

Balla il rock'n'roll la Jugoslavia su Tiktok: analisi qualitativa di contenuti online tra ricordo e re-framing.

Elisabetta Zurovac**

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Despite its disintegration three decades ago, the Socialist Federal Republic of Yugoslavia (SFRY) is still visible to contemporary audiences (Simeunović Bajić and Vujović, 2020). As Nataša Simeunović Bajić (2012a) notes, the construction of a national identity shared by the different ethnic groups that made up Yugoslavia passed through the use of mass media, which allowed the development and maintenance of certain cultural and communicative matrices that underlie the phenomenon we call jugonostalgia: the act of sweetening the memory of the past in response to the need to escape from an unsatisfactory present (Maksimović, 2017). In this sense, jugonostalgia is observable through its connection to mediated communication, as it develops in relation to the cultural identity shared through the media, which has managed for some to survive the Federal Republic. Among the products of the cultural industry, music certainly represents a central element of the repertoire of Yugoslav cultural memory (Mazzucchelli, 2012; Vučetić, 2012; Pogačar, 2015).

As we know, media have always been related to memory: past and present communities have constructed their collective identities by producing and retaining information that is useful or necessary to remember (Assman, 1992). This information expressed through the media, are used by individuals in order to understand their own experiences on the basis of the frames in which these are developed (Boccia Artieri, 2012a). In contemporary times, the mass appropriation of digital technologies by individuals adds complexity to the relationship with memory not only in terms of the productive surplus of memories (Hoskins, 2010), but also from the point of view of practices related to the mediatization of memory (Garde-Hansen, 2011).

This study examines online user-generated content on Tiktok that is united by the use of the same audio track. Bearing in mind the mediation of the platform and the role of mainstream media in providing a repertoire from which to actualise remembrance, the paper attempts to answer the question: through what kind of content is the memory of Yugoslavia represented?

To do this, 1540 Tiktok videos featuring the same 1980s Yugoslavian song *igra rokenrol cela Jugoslavija* (tr. Yugoslavia is dancing rock'n'roll) were qualitatively analysed. Data shows three thematic strands illustrating how the track is used in reference to three distinct ways of remembering: through nostalgia; through consumerism; through trauma.

Keywords: media, memory, jugonostalgia, Tiktok, qualitative online research

* Articolo proposto il 25/03/2023. Articolo accettato il 28/05/2023.

** elisabetta.zurovac@uniurb.it

Introduzione

A trent'anni dalla sua dissoluzione, la Repubblica Socialista Federale di Jugoslavia (SFRJ) è ancora visibile al pubblico contemporaneo tramite i media (Simeunović Bajić e Vujović, 2020), nonostante il tentativo di abiura a opera dagli stati nazionali (Ugrešić, 1996) in seguito al suo disgregarsi. Visto lo stretto rapporto tra media e memoria è in questa prospettiva che è possibile indagare la jugonostalgia. Il fenomeno, simile a quello dell'ostalgia (Bartoletti, 2008), secondo la definizione di Maja Maksimović (2017) riguarda un miglioramento del ricordo del passato, che si crea in risposta al bisogno di sfuggire a un presente insoddisfacente. Come vedremo, la jugonostalgia è presente su varie piattaforme digitali, e utilizza diversi contenuti mediali per rappresentarsi (Boccia Artieri e Zurovac, 2019). Infatti, oltre alle politiche educative e culturali, nella costruzione di una cultura sovranazionale, necessaria per tenere insieme popolazioni di etnie, religioni e lingue diverse, un grande ruolo è stato giocato dai media mainstream e dai beni di consumo. In particolare, nel suo posizionarsi come non allineata (Petranović, 1988), la SFRJ sviluppò intensi legami economici e culturali con i paesi capitalisti dell'Occidente, compresi gli Stati Uniti e, per questo motivo, l'influenza del rock'n'roll sulla scena musicale jugoslava è stata molto significativa (Vučetić, 2012). Tanto che oggi, il rock jugoslavo oltre a essere un'importante fonte di ricordi, rappresenta un veicolo per commentare gli scenari socio-politici nei contesti post-jugoslavi (Pogačar, 2015).

Tuttavia, quando si tratta dell'interpretazione della memoria culturale questa è dettata dai frame con i quali i soggetti si confrontano (Halbwachs, 1950; Goffman, 1974). Quindi in un contesto come quello delle piattaforme di social networking, che prevede la produzione e rielaborazione di contenuti legati al passato (Boccia Artieri, 2012b), è rilevante investigare in che modo frammenti di memoria mediale vengano utilizzati nella produzione dei propri contenuti (UGC) legati al ricordo.

La domanda di ricerca che guida il paper è quindi la seguente: attraverso che tipo di contenuti viene rappresentato il ricordo della Jugoslavia? Per rispondere a tale quesito, si è scelto di analizzare qualitativamente gli UGC prodotti su Tiktok (n=1540), in relazione alla canzone ex-YU rock *Igra rokenrol cela Jugoslavija* (tr. Balla il rock'n'roll tutta la Jugoslavia), della band musicale Električni Orgazam (1988). Poiché la memoria è un processo che si costruisce anche in relazione al presente, in risposta a stimoli e forze esterne, rispondere a questo tipo di domande può mostrare quali tensioni siano in atto relativamente all'eventuale riconfigurazione del passato, e quindi fornire indicazioni sul futuro.

Il paper si struttura in 5 parti. La prima parte è dedicata a inquadrare il tema del rapporto tra media e memoria. Successivamente si illustra la jugonostalgia come fenomeno legato ai media, mostrando in particolare alcune forme che può assumere nel web, per poi passare alla parte metodologica e a seguire l'analisi dei dati e conclusioni in cui verranno illustrati tre filoni principali di contenuti legati al ricordo: la *SFRJ che non c'è più* (dimensione nostalgica), la *Jugoslavia che resta* (attualizzazione del consumo) e la *Jugoslavia del trauma* (dimensione legata al re-framing).

