

## INFLACIJA U KARIKATURAMA »OŠIŠANOG JEŽA«

GORDANA LJUBOJA  
Etnografski muzej  
11000 Beograd  
Studentski trg 13

UDK 39:336.74:741.5  
Izvorni znanstveni članak  
Primljeno 10.IX.1990.  
Prihvaćeno 19.XII.1990.

Autorica analizira formu i sadržaj oko 400 karikatura, koje su u periodu nekontrolisanog rasta inflacije (1988. i 1989. godine) izašle u jugoslovenskom nedeljniku za humor i satiru »Ošišani jež«. Zahvaljujući tipičnim svojstvima ovog medija, karikature pružaju jedino zabeleženo svedočanstvo o fenomenu inflacije kao totalne antidruštvene i antikulturne pojave. U načinu na koji se transponuje stvarnost, odabiraju teme i simboli otkrivaju se ključne vrednosti i norme društva i odgovarajuće psihološke reakcije ljudi na znatno poremećene uslove života. Tokom hronološkog sleda stalnog pojačavanja krize, gubi se distanca u odnosu na standardne interpretirane motive. Metaforične predstave češće se zamenjuju direktnim komentarisanjem apsurdna situacije, u kojoj se ne dovodi u pitanje samo socijalni status, nego i elementarna egzistencija uopšte.

U prilično neodređenom pojmu krize, inflacija čini jedini jasno prepoznatljiv element – nesumnjivo bolesni proces koji ugrožava društveno tkivo preteći da ga razori ako eskalira izvan granica kontrole. Sve dok se ne dogodi u stvarnosti, ona predstavlja teško zamisliv, apstraktan pojam iz udžbenika ekonomije. U trenutku, međutim, kad kao stihija prodre u život, prerasta u apsurd, koji je nemoguće shvatiti korišćenjem uobičajnih iskustvenih sredstava. Inflacija ulazi u sve pore, ćelije i sfere života i postaje totalno iskustvo jer iz temelja potresa osnovne socijalne, kulturne i psihološke postavke, koje su se činile večnim i neprikosnovenim. Svojom promenljivošću i stalnim narastanjem onemogućuje pokušaje adaptacije, pothranjujući tako osećanje elementarne nesigurnosti u svim slojevima društva: kako onih koji su inflacijom najviše pogođeni, tako i malobrojnih profitera koji iz nje izvlače materijalnu korist. U tom smislu inflacija predstavlja antidruštveni i antikulturni proces koji uništava ne ostavljajući mogućnost preobražaja u neki novi kvalitet. U njenom iskrivljenom ogledalu sve pojave pokazuju deformisani izgled, gube se realni odnosi i proporcije, i samo preko reagovanja na preteranost i nesklad možemo izvesti zaključak o dominantnim vrednostima i društvenim i kulturnim standardima koji su do juče važili.

Zbog svega toga izgleda da je karikatura medij koji najviše odgovara prikazivanju inflacije i njenih popratnih pojava. Groteskno i apsurdno preuveličavanje u karikaturi podudaraju se sa srodnim elementima koje inflacija proizvodi u životu. I zaista, razni aspekti inflatornih kretanja: rast cena i troškova života, obezvređivanje novca, nagli skokovi stope inflacije, pad standarda i siromašenje širokih masa stanovništva, najčešće su nterpetirani novinskom karikaturom. Drugi oblici urbanog folklora, kao što su vicevi, grafiti i slični vidovi predaje, retko se bave ovim problemima.

Karikature čiji se sadržaj odnosi na inflaciju, izlazile su skoro u svim našim dnevničkim i nedeljničkim listovima počev od prvih eskalacija krize do konačnog obaranja

