slojevima domaćica, radnica, činovnica, jednom riječju služeći radnoj ženi, naša moda će biti onaj savjetnik koji će, prateći modni život čitavog svijeta, na osnovu naših mogućnosti davati osnovne linije modnom stvaranju jedne sezone. Ne želimo potpuno kopiranje inozemstva. Težimo idejno, sadržajno ka vlastitoj modi...Izbora će biti. Neće se ići ka standardizovanju već naprotiv – nastojat će se razviti ženski ukus u određenom zdravom pravcu... Imajući u vidu modni život u inozemstvu – nikad, međutim, ne slušajući ga ropski, naše će nastojanje biti da na osnovu onoga što proizvodimo, na osnovu naše izvorne modne ideje, stvorimo modu koja će biti pristupačna i bliska širokim slojevima žena naše zemlje. (Naša moda, br. 11, 1946).

Uz pohvalu "modela kojih se nijedna evropska metropola ne bi postidila" kritizira se odviše vidljiv odmak od stvarnih gospodarskih uvjeta, kritiziraju se odviše luksuzni modeli "...kojima je nedostajala umjerenost... katkad je model bio preluksuzan, iznad materijalnih naših današnjih mogućnosti i iznad mogućnosti naše tekstilne proizvodnje" (Naša moda, br. 11, 1946).

Unatoč kritici i želji da se stvara moda na osnovama „naše izvorne modne ideje“ lako je uočiti usklađenost najnovijih modnih ideja zapadne mode i modela ponuđenih na modnoj reviji u Zagrebu. Komparativnom analizom modnih fotografija i ilustracija prisutnih u časopisu *Naša moda* s drugim modnim časopisima toga razdoblja (*Mode et Travaux* i *Le Petit Echo de la mode*) primjećujemo da je u većoj mjeri u časopisu *Naša moda* prisutna aktualna modna silueta i stil u duhu Diorovog New Look-a. Uz prisutan zapadni odjevni kod u časopisu *Naša moda* i u modnim salonima također su cirkulirali inozemni modni časopisi koji su bili uvezeni „neformalnim“ kanalima¹⁰.

Zaključak

Posljednja stranica trećeg broja časopisa *Žena u borbi* iz 1950. donosi Lenjinov osvrt na djelovanje Clare Zetkin:

Uvući mase u politiku nije moguće ako se u politiku ne uvuku žene. Jer ženska je polovina ljudskog roda pod kapitalizmom dvostruko ugnjetavana. Radnicu i seljanku ugnjetava kapital, a povrh toga one čak i u najdemokratskijim buržoaskim republikama ostaju, prvo, neravnopravne, jer ih zakon ne izjednačava s muškarcima; drugo – i to je glavno – one ostaju u kućnom ropstvu, kućne robinje jer ih davi najpipaviji, najgrublji, najtegovniji rad u kuhinji i uopće u pojedinačnom kućnom domaćinstvu i porodici, koji čovjeka najviše zaglupljuje.“ (Žena u borbi, br. 3, 1950)

¹⁰ U dosadašnjoj analizi nismo ustanovili od kuda dolaze fotografije i ilustracije prezentirane u časopisu, no komparativna analiza ukazuje da se radi o pariškim modelima (vjerojatno uvoz iz Pariza).

Iste godine časopis *Žena u borbi* objavljuje članke kojima želi naglasiti da je ravnopravnost osigurana i da nema strogo ženskih problema već se žene suočavaju sa društvenim problemima. S obzirom na to da je petogodišnji plan u realizaciji sa vidljivim rezultatima, sadržaji časopisa sve više usmjeruju ideološku retoriku prema pitanju odgoja djeteta. Tito je još 1948. na 2. Kongresu AFŽ Jugoslavije istaknuo da je jedan od najvažnijih zadataka žena i AFŽ-a briga o odgoju djece u duhu socijalističke Jugoslavije (*Žena u borbi*, br. 3, 1948). Pitanje nove ženske uloge konstantno se preispituje što pokazuje i nekoliko članaka objavljenih tokom 1950, a koji su se bavili temama kao što je uloga žene u našem društvu, uloga žene u javnom životu (*Žena u borbi*, br. 11, 1950) ili žensko pitanje (*Žena u borbi*, br. 9, 1950). Istodobno, treba napomenuti da uz povećanje tema vezanih za ženski kućni rad, časopis *Žena u borbi* povećava prostor za izrazito modna pitanja i novosti pa se od 1950. uvodi rubrika „Moda“ kao i oglasi koji usmjeruju čitateljice da poprate časopis *Naša moda* u kojem mogu naći krojne arke za realizaciju modnih modela. Već 1952. objavljuju se članci poput „Kako da se oblačimo“ (*Žena u borbi*, br. 2, 1952), a dotadašnje modne ilustracije sve više zamjenjuju modne fotografije. U pojedinim brojevima moda počinje zauzimati mjesto u časopisu već na prvoj stranici (*Žena u borbi*, str 2, br 3, 1952). Uz modne priloge pojavljuju se i tekstovi o pitanjima ljepote i zdravlja kože, tako na pr. ženama se savjetuje kako da se nose s borama, održe mladenačko lice ili vitke bokove (*Žena u borbi*, br 4, 1952).