Alle radici della jugonostalgia: memoria, media e trauma

Per poter analizzare il fenomeno della memoria online legata alla SFRJ, è necessario fornire il quadro di riferimento teorico legato agli studi sul rapporto tra media e memoria (Garde-Hansen, 2011). Nello specifico, la prospettiva nella quale il paper si colloca è quella del pensiero sociocostruttivista di Maurice Halbwachs, legato alla definizione di memoria collettiva (1950). Interpretando la memoria come fenomeno sociale, l'autore asserisce che la memoria dei membri di una collettività venga determinata attraverso la comunicazione e l'interazione nel gruppo, che fornisce quelli che vengono chiamati quadri interpretativi, ovvero dei frame (Goffman, 1974). Per l'autore, quindi, la memoria collettiva ha come soggetto principale il gruppo che determina, di fatto, la memoria dei suoi membri sulla base di riferimenti temporali e spaziali (il tempo del vissuto e lo spazio del vissuto), legati all'identità del gruppo stesso (costruita sulla base di una distinzione noi/loro riconosciuta nel tempo). Identità del gruppo e memoria del gruppo si legano quindi in un processo di condizionamento reciproco, in cui il passato viene costruito culturalmente in base ai quadri di riferimento culturali condivisi nel presente. Su questo si fonda la distinzione tra storia e memoria, poiché mentre la prima prevede una conoscenza pedissequa del passato, tale conoscenza diventa memoria collettiva in quanto si collega a un'identità e si interessa dunque del passato solo quando lo riconosce come "proprio".

Jan Assmann (1992), a partire da queste considerazioni, rintraccia un'ulteriore distinzione nel concetto, identificando memoria comunicativa e memoria culturale. La prima riguarda un passato recente, che viene condiviso con i propri contemporanei senza la presenza di figure specializzate o esperte, e che tende a dissolversi con i suoi detentori. A questo proposito l'autore nota come in concomitanza con particolari eventi traumatici (nello specifico la persecuzione e lo sterminio degli ebrei) si intensifichi un impulso alla trascrizione dei ricordi a questi collegati, poiché "Ciò che oggi è ancora un ricordo vivo, domani sarà tramandato solo attraverso i media" (ibidem, p. 25). Dall'altro lato, la memoria culturale presuppone la presenza di detentori speciali del sapere che guidano la società rispetto al passato, e che devono in qualche modo provare di essere maggiormente competenti rispetto agli altri: la memoria culturale presuppone una dinamica di inclusione/esclusione sulla base della propria competenza e quindi del sapere. Se gli inclusi sono rappresentati dai delegati del sapere, negli esclusi vedremo tutti gli altri membri della comunità.

Tralasciando l'analisi che Assmann fa del passaggio da oralità a scrittura nelle società antiche, possiamo comunque dire che sia nel caso della memoria comunicativa che in quello della memoria culturale, i media rappresentano delle estensioni (McLuhan, 1994), rispondendo così al bisogno umano di ricordare ma estendendo questa capacità attraverso le proprie forme e pratiche. Il ruolo dei media in relazione alla memoria, diviene ancor più centrale se si tiene conto del processo di mediatizzazione in atto (Boccia Artieri, 2022). Si parla quindi di mediatizzazione della memoria (Hoskins, 2014) poiché il passato viene (o non viene) archiviato, rappresentato e fruito secondo modalità legate alle logiche

delle tecnologie e dei media, oltre a quelle delle istituzioni. Nello specifico Andrew Hoskins (2014) indentifica due fasi: nella prima i media mainstream costituiscono delle forme di archiviazione e racconto dominanti; nella seconda fase nuovi attori e nuove modalità di attualizzazione del passato convivono permettendo a contenuti mediali di emergere con modalità e tempi imprevedibili. Lo stesso autore, in un altro scritto (Hoskins, 2014b), trattando il tema del rapporto tra media e eventi traumatici come la guerra, sottolinea come la rappresentazione che i media fanno dei conflitti avviene attraverso un continuo riferirsi alle rappresentazioni precedenti e, in questo senso, le guerre del passato esercitano la propria presenza attraverso il ricordo mediato. La digitalizzazione, in particolare, permette anche a questo tipo di passato di rendersi maggiormente (e perennemente) visibile, ricercabile e estraibile. E se l'identità collettiva e la memoria culturale si strutturano oggi attraverso delle memorie mediate (van Dijck, 2007), questo è vero anche per quelle identità nazionali sorte in seguito alla disgregazione della SFRJ (Alexander, 2004a). Il trauma culturale che investe questi territori evoca la necessità di narrare nuove fondamenta, il che include la reinterpretazione del passato. Ci possono essere molte risposte possibili al trauma culturale che emergono in uno specifico contesto storico, ma tutte, in un modo o nell'altro, coinvolgono l'identità e la memoria (Eyerman, 2004). In questo senso, il trauma della guerra in ex-Jugoslavia può riemergere attraverso i media anche come radicalizzazione della memoria ovvero in modi guidati dalla polarizzazione, dalla divisione e dall'esclusione (Hoskins e Illingworth, 2020).

Il ricordo della Jugoslavia oggi risulta essere non solo un derivato dei media, ma le piattaforme digitali rappresentano un luogo in cui è possibile osservare la sedimentazione di ricordi a opera degli utenti del web: storie collettive e storie private vengono archiviate e diffuse attraverso i media digitali (Boccia Artieri e Zurovac, 2019), che rappresentano anche strumenti di elaborazione creativa del passato (Garde-Hansen, 2011), come si cercherà di esplicitare nel prossimo paragrafo.