hiperinflacije početkom 1990. godine. Najveći broj, ipak, pojavio se u »Ošišanom ježu«, renomiranom nedeljnom magazinu za humor i satiru, koji već pedest šest godina na svoj način komentariše aktuelna politička i društvena zbivanja. Prema uređivačkoj koncepciji na karikature u »Ježu« odlazi oko 50% prostora, odnosno polovina ukupnog sadržaja lista. To jasno svedoči o ravnopravnom tretmanu ove likovne forme u poređenju sa ostalim humorističkim žanrovima – aforizmima, vicevima, šaljivim pričama i slično. U dvogodišnjem periodu koji će se pamtili kao vreme najvećih potresa izazvanih nekontrolisanim pohodom inflacije – 1988. godine i mnogo eklatantnije 1989. godine – u stotinak brojeva »Ošišanog ježa« zabeležili smo oko 400 karikatura koje se na neposredan ili posredan način bave inflacijom. Po svom izgledu većina više liči na »crtanu šalu«, (Rečnik književnih termina, 1985:316), odnosno zadržava strukturu kratkog vica koji se objašnjava ili samo ilustruje slikom. Najčešće se sastoji od pitanja i odgovora (na primer, dijalog između psihijatra i pacijenta: »Recite, šta vas muči?« – »Muče me cene struje, prevoza, stanarine, grejanja, TV i PTT pretplate, mesa, hleba, deterdženta, cipela, odela...«) ili samo komentara koji je podstaknut crtežom naznačenim gestom (na primer, iznenađenje prosjaka na udeljenu milostinju: »Samo deset hiljada! Zna li vi pošto je danas benzin?«; ili prekoračujući granice: »Bre, čale, dok ti izvađiš džeparac, žvaka će da košta duplo!«). Nekad je drugi deo teksta u dijalogu namerno isključen da bi se naglasila opaska: »Šta se buniš što nemamo ništa za ručak, bar ne moraš da pereš sudove!«

Drugi, manje brojani tip karikatura zamišljen je tako da govori slikom, koja je često nepotpisana i prenosi širu, metaforičnu poruku. Za razliku od prethodnog tipa, koji uglavnom manipuliše jednostavnim, bukvalnim značenjima, ova karikatura pribegava složenijoj igri simbola. Manje se koristi ironijom a više apsurdom, kombinovanjem prenesenog i neprenesenog značenja, što ima uticaja na postizanje snažnog efekta i jezgrovitosti. Primer je karikatura koja prikazuje čoveka za stolom sa rupom umesto tanjira, ili razne varijante motiva hleba i kosti kojima se sa mnogo gorčine komentariše socijalna beda.

Vrlo retko, u nekoliko slučajeva samo, karikaturom se zapravo ilustruje aforizam, koji bi i bez crteža mogao da postoji: »Nije čudo što nam je dinar riknuo, kad nam je ministar finansija bio Rikanović!«

Teme koje se vrte u pomenutim tipovima karikatura nisu mnogo raznovrsne i mogu se uslovno podeliti na tri grupe. U prvoj i najmalobrojnijoj našle bi se teme koje se tiču dnevnih političkih događanja, raznih vladinih mera, poteza i odluka, kao i ličnosti koje su učestvovala u donošenju tih odluka – bivši i sadašnji predsednik SIV-a Mikulić i Marković. One predstavljaju satirični komentar tih događaja i uglavnom izražavaju nevericu u mogućnost uspešnog ishoda predviđenih mera.

Druga grupa, koja takođe nije brojna, tretira inflaciju kao globalni fenomen ne zalazeći urazmatranje pojedinih njenih aspekata. To su razne metaforične i personifikovane predstave inflacije kao ogromne zveri koju čovek pokušava da utera u mali kavez, mamuta, aždaje, divlje mačke, medveda, debele žene, duha iz lampe, groma, bokserske rukavice, kandže, predimenzioniranog siledžije i slično. Obično su bez potpisa, sa jasnom aluzijom na neravnopravan odnos snaga i nemoć čoveka da

se uhvati ukoštac s njom. U prvom planu uglavnom se nalazi ta vrsta odnosa, dok je čisto ekonomski karakter inflacije zanemaren. Samo u dva slučaja predstavljena je kao visoka peć u obliku ljudske glave u koju se lopatama ubacuje novac, odnosno kao paganski idol kome se prinosi žrtva. U jednom primeru komičan efekat postiže se igrom bukvalnog i prenesenog značenja, pa je stopa inflacije prikazana kao ogromno stopalo koje preti da zgazi čoveka.

Pretežna većina karikatura, ipak, odnosi se na rast cena, troškove života i konkretne posledice koje ova povećanja imaju na lični i porodični standard. Cene su zapravo samo drugo ime za inflaciju, pa se, kao i inflacija, ponekad prikazuju uopšteno i metaforično u obliku ajkule, sunca koje prži, udarača čekića po glavi da se vide sve zvezde, roga izobilja, nokauta bokserske rukavice, vojnika koji kreću u ofanzivu 1. juna, ili već viđenog motiva egzibicioniste. Opet je u središtu pažnje lična reakcija čoveka na siromašenje i pad standarda prouzrokovan dizanjem cena. Obezvređivanje novca kao redovna posledica inflatornih kretanja redi je predmet duhovitih komentara karikature. Obično je to neka likovna intervencija na grafičkom izgledu poznatih novčanica – na primer, radnik sa novčanice odlazi sa zavežljajem preko ramena – aluzija na bezvrednost papirnih banknota (pravljenje aviončića, šivenje na mašini), ili isticanje paradoksalne suprotnosti između numeričke vrednosti koju ima jedan milion i praktične ništavnosti te sume novca. U potpisu karikature koja se pojavila u prvoj polovini 1988. godine – »Kad samo pomislim da ću imati sto miliona penzije 2010. godine!« – vidi se koliko su potonja hiperinflatorna kretanja premašila najcrnja pesimistička očekivanja i sve smišljene sarkazme.