Slika 6. Naša moda, br 11, 1948.

Promjene u dotadašnjem konceptu časopisa *Žena u borbi* i uvođenje ovakvih modnih sadržaja svakako je bio odraz promjena političke klime (prekid sa Sovjetskim Savezom 1948) u kojoj je postepeno oslabljivala ideološka poruka (znatno manji broj tekstova koji prate životopise narodnih heroja, izvještaje i priče iz Sovjetskog saveza, itd). Postupni razvoj industrijske proizvodnje, želja za blagostanjem i potrošnjom, uz vidljive utjecaje mode na razvoj kulture odijevanja, ženu sve više pretvara u potrošačicu koja investira u svoj pomodni izgled postupno ju usmjeravajući prema pasivnom prostoru obiteljskog doma. U tome smislu može se reći da razvoj ideološke poruke (*Žena u borbi*), uz razvoj i utjecaj modne poruke (*Naša moda*), nije mogao ostati bez napetosti i otvaranja pitanja koliko su potrošnja i moda doprinos modernizaciji, a koliko su istovremena redukcija samostalnosti i emancipatorskih potencijala.

Zahvaljujući jakoj medijskoj prisutnosti ovih časopisa može se reći da su značajno doprinijeli stvaranju, difuziji i potrošnji modne poruke. To potvrđuje i činjenica da od 1950. uz časopise *Žena u borbi* i *Naša moda*, AFŽ dodatno publicira časopise i specijalizirane priloge poput: *Naša moda – rublje*, *Naša moda – pletenje*, *Krojevi*, *Mala biblioteka za domaćinstvo*, te *Knjiga o lijepom ponašanju*. Takva proširena ponuda sadržaja jača medijsko prisustvo i potvrđuje nove smjerove djelovanja AFŽ-a. Ipak, ukupna poruka koju šalje AFŽ početkom pedesetih još nije sasvim konzistentna, još se mogu iščitati kolebanja s kojima se članice bore pa tako otvoreno postavljaju pitanje:

*Kakova je perspektiva u razvitku socijalizma u tom pogledu za žene?... Da li razvijati kult domaćinstva i vraćati ženu u kuću da bude samo žena i majka?... Da li ići putem mehanizacije individualnog domaćinstva pa da ona postane inženjer u svojoj kuhinji ... ili ćemo baš mi žene Jugoslavije, koje smo izvojevale ravnopravnost i o kojima ovisi i njeno dalje ostvarenje, izgraditi za svoj život i život svoje djece jednu ljepšu perspektivu – zaista ravnopravnost ... Pozivamo Vas, drugarice da učestvujete u diskusiji po ovim pitanjima, a mi ćemo u Ženi u borbi postavljati i dalje za diskusiju niz pitanja – kakova treba da bude perspektiva za naš život, što mi hoćemo i želimo za nas i našu djecu.“ (Usp. *Žena u borbi*, br 10, 1952).*

U poslijeratnom periodu socijalističke Jugoslavije, odijevanje i moda nalaze svoje mjesto u časopisu *Žena u borbi*, iako je njegovo temeljno poslanje propagiranje ideja socijalizma, a u časopisu *Naša moda* temeljno je pitanje promoviranje aktualnih modnih informacija, uglavnom iz ne-socijalističkih zapadnih modnih centara. Ova dva časopisa, premda različitih sadržaja, na evidentni način reprezentiraju odjevne prakse unutar socijalističkog uređenja u Jugoslaviji. U ovim časopisima nalazimo reprezentiranje mode i izgleda žene na dvojaki način; s jedne strane zastupaju praktičnu stranu mode kroz prizmu svakodnevnog, široj masi dostupnog odijevanja (*Žena u borbi*), a s druge strane modu kao razvoj žudnje koja se kompenzira vizualnom potrošnjom modnih slika (*Naša moda*).

Koncept *Nove žene* jasno manifestira simboličku napetost upisanu u njenu svakodnevicu oblikovanu kroz javnu/medijsku konstrukciju ekonomičnog i praktičnog odijevanja čiji je izgled podvrgnut konzumerističkoj modnoj želji koju pobuđuju modni časopisi. Napetost je upisana u odnos između realnosti kao prostora potrebe (kultura odijevanja) i još nedosegnute realnosti kao prostora žudnje (koja proizlazi iz promjenljivosti mode).