Jugonostalgia come fenomeno legato ai media

Nonostante l'esperienza della vita in SFRJ sia dettata dalla propria biografia (Palmberger, 2017), il sentimento nostalgico per la SFRJ viene raccontato anche da persone che non hanno esperienza di quel passato (Boccia Artieri e Zurovac, 2019). Per Mitja Velikonja (2008) questo fenomeno è più un uso ironico del passato che un reale sentimento di nostalgia. Infatti distingue tra una "cultura della nostalgia" e una "cultura nostalgica". La prima è la commercializzazione del passato e mira a capitalizzare sulla nostalgia, mentre la seconda è rappresentata dai ricordi individuali incarnati da conversazioni, rituali e narrazioni quotidiane. Tali narrazioni avere luogo tramite racconti nostalgici nell'ambito familiare (Maksimović, 2017), ma poiché la memoria culturale e quella individuale sono costantemente prodotte attraverso le tecnologie della memoria e da esse mediate (Sturken, 2008), deduciamo che la jugonostalgia sia un fenomeno che si produce e si esprime anche attraverso i media. E se oggi ai media mainstream può capitare di non dare sufficiente risalto al valore dell'eredità culturale immateriale jugoslava (Simeunović-

Bajić, 2012b), tornano però a dare spazio a prodotti dell'industria culturale dell'epoca. Come nel caso studiato da Nataša Simeunović-Bajić e Marija Vujović (2020) che prendono in considerazione il boom delle serie TV cult del periodo jugoslavo nuovamente trasmesse dalle reti televisive in Serbia, dimostrando come queste mantengano viva la memoria culturale tramite la loro messa in onda. Infatti, sostengono le autrici, il pubblico della generazione digitale post-socialista tramite la rivitalizzazione e reinterpretazione di questi contenuti sviluppa forme di jugonostalgia. Accanto a prodotti mediali del passato a cui viene data la possibilità di una nuova messa in onda, si assiste anche allo sviluppo di nuovi prodotti di intrattenimento o informazione che riflettono sul passato jugoslavo. Questo è, per esempio, il caso della serie TV *SFRJ for beginners*, studiato da Brankica Drašković (2016). I risultati della ricerca confermano la tesi della validità dell'osservazione della jugonostalgia come strategia di resistenza al nazionalismo e come critica del sistema di valori crollato nelle società post-jugoslave.

Ma anche quando non viene identificata come nostalgia, l'eredità culturale jugoslava è rimasta radicata nei consumi mediali di molti paesi che componevano la Repubblica Federale (Gavrilović, 2012). Sotto questo aspetto l'analisi di Ivica Baković (2008), che prende in considerazione una nota canzone pop serba che tratta il tema del ricordo della SFRJ, mostra come la concezione della jugonostalgia si allontani oggi da un'accezione politica, avvicinandosi a quella della cultura pop. Restando nell'ambito musicale, nel suo studio sulla musica rock jugoslava e i social media, Martin Pogačar (2015) mostra come questa rappresenti un veicolo di nostalgia in risposta agli orientamenti socio-politici delle società post-jugoslave, che però raramente si traduce in confronti approfonditi su tali temi. Questo genere musicale, secondo l'autore, attraverso i social media crea un ambiente affettivo immersivo in cui il passato socialista jugoslavo e il presente post-jugoslavo si confrontano continuamente. Di certo gli ambienti digitali hanno rappresentato e rappresentano un terreno fertile per far rivivere il ricordo collettivo, che in altri spazi si è tentato di rimuovere (Ugrešić, 1996). Per esempio il lavoro di Francesco Mazzucchelli (2012) riesce a ricostruire un *jugosfera* del web tramite l'analisi dei siti a essa dedicati, la maggioranza dei quali mostra rimpianto per la perdita di una cultura comune. Ritorna anche in questa analisi la centralità dei media e dell'industria culturale nel tenere vivo il ricordo, e tramite Internet ricostruire quella parte di passato.

In relazione agli spazi online e alla memoria legata alla SFRJ, Pogačar (2010) ha individuato tre categorie principali in cui si possono suddividere le rappresentazioni online della Jugoslavia: rappresentazioni ufficiali (ovvero musei o altre iniziative sponsorizzate dallo Stato), rappresentazioni non ufficiali (ovvero iniziative private) e la "guerrilla history" (cioè contenuti personali sul passato pubblicati sui social media). Quest'ultima categoria si riferisce al tipo di UGC che presenta contenuti popolari dei media mainstream (come immagini iconiche, canzoni o film del passato) solitamente manipolati, giustapposti e remixati dagli utenti.

Non si tratta solo di nostalgia, ma della necessità di avere un luogo digitale in cui conservare l'esperienza collettiva di quella che era la vita prima della guerra (Boccia Artieri e Zurovac, 2019). Gli spazi digitali, infatti, fanno esplodere pratiche di co-creazione di

racconti e commemorazioni, realizzate tramite l'utilizzo di elementi della cultura pop in combinazione con fonti storiche, che sfidano le narrazioni dominanti rispetto al passato jugoslavo (Pogačar, 2016).

Domanda di ricerca e metodologia

Il presente studio prende in esame contenuti prodotti online dagli utenti, accomunati dall'utilizzo della stessa traccia audio. Tenendo presente la mediazione della piattaforma e il ruolo dei media mainstream nel fornire un repertorio da cui attingere per aggiornare il ricordo, il paper cerca di rispondere alla domanda: attraverso che tipo di contenuti viene rappresentato il ricordo della Jugoslavia?

