

# NOSTALGIJA SOVIETMEČIO DIZAINUI RETRO OBJEKTŲ VARTOJIMO KONTEKSTE

*Mantas Lesauskas*

VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJA

Maironio g. 6, LT-01124 Vilnius

mantas@lesauskas.lt

Straipsnyje siekiama analizuoti nostalgijos fenomeno postmodernioje populiariojoje kultūroje reiškimosi bruožus, ypatingą dėmesį skiriant naujai sukurtiems dizaino objektams, turintiems retrogradiškų ir dažnai anachroniškų naratyvų. Atliekant retro fenomenu paremtos rinkodaros reiškimosi galimybių studiją Lietuvoje, atsižvelgiama į menotyrininkų ir istorikų analizuotus šaltinius, aprašančius sovietmečiu formuotas daiktinės aplinkos tradicijas. Tyrime išskiriama erzacų kultūra ir jos galimi poveikiai vartojant postnostalgijos produktus, kaip kultūrinius simbolius. Tekste taip pat pateikiamos skirtingos ilgesio emocijų grupavimo tradicijos įvairių autorių tyrimuose.

REIKŠMINIAI ŽODŽIAI: nostalgija, dizainas, retro, sovietmetis, ostalgija, erzacas.

Iš pradžių verta paminėti, kad šio mokslinio darbo teorinės prieigos susiformavo kritiniame kultūros ir vizualiosios kultūros studijų teorijos kontekste. Tyrimo objektas aprėpia nostalgijos diskursų kultūros teorijoje tyrimus, kurie dėl manipuliatyvios rinkodaros padiktuotų heterochronizmą ir heterotopijų produktų praeities naratyvuose suponuoja ir tyrimo lauko interdiscipliniškumą. Tuo pačiu pageidaujamas nostalgijos diskurso suverenumas nuo ekonominių verčių analizės leidžia išlaikyti kritinę poziciją dizaino objektų naratyvo tyrimuose.

Dėl daugumos iki tol atliktų nostalgijos tyrimų koncentracijos tik ties literatūros, muzikos ar vaizduo-

jamojo meno analize ir taip pat dėl didžiosios dalies autorių (Elizabeth Guffey, Svetlana Boym) teikiamų prioritetų senų objektų prisiminimų tyrimams, o ne jų reprezentacijoms ir reinterpretacijoms naujuose produktuose, galima išskirti šios studijos naujumą ir aktualumą nostalgijos diskurso vizualiosios kultūros tyrimų kontekste. Pavyzdžiui, E. Guffey knygoje *Retro: The Culture of Revival* nagrinėjami populiariosios kultūros pirmavaizdžiai, kurie šiandien vartojant tik reinterpretuojami, bet nėra perkuriami. Analizuojant retro stilistika perkurtus objektus remiamasi S. Boym padarytomis įžvalgomis apie nostalgijos fenomeną.

# NOSTALGIA FOR SOVIET DESIGN IN THE CONTEXT OF CONSUMPTION OF RETRO OBJECTS

*Mantas Lesauskas*

KEYWORDS: nostalgia, design, retro, the Soviet era, ostalgia, ersatz.

## SUMMARY

This article explores nostalgia as an emotional aspect of newly produced retro Soviet design objects. The research also takes a deeper look into the sources and origins of cultural contexts.

The postmodern retro phenomenon is introduced as a non-historical way of understanding the past. When retroalgia is discussed as a phenomenon, a crucial turning point is revealed – longing for the past not necessarily turns into admiration of one's personal past.

The purpose of this article is to analyze the needs and possibilities of reproducing the Soviet past. It is based on ideas related to the phenomenon of longing in today's cultural space, expressed by the various historians, sociologists and philosophers.

Design was socially engaged during the Soviet times. Unfortunately, instead of solving social problems, it followed the line of planned economy and served as a means to meet the goals of the five-year plans.

In this article, the notion of nostalgia is dissociated from bittersweet melancholy, which can provide happiness whilst contemplating the past in the present. It is no longer associated with medical pathology either. The article employs more than one classification theory of longing, especially when exploring interpretations of anachronistic and heterotypic examples.

In the context of narrativity of objects, the ersatz culture that flourished in the Soviet times is shown to become even more significant in triggering commercialized retrograde emotions in rituals of the past.

The article also discusses the main challenges of reproducing Soviet objects and notions today.