Literatura

- Bourdieu, Pierre. 2011. *Distinkcija – društvena kritika suđenja*. Zagreb: Antibarbarus.
- Dimić, Ljubodrag. 1988. *Agitprop kultura*. Beograd: Izdavačka radna organizacija RAD.
- Duda, Igor. 2013. "Uhodavanje socijalizma". U *Refleksije vremena 1945. – 1955.* 10–40. Zagreb: Galerija Klovićevi dvori.
- Horvat, Vjeran. 2014. Diplomski rad: "Popularna i jazz glazba u Hrvatskoj od 1945. do 60-ih godina 20. stoljeća" (Mentor: Prof. dr. sc. Ivica Šute). Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilište u Zagrebu. Dostupno: http://www.academia.edu/11505872/Popularna_i_jazz_glazba_u_Hrvatskoj_od_1945._do_60-ih_godina_20._stolje%C4%87a
- Jambrešić Kirin, Renata. 2008. "Moderne vestalke u kulturi pamćenja Drugog svjetskog rata". U *Dom i svijet*, ur. Sandra Prleđa, 19–54. Zagreb: Centar za ženske studije.
- Jambrešić Kirin, Renata. 2013. "Žene u formativnom socijalizmu". U *Refleksije vremena 1945. – 1955.* 182–202. Zagreb: Galerija Klovićevi dvori.
- Kazalarska, Svetla. 2014. *Fashioning Fashion in Socialist Bulgaria*. Sofia: Centre for Advanced Studies Sofia.
- Lasić, Stanko. 1970. *Sukob na književnoj ljevici 1928. – 1952.* Zagreb: Liber.
- Sklevicky, Lidija. 1996. *Konji, žene, ratovi*. Zagreb: Druga.
- Turner, Victor. 1987. "Betwixt and Between: The Liminal Period in Rites of Passage". U *Betwixt & Between: Patterns of Masculine and Feminine Initiation*, ur. Louise Carus Mahdi, 3–23. Open Court Publishing Company.
- Video zapis dostupan na: <https://www.youtube.com/watch?v=UIVTp0jH1CQ>

Ivana Čuljak
Lea Vene

Center for research of fashion and clothing, Zagreb, Croatia

*Women in battle / Women in fashion: Clothing practices
in the post-war period in socialist Yugoslavia
in the case of journals "Women in Battle" and "Our Fashion"*

The research is based on the reviewing the ideological construction of the concept of saving up in the context of the struggle for women's emancipation in early socialism of the post-war period. AFŽ (Antifašistička fronta žena – women's antifascist front) as the main platform of women's emancipation, promoted

the New woman (emancipated, a political and socially aware worker) through direct propaganda in the magazine *Žena u borbi* (*Woman in battle*). At the same time, the AFŽ published a very popular magazine called *Naša moda* (*Our fashion*). It was a magazine which constructed a completely different media model of women whose interests are tied to fashion and family, emphasizing the role of the woman as housewife, mother and frivolous consumer. This dichotomy is important for the further reading of the public and media construction of modest/economic dressing which was seemingly embodied by the new woman, seeing as there as a simultaneous emergence of an opposite tendency and an alternative everyday practice. Faced with the ideological construction of emancipation, women continue performing the role of housewife who is now forced to rationalize her dressing practices and adapt to new political and economic conditions.

Key words: saving, clothing, fashion, AFŽ, everyday life, emancipation

*Les femmes dans la lutte / Les femmes en mode:
les pratiques vestimentaires dans la période d'après-guerre
de la Yougoslavie sur exemples des journaux
„Femme dans la lutte“ et „Notre mode“*

Nous fondons notre recherche sur le réexamen de la construction idéologique du concept des économies dans le contexte de la lutte pour l'émancipation féminine dans la première phase du socialisme de la période d'après-guerre. AFŽ (le Front anti-fasciste des femmes) comme plate-forme principale de l'émancipation féminine, promeut la Nouvelle femme (ouvrière émancipée, politiquement et socialement active) à travers la propagande directe dans la revue *Femme dans la lutte*. En même temps, le Front anti-fasciste des femmes (AFŽ) publie une revue très populaire intitulée *Notre mode*. Il s'agit d'une revue qui établit dans les médias un modèle de femme complètement différent, femme dont les intérêts sont tournés vers la mode et vers la famille et dont le rôle est celui de ménagère, mère et consommatrice frivole. Cette dichotomie est importante pour une lecture approfondie de la construction publique et médiatique de la manière de s'habiller modeste/économique que la nouvelle femme semble incarner, étant donné que la tendance contraire et la pratique alternative quotidienne y apparaissent. Confrontées avec la construction idéologique de l'émancipation, les femmes continuent à remplir leur rôle de ménagère, contraintes maintenant à rationaliser les pratiques vestimentaires et à s'adapter à de nouvelles conditions politiques et économiques.

Mots clés: économies, manière de s'habiller, mode, AFŽ, quotidien, émancipation

Primljeno / Received: 25.01.2016.

Prihvaćeno / Accepted: 12.02.2016.