Per farlo, è stato utilizzato un impianto metodologico di stampo qualitativo, basato sull'analisi dei contenuti raccolti (Salmons, 2016) come verrà illustrato in seguito. La prima scelta operativa, relativa alla traccia audio da prendere in esame, è stata dettata dal re-framing del brano *Igra rokenrol cela Jugoslavija*, che lo rende interessante per investigare che tipo di memorie online riesca a richiamare attorno a sé.

Pubblicato nel 1988 dal gruppo rock *Električni Orgazam*, diventa un singolo di grande successo. Il testo mira a sottolineare l'unità del popolo tramite l'aiuto della musica rock'n'roll, come si evince dal titolo che è anche il ritornello. Vedrà però il suo successo oltrepassare quello del sogno socialista che l'aveva ispirata. Difatti, nel 1996, il brano viene inserito nella colonna sonora del film serbo sulla guerra in Bosnia intitolato *Lepa Sela, Lepo Gore* (Srđan Dragojević, 1996), legando la canzone al tragico conflitto, in netta opposizione col ritmo allegro e il testo speranzoso del brano. Nello specifico, la canzone fa da sottofondo a una scena in cui i soldati serbi danno fuoco a delle case di un villaggio bosniaco. Questo ha portato alcuni critici a indicare il film come di parte (Levi, 2004) e ha fatto sì che la canzone diventasse un inno patriottico della Jugoslavia di Milošević, sotto la spinta della classe politica serba del tempo.

La centralità che la musica ricopre all'interno di TikTok rende questa piattaforma il campo di ricerca ideale. Infatti, TikTok incoraggia gli utenti a utilizzare suoni specifici per eseguire azioni codificate come balli o *lipsync*, che sono le forme più comuni di produzione di contenuti all'interno della piattaforma (Schellewald, 2021). Ma la caratteristica più rilevante ai fini della ricerca, è che la piattaforma offre di ricercare tramite audio raccolte di contenuti che utilizzano la stessa traccia (Boccia Artieri et al., 2022)

Sfruttando questa peculiarità della piattaforma, e accedendo da browser, si è cercata la traccia audio originale tramite il motore di ricerca interno. Una volta ottenuta la pagina dei risultati, è stato aperto un file Excel tramite il quale è stato costruito il dataset riportando manualmente nella prima colonna l'url di ciascun video. Nel farlo, venivano aggiunti degli appunti a commento del video. Questa operazione di costruzione del dataset ha così anche permesso di ottenere una lunga immersione nei dati (Hall, 1975). Unitamente all'url, per meglio comprendere i significati attribuiti ai contenuti, si è considerata la loro dimensione intertestuale, da un lato suggerita dalle affordance della piattaforma (didascalia, hashtag) (Highfield e Leaver, 2015), così come dalla conoscenza dei

riferimenti legati alle forme comunicative che in essa vengono prodotte (Schellewald, 2021). Da questo punto di vista, il posizionamento nel campo della ricercatrice è stato fondamentale, in quanto non solo utente attiva della piattaforma ma anche per via del background biografico legato ai territori dell'ex-Jugoslavia. Quest'ultimo ha permesso non solo di poter analizzare i contenuti in lingua serbo-croata, ma altresì di cogliere il più possibile eventuali sfumature culturali est-europee. Nell'intreccio di tutti questi elementi, l'analisi si è avvalsa di una griglia di codifica grounded (Glaser e Strauss, 1967) le cui categorie sono state sviluppate induttivamente tramite l'osservazione. In seguito sono state raggruppate in filoni tematici che illustrano come la traccia audio venga impiegata in riferimento a tre Jugoslavie distinte: *la SFRJ che non c'è più; la Jugoslavia che resta, la Jugoslavia del trauma.*

Analisi dei dati

Di seguito si mostra come gli utenti, usando a) riprese in prima persona, b) contenuti dai media mainstream e c) contenuti legati ai media digitali, abbiano prodotto i loro Tiktok. La piattaforma, permettendo di scegliere il livello del volume del sottofondo musicale, fa sì che la canzone sia stata usata come audio principale; audio secondario (per esempio, come sottofondo al parlato dell'utente) oppure, nei casi in cui l'audio veniva annullato, alla stessa stregua di un hashtag. Dalla mescolanza di queste possibilità espressive e repertori mediali emergono peculiari modalità di riferimento alla memoria collettiva.

La SFRJ che non c'è più

I contenuti che troviamo in questa tipologia di ricordo mediatizzato sono significativamente legati ai media mainstream. La modalità di impiego più evidente è quella dello *slideshow commemorativo*. È possibile sostenere che si tratti di una forma memetica che si genera nella piattaforma poiché questi slideshow seguono lo stesso tipo di struttura: a partire da una prima immagine usata come sfondo, ne seguono altre che scorrono una dopo l'altra da destra verso sinistra. Inoltre, il ritmo del montaggio di questi contenuti è scandito dalla canzone. Le immagini che vengono utilizzate hanno tutte un chiaro riferimento al passato e ritraggono in maniera evidente scene di vita quotidiana (Fig. 1) e materiale promozionale dell'epoca (come luoghi e prodotti) (Fig. 2.) seppur mescolati, in qualche caso, a simboli ideologico-politici (immagini di Tito, bandiera) (Fig. 3).



Figura 1 – Vita quotidiana.



Figura 2 – Materiale promozionale.



Figura 3 – Simboli.

Come mostrato dalla Figura 3, i testi che introducono questi slideshow indicano un ricordo del passato in opposizione al presente: da “Yugoslavia >>>” (Fig. 3) con il simbolo matematico del “maggiore” per sottolineare il proprio gradimento assoluto, a i più chiari “tempi migliori” (Fig. 4). La vita quotidiana espressa dal mondo delle merci esplose in tutta la sua significatività quando questi slideshow sono introdotti dalla domanda “chi si ricorda di...?”, per poi procedere con il mostrare prodotti iconici jugoslavi (Fig. 5).