Međutim, ubedljivo najdominantnija od svih pomenutih tema koje se uočavaju na karikaturama jest glad. Motiv praznih tanjira, ostajanja bez večere i ručka, varira se na hiljada mogućih načina, eksplicitnim izjavama tipa: »Nemam, ništa, to samo po navici kažem čeka me žena na ručak!«, ili implicitnim simbolima kao što su hleb i kost. Kao osnovni lajt-motiv, hleb se provlači kroz najveći broj karikatura, bilo da se radi o spretno izrađenim ideogramima (na primer, kombinacija hleba i kosti koja daje zvono za uzbunu), ili o verbalnim i značenjskim igrama u kojima se spominju različite vrste hleba – crni, beli, nasušni, obogaćeni, bogati, »narodni«, i s tim poslednjim u vezi, podsmešljivi izum zabavni i novokomponovani hleb. Hleb se deli na cuciu ili na kašičicu, daje kao injekcija, stavlja u ram kao slika, gura uz liticu kao Sizifov kamen, štiti revolverom, mami u klopku ili stavlja pod staklo za prvu pomoć. Kad se naglašava vrsta hleba, uglavnom crni i beli, ističe se pad standarda i kupovne moći (»Kupio sam kilogram belog, pa pošto je mnogo skup, jedem ga sa narodnim hlebom.«), ili momenat socijalnih razlika (»Treba mu ispitati poreklo imovine, svakog dana kupuje beli hleb.«). Ipak, nedvosmisleno pada u oči malo interesovanje karikaturista za društveno raslojavanje i socijalne nejednakosti koje izaziva inflacija. Nema ni jednog spomena sloja koji se na inflaciji bogati, snalazeći se u mutnom i stičući profit. Nijansiranje razlika na ovim karikaturama isključivo je u funkciji da se još jače potcrta siromaštvo i nemogućnost zadovoljavanja osnovnih životnih potreba najširih slojeva stanovništva. Akcenat se stavlja na elementarni pad u stilu i kvalitetu života, koji se sada svodi na голу egzistenciju, kad luksuz postaje i ono što je do juče za većinu bilo normalno i svakodnevno. Kako se vidi, dva osnovna obeležja dobrog života jesu meso na stolu i odlazak na more.

Već na početku 1988. godine izlazi prva karikatura koja u relativno blagoj formo nagoveštava odricanje od ishrane mesom, kao posledice poskupljenja: »Skupo je meso, uveo sam bezmesan dan.« – »A, ja, bezmesnu nedelju!« Kasnije se pojavljuju različiti ironični komentari na račun cene mesa: »Dajte mi od zlatnog teleta jedno 300 grama!« ili »A, što se mene tiče, stupio je na snagu baj–baj aranžman!«, do konačnog i grubog: »Komšija, opet poskupelo meso!« – »A, šta je to?«. Za razliku od sadržaja u kojima je kost simbol neimaštine, ogoljene ljudske egzistencije koja se poredi s pasjom, čemu je posvećena cela serija karikatura, mesom kao motivom pre se želi naglasiti izgubljeni ekonomski i socijalni status. Odmor na moru drugi je primer i pokazatelj društvenog položaja i uspeha, koji je pre nastupanja krize bio dostupan relativno širokom krugu ljudi. Jedna od prvih karikatura koje se odnose na letovanje prikazuje dva seljaka u razgovoru, od kojih jedan kaže drugom: »Smeta mi što je more poskupelo, pa će cela familija da se nabije kod mene na letovanje«. U tom tekstu, bez obzira na odricanje, odlazak na more prihvata se još uvek kao realnost. U kasnijim humornim opaskama more prerasta u apstraktan pojam – na premer, dete, koje vidi čoveka sa nogama u laboru, više: »Čovek u moru!« Pomak od realnosti ka apstrakciji uočljiv je i kod svih ostalih simbola standarda ili kvaliteta života, kako vreme odmiče a kriza i inflacija napreduju.

