

UDK: 316.7(497.5) "1960"
366.1(497.5) "1960"
Izvorni znanstveni članak
Primljeno: 4. 5. 2005.
Prihvaćeno: 16. 9. 2005.

Tehnika narodu! Trajna dobra, potrošnja i slobodno vrijeme u socijalističkoj Hrvatskoj

IGOR DUDA

Filozofski fakultet, Pula, Republika Hrvatska

Oblikovanje hrvatskoga masovnog potrošačkog društva početkom druge polovice 20. st., modernizacijski ciklus i ozračje napretka potaknuli su potrebu za stjecanjem trajnih potrošnih dobara, odnosno kućanskih uređaja i automobila. Ritam njihova širenja 1960-ih, 1970-ih i 1980-ih godina povezan je s ponudom na tržištu, razinom životnoga standarda i namjenom uređaja. Nabava i upotreba trajnoga dobra, često uzdignutoga na razinu statusnoga simbola, bitno su mijenjale svakodnevnicu, oblikovale slobodno vrijeme i stvarale nove životne navike.

ključne riječi: trajna potrošna dobra, kućanski uređaji, potrošačka kultura, životni standard, slobodno vrijeme, svakodnevica, modernizacija, Hrvatska, socijalizam.

Napredak novoga društva

Zasićenost prostora javne komunikacije idejama svekolikoga napretka, svijetle budućnosti te stvaranja udobnijega života u nekom boljem društvu nije bila ograničena samo na prva hrvatska i jugoslavenska desetljeća poslije Drugoga svjetskog rata. U razdoblju 1947.-1975., zlatnom dobu gospodarskoga razvitka koje je potrajalo do svjetske naftne krize, europski je dohodak po glavi stanovnika porastao za 250 posto, što je bilo više nego u prethodno stoljeće i pol.¹ Na ratom razorenom kontinentu svaka je zemlja, ovisno o početnom stupnju razvitka, zacrtanom planu i stvarnim mogućnostima, tada prolazila kroz veće ili manje gospodarsko čudo, objavljivala kako je njezinim građanima bolje nego ikada prije ili proklamirala blagostanje za sve. Vojno-politička prepolovljenost Europe nije mogla zaobići ni gospodarska, društvena i kulturna kretanja, a u oblicima svakodnevnoga života ogledala se u amerikanizaciji Zapada i službenim nastojanjima Istoka da se s njom pokušava mjeriti, da nudi nadomjeske iz programa socijalne države ili čak

¹ Vidi Derek Howard ALDCROFT, *The European Economy, 1914-2000*, Routledge, London & New York, 2001⁴, 128.; Fred SINGLETON, Bernard CARTER, *The Economy of Yugoslavia*, Croom Helm & St. Martin's Press, London & New York, 1982., 15.

proglašava pobjedu nad prezrivo i iskvarenom kapitalističkim vrijednostima. U sedamdesetima više nije bilo slijepog entuzijazma, što zbog postizanja zadovoljavajuće razine životnoga standarda (oni koji su krenuli od nule bili su i manjih zahtjeva), što zbog spoznaje da se bolja budućnost događa nekima drugima ili negdje drugdje. U osamdesetima je postalo jasno da socijalistički model, usprkos pruženoj socijalnoj sigurnosti, ima ozbiljnih strukturnih poteškoća, iznova i u redovitoj opskrbi potrošača osnovnom robom.

Retorika napretka, osobito onog tehnološkog koji je zaokupljao pozornost javnosti još od početaka široke primjene parnoga stroja i industrijske revolucije, prvi je snažni misaoni impuls u dvadesetom stoljeću dobila 1909. s futurističkim manifestom. Filippo Tommaso Marinetti oduševljavao se brzinom i bukom strojeva, Dziga Vertov u *Čovjeku s filmskom kamerom* (1929.) nadahnjivao radnim ritmom i industrijalizacijom, a temeljno je modernističko načelo tijekom cijeloga stoljeća ostalo da je tehnologija temelj napretka. Bolji strojevi bili su znak višega stupnja ljudske slobode i jedini put prema novom svijetu budućnosti, kojim će upravljati inženjeri i stručnjaci.² Kako bi modernizacija bila potpuna, a modernistička prosvjetiteljska nastojanja za sretnom obitelji koja skladno živi u čistom, urednom, nadasve higijenski sigurnom i udobnom domu u kojem se rado boravi, tehnološku je modernizaciju trebalo demokratizirati te je iz tvornica i prometnica dovesti u privatni svijet svakodnevice. Samo je masovna uporaba strojeva jamčila uspjeh tehnološke revolucije, a stroj stavljen u službu obitelji značio je preustroj ustaljenih kućnih običaja, navika i praksi. Stroj u kući na muško-ženske odnose mogao je imati dvojak utjecaj. S tradicionalnog, posebno katoličkog stajališta, ženi koja je poglavito kućanica i majka olakšao je obavljanje kućanskih poslova i ispunjavanje dužnosti prema suprugu i djeci.³ S liberalnog i socijalističkog gledišta, stroj u kući pomoć je ženi kojoj je mjesto u svijetu organizirane podjele rada, a olakšavanje ili čak podjela kućanskih poslova nužni su za ulazak žene u sferu javnosti, njezino oslobađanje i samoostvarenje. Društvene promjene i automatizacija doma, stvorile su tako ženu koja je istodobno bila i radnica, i domaćica, i majka, ali postupno i novoga muškarca koji se izgrađujući partnerski odnos uključivao u rad u kući, a ne samo izvan i oko nje.⁴ Povrh toga, olakšavanjem i podjelom obavljanja kućanskih poslova, skraćivanjem radnoga vremena i uvođenjem plaćenog odmora, nastao je prostor za slobodno vrijeme i niz mogućnosti za njegovo ispunjavanje.