Figura 4 – “Tempi migliori”.



Figura 5 – Prodotti iconici.

Nell’analisi dei video che contengono filmati del passato presi dai media mainstream, i contenuti che si riferiscono ai simboli della politica (Fig. 6) sono decisamente più presenti, e il ricordo della vita quotidiana a in senso stretto, documentaristico (Fig. 7), lascia il posto ai contenuti mediali, come per esempio eventi calcistici (Fig. 8).

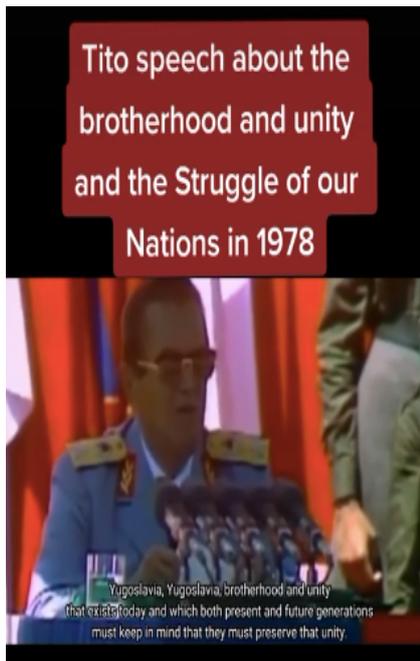


Figura 6 – Discorso di Tito.



Figura 7 – “Prima era meglio”.



Figura 8 – Rilevanza del calcio.

È da notare che i video contenenti filmati a tema politico usino la canzone come mero strumento di aggregazione, come se fosse un hashtag tramite il quale rendersi visibili. La musica, silenziata, lascia il posto a suoni più rilevanti, come per esempio i discorsi di Tito che, sulla scia della centralità del rendere visibile il proprio contenuto, sono sottotitolati in inglese, come mostrava la Figura 6.

La Jugoslavia che resta

In questa tipologia troviamo video che prevedono principalmente riprese in prima persona, e qualche contenuto rimediato da altre fonti online, ma tutti si riferiscono alla stessa domanda: della Jugoslavia cosa resta di tangibile oggi? La risposta arriva soprattutto tramite visite a luoghi di mercificazione della memoria, l’attualizzazione di prodotti del passato e l’uso creativo della canzone tramite il lipsync.

Per esempio nel caso della Figura 9, vediamo due ragazze croate che studiano a Vienna. Queste, togliendo il volume della canzone, si riprendono dicendo che faranno video review dei locali della città, perché lo hanno visto fare su TikTok da altri studenti delle “nostre parti”.

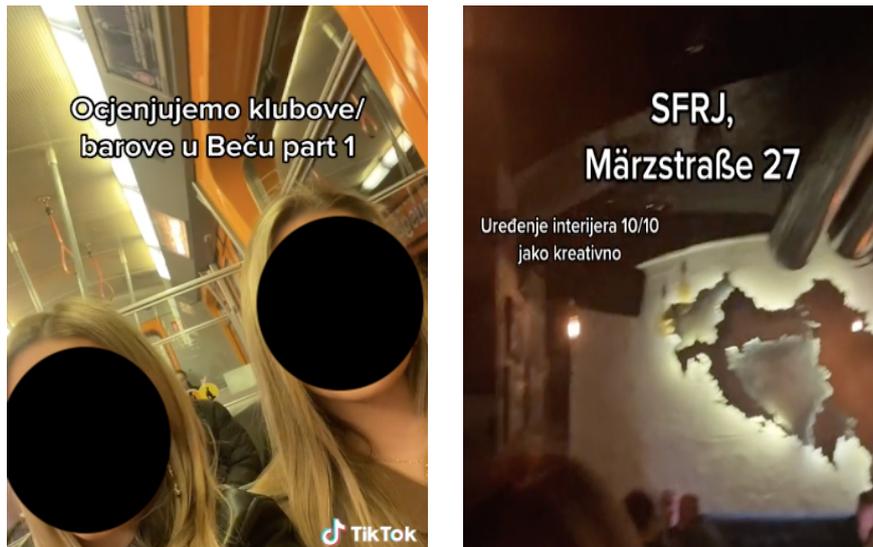


Figura 9 – Ragazze a Vienna.

Infatti, nel titolo il video viene presentato come primo di una serie, come da consuetudine dei format della piattaforma. Il locale che decidono di presentare per primo è a tema SFRJ, cosa che giustifica l'aver scelto la canzone come strumento per posizionarsi e darsi una visibilità specifica. Un elemento che colpisce è il fatto che scrivano che l'arredamento sia "molto creativo", mentre mostrano la cartina geografica della SFRJ, illuminata sul muro. Questo, unito al tenore spensierato del racconto dell'esperienza, mostra come nel rapporto con il ricordo non solo non ci sia problematicità, ma anche che l'utilizzo di simboli venga considerato come qualcosa di fuori dal comune, quasi stravagante. L'appeal che i simboli hanno su generazioni chiaramente post-jugoslave, si traduce anche nell'attualizzazione di prodotti iconici del passato, ovvero nel mostrare come vengano usati nel presente. Nella Figura 10 vediamo un utente mostrare fieramente come lui e un altro si prendano cura della macchina, la *Yugo*, portandola all'autolavaggio e sottintendendo che ancora usino questo simbolo jugoslavo a quattro ruote.



Figura 10 – Automobile Yugo.