Penzioneri, radnici i prosjaci redovno se sreću, odnosno predstavljaju glavne junake pomenutih karikatura. Oni najčešće komentarišu svoju bednu situaciju čiji su grafički simboli zakrpe, izvrnuti prazni džepovi, koverti za lični dohodak i prosjački šeširi. Iza njih dolaze stereotipni junaci viceva i karikatura: lopovi, bračni i vanbračni partneri, žene sa ulice, lekari i drugi urbani slojevi društva. Seljaci se veoma retko spominju, obično u situaciji i ambijentu pijace. Na jednoj karikaturi seljak nudi svoje proizvode za američke dolare i nemačke marke, na drugoj, prodaje na čekove u tri rate. Ipak, najindikativniji je primer seljaka koji kritikuje novonastalu situaciju rečima: »Što misli nova vlada! Pre sam mogao za ispraćaj sina u vojsku i ćerkinu svadbu da pozovem po hiljadu zvanica, a sada za mladeg sina i ćerku jedva nekoliko stotina!« Ton te karikature drastično odudara od većine ostalih, koje govore o odricanju, gladi, nemogućnosti ostvarivanja elementarnih životnih potreba. Time se nedvosmisleno daje do znanja koliko su seljaci u privilegovanom položaju u odnosu na gradsko stanovništvo i relativno slabo pogođeni rastom inflacije. Iznenaduje takode izostanak prikaza generacije adolescenata na karikaturama i njihova ugla gledanja na krizu. Razlog za to možda treba tražiti u činjenici što se korišćenjem mladih junaka ne uspostavlja odgovarajući ironični kontrast između prošlosti i sadašnjosti, jer vremenski raspon njihovih godina i stečenog iskustva to jednostavno ne dopušta. U tom pogledu mnogo su funkcionalnije, i zato češće, predstave male dece kao izvanredan pokazatelj brze i neočekivane izmene situacije. Njihovo navodno nepoznavanje određenih pojmova (pečenje, more, itd.) pruža odlučno sredstvo za izvođenje i naglašavanje već prisutnog apsurd. Ipak, pošto je u suštini inflacije novac, njene najveće žrtve, ljudi koji žive od mesečne zarade, ostaju glavni akteri karikatura s tom temom.

Ako se karikature posmatraju u vremenskoj dimenziji, od početka 1988. godine, kad se inflacija još kreće u granicama razumskog poimanja, do kraja 1989. godine, kad doživljava svoj apsolutni vrhunac, uočava se izvesna gradacija u oštrini

i načinu obraćanja temama. Siže i karikaturalni klišeji bivaju nepromenjeni, ali je pristup donekle drugačiji. U prvoj polovini 1988. godine, do jula meseca, izašlo je blizu sedamdeset pet karikatura: dve trećine od tog broja tretiraju inflaciju na uopšten i metaforičan način. Dominiraju uobičajeni simboli, na prvom mestu hleb i stezanje kaiša, međutim, to je i dalje posredna relacija u kojoj se oseća preteča opasnost od inflacije, ali ne i njena razorna moć prema čoveku lično. Tokom druge polovine godine ova srazmera je već obrnuta: samo je jedna trećina metaforičnih karikatura, dok su dve trećine posvećene direktnim, eksplicitnim sadržajima koji govore o nastalim posledicama, socijalnoj bedi, siromaštvu, gladi, dramatičnom sunovratu standarda. U vezi s tim poslednjim, zanimljivo je kako se varira tema luksuza. Bez obzira na stupanj životnog standarda, kategorija luksuza uvek postoji. U našem slučaju, naravno, to je ironičan odraz situacije u kojoj je došlo do naglog, kolektivnog siromašenja širokih slojeva stanovništva. Na pomenutim karikaturama luksuz se najpre vezuje za odevanje i spoljni izgled. Odrpanci se dive svojim zakrpama, prosjaci uzajamno raspituju zašto su se tako udesili, čoveku u ritama, kome ulični čistač čisti cipele, upućuje se pitanje zašto se luksuzira. Merila su promenjena, a zahtevi smanjeni. Komšijin uspeh praćen je rečima: »Dobro mu ide, može svaki dan da popije čašu piva«. I pored tendenciozne i sarkastične žaoke, te karikature ipak zadržavaju izvesnu notu neopterećene duhovitosti. Nasuprot njima, one retke u kojima se hleb uzima kao simbol luksuza – na primer, hleb kao delikates u luksuznom restoranu – imaju oporost i neprijatnu težinu crnog humora. Crni humor se, inače, provlači od prvih ispitanih brojeva do kraja pregledanog perioda, kad dobija na brojnosti i intenzitetu. Međutim, kako vreme odmiče a inflacija hvata zamah, karikature bivaju sve manje posredovane. Poruka koju prenose je direktna. Ne ulaže se mnogo truda da bi se postigao efekat komičnog, a često se varira i motiv smrti. Na primer, čovek otvara vrata i, kad ugleda smrt s kosom u ruci, kaže: »Uh, dobro je, a ja se uplašio da zvoni inkasant«. Ili, karikatura sa nacrtanom nadgrobnom pločom na kojoj je urezano ime pokojnika, a umesto godina rođenja i smrti, cifre inflacije od 8% i 1130%. Ponavljanje crnohumornih sadržaja ne ostavlja utisak o neobaveznom žanrovskom mešanju, već pre ukazuje na svesno posezanje za sredstvom kojim se najbolje može izraziti odgovarajuće raspoloženje i stanje duha.