L'utilizzo della canzone come unico sottofondo fa di questi contenuti una performance nostalgica in cui il mercato e il sentimento sono intrecciati indissolubilmente. Sulla scia del valore performativo e il suo esprimersi attraverso la musica, troviamo quei contenuti che sono da definirsi nativi di Tiktok, ovvero i lipsync, che consistono nel muovere le labbra in sincrono con il testo. La canzone qui è, insieme all'utente, co-protagonista della performance poiché, a) è l'interazione tra utenti e canzone che dà luogo al contenuto; b) gli utenti mostrano un certo tipo di competenza rispetto al testo, dandogli così risalto. Inoltre, sebbene possa sembrare solo un modo di rendersi visibili a un pubblico di fan del gruppo o del genere, in alcuni casi elementi come la "scenografia" (abbigliamento e sticker di stelle dei colori della bandiera) (Fig. 11) e la didascalia (Fig. 12) sembrano suggerire che in realtà ci sia dell'altro.



Figura 11 – Scenografia.



Figura 12 – Didascalia.

Nella Figura 12, che mostra un'utente di certo post-jugoslava, si legge come didascalia *“Chi non conosce questa canzone non è stato parte della Jugoslavia. P.s.: scusate se sono sporca in faccia”*. Poiché biograficamente la partecipazione alla SFRJ le è di certo impossibile, un contenuto del genere possiamo pensare sia dettato dal passaggio tra generazioni della canzone, come frammento di memoria collettiva, che oggi trova il suo spazio nella modalità espressiva più congeniale alle proprie pratiche comunicative.

La Jugoslavia del trauma

Questa tipologia di video, più delle precedenti, prende in prestito contenuti dai media digitali e anzi ne sono la forma d'elezione. Nonostante questo, l'influenza dei media mainstream è ben visibile, specialmente per via del re-framing della canzone tramite il film *Lepa sela, lepo gore* (Srđan Dragojević, 1996) che ha fatto sì che questa venisse poi associata alla Jugoslavia del conflitto legata alla visione politica del suo allora Presidente, Slobodan Milošević.

Infatti, in questa tipologia, la canzone non racconta più di un mitico passato a cui tornare tramite il ricordo, bensì accompagna il racconto della Jugoslavia anni '90. Da questo punto di vista è possibile affermare che i contenuti non legati alla nostalgia del passato, perché questo ricordare è in realtà molto più simile a un rivendicare. L'immaginario del conflitto in ex-Jugoslavia è preponderante. Si esprime attraverso spezzoni del film (Fig. 13) o di videoreportage della guerra (Fig. 14), i meme delle *countrybal* (Fig. 15), ma soprattutto negli screenrecording di ambienti videoludici.



Figura 13 – Spezzoni film.



Figura 14 – Videoreportage.



Figura 15 – Meme countryball.

Gli ambienti videoludici che vengono utilizzati sono essenzialmente di tre tipi: i battle royale, i giochi di strategia e piattaforme per la creazione di mondi esplorabili da altri giocatori. Nella Figura 16, mostra invece un video che contiene la ripresa di una partita in cui combattono uno contro l'altro un ragazzo serbo e uno bosniaco. In sovrapposizione appare la scritta "si è un po' arrabbiato", e nonostante la canzone in sottofondo, si riesce a sentire uno dei due ragazzi ridere e l'altro infuriarsi per via dell'esperienza di gioco.



Figura 16 – Serbia vs Bosnia.

Nelle battle royale il richiamo della guerra è molto vivido, ma anche i giochi di strategia impiegati riescono a rappresentare il conflitto. Nel gioco *World of Provinces*, gli utenti si trovano a dover gestire il proprio territorio nel tempo, relazionandosi con i territori vicini. Il game design si basa su cartine geografiche selezionabili tramite le quali si possono fare varie azioni, tra cui innescare conflitti. Per esempio, nella Figura 17 vediamo un utente chiedere al creator di attaccare la Croazia tramite la Jugoslavia.



Figura 17 – Attacco Croazia.

Nell'ultimo caso, piattaforme come roblox o minecraft vengono impiegate per ricostruire spazi 3D, in cui far rivivere l'esperienza della Jugoslavia. Come si vede infatti nella Figura 18 l'utente usa il suo personaggio per "murarsi" dentro a questo spazio, dietro a una gigantesca bandiera della SFRJ.



Figura 18 – Bandiera muro.

Se da un lato questo contenuto aprirebbe all'idea che i giovani utenti desiderino rinvigorire gli ideali di fratellanza e unità, ciò che dall'analisi emerge come risiedente dietro tale bandiera, restituisce un'immagine meno rasserenante. Infatti, la Figura 19 mostra l'invito di un utente a possibili altri giocatori per poter costruire il suo esercito jugoslavo, dettagliando le figure militari di cui avrebbe bisogno.

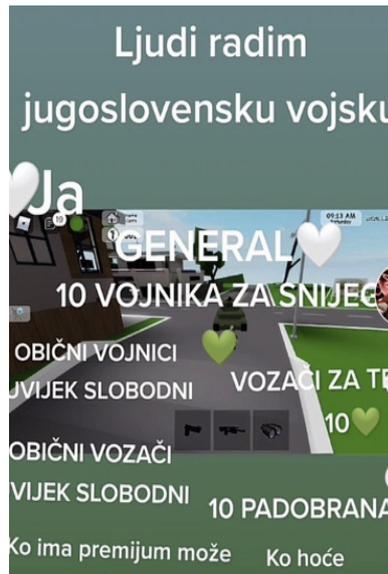


Figura 19 – Invito al gioco.

Sebbene ci troviamo in uno spazio di gioco e di sperimentazione, che non si mira in questa sede a demonizzare, è altresì vero che osservare contenuti che promuovono server dal nome Bosnia War 2, in cui viene ricostruita una sede per le “Tigri di Arkan”, (fig. 20) richiede un approfondimento sul tipo di esperienza che in questa *cyberJugoslavia* si vorrebbe rivivere.