I na kraju, što možemo zaključiti o karikaturama koje se odnose na inflaciju i o inflaciji na osnovu ovih karikatura? Uz sve ograde i dileme koje nam jedan takav medij postavlja u pogledu izvođenja opštih zaključaka o određenoj društvenoj pojavi, njegov značaj kao izvora posebnih uvida i saznanja ne bi trebalo potceniti. Novinska karikatura ostavila je možda jedino zabeleženo i zaokruženo svedočanstvo o pojavi koja je kao elementarna nepogoda uzdrmla temelje društva i ostavila neprolazan trag u našem iskustvu. Već i kratka vremenska distanca dopušta da se to shvati. Kroz tipične karikaturalne transpozicije i klišeje izbija zbilja sa svojim složenim problemima i različitim psihološkim stanjima koja ih prate. Koliko su ti problemi ozbiljni i preteći, govori i podatak da među karikaturama sa temom inflacije gotovo uopšte nema onih koje se bave kritikom društva, društvenog raslojavanja i nejednakosti. Prostor za satirični angažman oduzima elementarna egzistencija, obojena strahom i neizvesnošću. Poremećeni odnosi vrednosti, razgrađivanje dojučerašnjih statusnih simbola, osećanje nemoći pred nekontrolisanom stihijom,

zbunjenost i privid pokušaja snalaženja, mogu se čitati i između redova. To dovoljno jasno nagoveštava o kakvoj je pojavi reč. Karikature »Ošišanog ježa« pričaju priču o krizi upotrebljavajući ključne elemente svakidašnjeg života i kulture. Istovremeno, one razotkrivaju krhkost osnovnih sistema društvene organizacije suočenih sa procesima koji se u svakom trenutku mogu oteći ispod labilne i samouverene kontrole čoveka.

## LITERATURA

*Rečnik književnih termina*, Nolit, Beograd, 1985, str. 316.

### INFLATION IN THE »OŠIŠANI JEŽ« CARTOONS

#### Summary

The paper deals with the phenomenon of inflation reflected through the medium of newspaper cartoons. Due to its particular qualities as a genre, cartoons have probably left the most inclusive testimony of cultural, as well as psychological responses to the stressful and devastating process of economic disruption. Cartoons were being published throughout the period of rampant inflation 1988–1989, getting more numerous and intense as the crisis approached its climax towards the end of the year 1989. Some 400 cartoons issued in the well-known weekly magazine for humour and satire »Ošišani jež« have been examined for the purpose. Specific themes, metaphores, motives and symbols most often used have been analysed. The majority of cartoons are conceived in the form of a dialogue and look more like »illustrated jokes«. Certain number, however, represent metaphorical ideograms with less obvious and direct message. The central themes varied in a number of ways are those of hunger and frustration caused by impoverishment and abrupt downfall in social and economic status. Bread as a symbol of basic human needs and meat as a symbol of expected and formerly owned surplus are widely used. The main protagonists of the cartoons are labourers, beggars and retired people, all social categories dependent on regular and, under the circumstances, insufficient income. The other strata, like peasants, are represented only rarely and then with the stress on their allegedly better position. Striking is the lack of critical interest for commenting on growing social inequalities that came as a result of escalating inflation. Few cartoons comment on the current political events either. The focus is narrowed down on the problems of stark everyday living. Fictitious unbounded adaptability of people that cope happily with less than elementary living conditions is a general source of ironic remarks. With the passing of time and further aggravation of the crisis the shift toward bitter moods and rather explicit treatment of the same topics can be noticed. Black humour is exploited more often and less effort is put in the construction of comical effects.