Figura 20 – Sede Tigri di Arkan.

Conclusioni

Nell’emergere di queste tre Jugoslavie l’azione dei media è riscontrabile secondo due direzioni principali. Da un lato ci sono le affordance della piattaforma, poiché vediamo i contenuti rispondere alla logica della ripetizione (gli slideshow commemorativi), ma anche a pratiche ad hoc (il lipsync e l’aggregazione di contenuti tramite traccia audio). Dall’altro

lato sappiamo, e abbiamo visto, che i media rappresentano le fonti a cui fare affidamento, e da cui attingere, per rivivere momenti del passato: come accade per esempio con i video d'archivio, trasportati su Tiktok per dare loro nuovi pubblici. Tuttavia i media mainstream non sono solo agnostiche fonti di ricordo, poiché forniscono anche interpretazioni. E queste interpretazioni si sedimentano e possono produrre cortocircuiti, specie quando ci riferiamo a un passato traumatico come quello dell'ex-Jugoslavia. La politica culturale degli stati post-jugoslavi ha operato una deliberata selezione di cosa e come si potesse ricordare. Inoltre, nell'epoca della memoria mediatizzata assistiamo al proliferare di postmemorie (Hirsch, 1997), date cioè da un investimento creativo e non mnemonico, informate tramite narrazioni, che trovano nel web sociale modalità espressive inedite. Dall'analisi infatti emerge che la memoria collettiva, stimolata da una canzone la cui interpretazione non è univoca, offre resoconti contrastanti del passato.

La *SFRJ che non c'è più* rappresenta un passato ideale, che entrando in contrapposizione con un presente insoddisfacente porta al rimpianto. La canzone, in questo filone, quando è colonna sonora scandisce il ritmo di una nostalgia riflessiva (Boym, 2001) della vita quotidiana, e quando lascia parlare Tito funge da strumento di amplificazione della visibilità di quel passato. La *Jugoslavia che resta* è il territorio problematico, equalizzato dal capitale, figlio della cultura della nostalgia (Velikonja, 2008). Infatti, le prove tangibili di quel che resta sono rintracciate tramite esperienze di memory tourism (Bartoletti, 2010) e attualizzazioni dal mondo delle merci (Bartoletti, 2008). I simboli che impreziosivano la vita quotidiana vengono esoticizzati diventando orpelli. Strappa dal passato le merci per poterne fare sfoggio, e tra queste ricade anche la canzone. Vediamo così lipsync di bambini, che tramite la competenza nella performance tentano di certificare un'appartenenza impossibile. E, in fine, la Jugoslavia temporalmente più vicina, quella del trauma in cui il ricordo si trasforma in rivendicazione. La canzone viene interpretata secondo il senso ereditato dalla Jugoslavia di Milošević: gli orrori del conflitto rivivono e restituiscono un'idea di patria che si dà attraverso la violenza. Il trauma culturale dato dalla guerra non si lega all'esperienza diretta (Alexander, 2004a) e si esprime attraverso l'esperienza mediale, che comporta sempre una costruzione selettiva della memoria (Eyerman, 2004) e, pertanto, forme di ri-significazione. Così la canzone da colonna sonora di un film sulla guerra in Bosnia diventa colonna sonora di guerre giocate, basate su traumi ancora non del tutto elaborati. Ma i luoghi della socialità videoludica, meno scrutinabili dal pubblico, diventando spazi in cui si insedia un certo modo di interpretare il passato, possono portare a effetti che, a oggi, non sono stati del tutto esplorati e che varrebbe la pena prendere in considerazione per ricerche future.

Il modo in cui viene "rigiocato" il passato può dirci molto sul presente e sul futuro di generazioni che si confrontano con l'eredità di un trauma, e nel farlo, producono significati legati all'identità (Alexander, 2004b): nell'interazione tra mass media, vite connesse e memorie mediate.

Nota biografica

Elisabetta Zurovac è ricercatrice presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI), dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, dove è docente dei corsi "Marketing e Pubbliche Relazioni Digitali", "Etica della Comunicazione Digitale" e "Laboratorio di Social Media Strategy". I suoi interessi di ricerca riguardano i media digitali e le pratiche di narrazione del sé online, con un particolare riferimento all'analisi qualitativa dei visual data e alle screen cultures. Su questi temi ha pubblicato diversi articoli in riviste nazionali e internazionali, oltre alla più recente pubblicazione della monografia *Screenshot Society: come le fotografie dello schermo raccontano il nostro stare online* (FrancoAngeli, 2023).

Bibliografia

- Alexander, J. (2004a). *Toward a theory of cultural trauma*. In J. Alexander, R. Eyerman, B. Giesen, N.J. Smelser & P. Sztompka (Eds.), *Cultural Trauma and Collective Identity*. Berkeley: University of California Press.
- Alexander, J. (2004b). *Cultural Pragmatics. Symbolic Action Between Ritual and Strategy*. *Sociological Theory*, 22, 4, pp. 527-573.
- Assmann, J. (1992). *La memoria culturale. Scrittura, ricordo e identità politica nelle grandi civiltà antiche*. Torino: Biblioteca Einaudi.
- Baković, I. (2008). *(Jugo)nostalgija kroz naočale popularne kulture*. *Филолошки студии*, 2, pp. 1-12.
- Bartoletti, R. (2008). *La fabbrica delle memorie. Oggetti di consumo e biografie nella Germania Orientale post-socialista*. *Sociologia del lavoro*, 108, 94-110.
- Bartoletti, R. (2010). *Memory tourism and commodification of nostalgia*. *Tourism and visual culture: Theories and concepts*, 1, 23-42.
- Boccia Artieri, G. (2012a). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Generazioni mediali, cultura pop e pratiche riflessive. Prospettive delle generazioni X e Y in Italia*, in Colombo F. (ed.) *Media e generazioni nella società italiana*. Milano: FrancoAngeli.
- Boccia Artieri G. (2022). *Comunicare: la mediatizzazione*, in Bichi R. (a cura di), *Sociologia Generale*. Milano: Vita e Pensiero.
- Boccia Artieri, G. e Zurovac, E. (2019). *When generational media memories meet the internet: the case of Jugonostalgija on Instagram*. *Comunicazioni sociali*, 2, 247-262.
- Boccia Artieri G., Zurovac E., Donato V. (2022). *Visibility and Networked. Participation in TikTok. The Breonna Taylor Trend*. *Comunicazione politica*, 23, 3, pp. 403-422.
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Drašковић, B. (2016). *Jugonostalgija u televizijskoj dokumentarnoj seriji „sfrj za početnike*. *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду*, 41, 1, pp. 59-76.

- Eyerman, R. (2004). *Cultural Trauma. Slavery and the Formation of African American Identity*. In J. Alexander, R. Eyerman, B. Giesen, N.J. Smelser & P. Sztompka (Eds.), *Cultural Trauma and Collective Identity*. Berkeley: University of California Press.
- Garde-Hansen, J. (2011). *Media and memory*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Gavrilović, L. (2012). *Nepostojeće nasleđe zemlje koje nema*. In Kovačević I. (ed.) *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasleđu*, (pp. 39-55). Belgrado: Etnološka biblioteka.
- Glaser, B. G. e Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Halbwachs, M. (1950). *La mémoire collective*. Presses Universitaires de France.
- Hall, S. (1975). *Introduction*, in A. C. H. Smith, E. Immerzi, & T.Blackwell (Eds.), *Paper voices: The popular press and social change 1935–1965*. Rowman and Littlefield.
- Hoskins, A. (2014a). *The mediatization of memory*. In K. Lundby (ed.) *Mediatization of communication* (pp. 661-680). Berlino: De Gruyter Mouton.
- Hoskins, A. (2014b). *A New Memory of War*. In B. Zelizer and K. Tenenboim-Weinblatt (Eds.) *Journalism and Memory* (pp. 179– 192). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hoskins, A., & Illingworth, S. (2020). *Inaccessible war: media, memory, trauma and the blueprint*, in *Digital War*, 1, pp. 74-82.
- Levi, P. (2007). *Disintegration in frames: aesthetics and ideology in the Yugoslav and post-Yugoslav cinema*. Stanford: University Press.
- Maksimović, M. (2017). *Unattainable Past, Unsatisfying Present – Yugonostalgia: An Omen of a Better Future?*. *Nationalities Papers*, 45, 6, pp. 1066-1081.
- McLuhan, M. ([1964] 1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge: MIT Press.
- PalMBERGER, M. (2017). *How Generations Remember: Conflicting Histories and Shared Memories in Post-war Bosnia and Herzegovina*. London: Palgrave Macmillan.
- Petranović, B. (1988). *Istorija Jugoslavije 1918 – 1988*. Belgrado: Nolit.
- Pogačar, M. (2010). *Memonautica: Online Representations of the Yugoslav Past*. In Riha, D. (ed.) *Humanity in Cybernetic Environments* (pp. 23-34). Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Pogačar, M. (2015). *Music and memory: Yugoslav rock in social media*. *Southeastern Europe*, 39, 2, 215-236.
- Pogačar, M. (2016). *Digital afterlife: Ex-Yugoslav pop culture icons and social media*. In Beronja, V., & Vervae, S. (Eds.) *Post-Yugoslav constellations: Archive, memory, and trauma in contemporary Bosnian, Croatian, and Serbian literature and culture*, (pp. 279-300). Berlino: de Gruyter.
- Salmons, J. (2016). *Doing qualitative research online*. London: Sage.
- Schellewald A. (2021). *Communicative forms on TikTok: Perspectives from digital ethnography*. *International Journal of Communication*, 15, pp. 1437-1457.

- Simeunović Bajić, N. (2012a). *Jugonostalgija kao istraživački koncept istorije komuniciranja moguće perspektive Istraživanja. Etnoantropološki problemi*, 7(1), 127-141. <https://doi.org/10.21301/eap.v7i1.6>.
- Simeunović Bajić, N. (2012b). *Medijsko (re) konstruisanje jugoslovenskog kulturnog nasleđa i kolektivnog pamćenja-slučaj Dana mladosti*. In Kovačević I. (ed.) *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasleđu*, (pp. 193-224). Belgrado: Etnološka biblioteka.
- Simeunović Bajić, N. & Vujović, M. (2020). *Public television and the return to socialist yugoslavia: mediatized cultural memory among post-socialist generations. Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 19, 2, 109-124 <https://doi.org/10.22190/FUPSPH2002109S>.
- Sturken, M. (2008). *Memory, Consumerism and Media: Reflections on the Emergence of the Field. Memory Studies*, 1, 1, pp. 73–8.
- Ugrešić, D. (1996). *The Confiscation of Memory. New Left Review*, 218, 26-39.
- van Dijck, J. (2007). *Mediated Memories in the Digital Age*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Velikonja, M. (2008). *Titostalgia – A Study of Nostalgia for Josip Broz*. Ljubljana: Media Watch, Peace Institute.
- Vučetić, R. (2012). *Koka-kola socijalizam: Amerikanizacija jugoslovenske popularne kulture šezdesetih godina XX veka*. Belgrado: Službeni glasnik.