Novo socijalističko društvo u Hrvatskoj druge polovice dvadesetoga stoljeća bilo je izgrađeno i na modernizaciji, i imperativu napretka, i industrijalizaciji, i proklamiranoj ravnopravnosti spolova, i stvaranju boljega života

² Vidi Robert L. FROST, "Machine Liberation: Inventing Housewives and Home Appliances in Interwar France", *French Historical Studies*, 1993. (18), br. 1, 109.-110.

³ Isti, 119.-122.

⁴ Vidi Martin FRANCIS, "The Domestication of the Male? Recent Research on Nineteenth- and Twentieth-Century British Masculinity", *The Historical Journal*, 2002. (45), br. 3.

za sve, posebno za radničku klasu. Ideologija socijalizma podrazumijevala je i ubrzani tehnološki razvoj:

“Izgraditi socijalizam znači stvoriti tehniku i ovladati njom. A tehničari danas nema granice. Ona je univerzalna i pripada čitavom čovječanstvu. Tehnički i naučni pronalasci nisu nešto usko, uokvireno granicama, već svojina čovječanstva, i narod koji tom čovječanstvu daje više - prema tome se i cijeni”.⁵

U skladu s tim bilo je i djelovanje Narodne tehnike Jugoslavije, koja je od 1948. izdavala svoj mjesečnik *Tehnika narodu*, te njezinih republičkih organizacija, među kojima i Narodne tehnike Hrvatske (danas Hrvatska zajednica tehničke kulture) čiji je glavni odbor od 1950. izdavao mjesečnik (1963. polumjesečnik) *Narodna tehnika. Časopis za popularnu tehniku*, od 1952. do 1966. pod naslovom *Savremena tehnika. Časopis za popularizaciju tehnike*. Poglavitito namijenjen ljubiteljima tehnike i novih tehnoloških izuma, časopis nije mogao izbjeći ni tih godina vruću temu trajnih potrošnih dobara za kućanstvo, o kojima su često pisali i dnevnici i drugi popularni tjednici, osobito šezdesetih godina kada se na tržištu odjednom pojavilo više noviteta.

No, preduvjet za ovladavanje tehnikom i u socijalističkim su okolnostima bile fordistička masovna proizvodnja i masovna potrošnja. Prva je podrazumijevala uspješnu industrijalizaciju, osobito laku industriju i proizvodnju robe široke potrošnje, u što se Jugoslavija izrazitije počela upuštati kasnih pedesetih godina, a druga je zahtijevala postojanje potrošačkoga društva s razvijenom maloprodajnom mrežom, dovoljnim količinama robe i platežno sposobnim potrošačima koji osjećaju potrebu za novim proizvodima. Potrošačko društvo je upravo ono u kojem su izbor i kredit lako dostupni, u kojem su društvene vrijednosti određene kupovnom moći i materijalnim vlasništvom, i u kojem postoji želja za onim što je novo, uzbudljivo i moderno.⁶ To je društvo u kojem velik broj ljudi ulaže znatan dio svog osobnog identiteta, smisla i značenja te emocionalnoga zadovoljstva u traženje i stjecanje robe.⁷ Istina, kod povjesničara i teoretičara postoje dvojbe o tome jesu li socijalistička društva mogla ispuniti ove kriterije i jesu li uopće mogla biti potrošačka.⁸ Iako temeljita istraživanja cjelokupnog socijalističkog razdoblja u Hrvatskoj tek valja provesti, s velikom se sigurnošću može reći da je hrvatsko društvo šezdesetih, sedamdesetih i osamdesetih bilo potrošačko: postojala je izražena želja za novim, kupljeni proizvodi, pa tako i trajna potrošna dobra, postajali su statusnim simbolima, a krediti i obročno plaća-

⁵ Tito na I. kongresu Narodne tehnike Jugoslavije, *Narodna tehnika*, 1952., 5.

⁶ Usp. John BENSON, *The Rise of Consumer Society in Britain, 1880-1980*, Longman, London & New York, 1994., 4.; Peter N. STEARNS, “Stages of Consumerism: Recent Work on the Issues of Periodization”, *Journal of Modern History*, 1997. (69), br. 1, 105.

⁷ Usp. STEARNS, 105.

⁸ Vidi Jean-Christophe AGNEW, “Coming up for Air: Consumer Culture in Historical Perspective”, *Consumption and the World of Goods* (ur. John Brewer i Roy Porter), Routledge, London, 1993., 34.; Victoria DE GRAZIA, “Introduction”, *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective* (ur. Victoria de Grazia i Ellen Furlough), University of California Press, Berkley – Los Angeles – London, 1996., 2.

nje olakšavali su kupnju. Usporedbe s razvijenim zapadnim zemljama pokazuju da svega toga u Hrvatskoj nije bilo u jednakim količinama kao ondje, kaskanja je uostalom bilo na svim područjima, ali potrošačka kultura svakako je osvojila hrvatske i jugoslavenske mase.⁹ Razvoj potrošačkoga društva u socijalističkim okolnostima nesavršene opskrbe ne treba čuditi jer se, primjerice, u međuratnoj Francuskoj potrošački mentalitet razvio na simboličkoj razini i bez zadovoljavajuće opskrbe robom, što je bio odličan temelj za poratni procvat.¹⁰ Jednako će tako nezadovoljstvo dotadašnjom razinom dostupnosti i izbora robe, u postsocijalističkoj Hrvatskoj biti razriješeno iznimnim bujanjem potrošačke kulture.

“Planirano povećanje proizvodnje robe široke potrošnje, ostvareno većom produktivnošću a manje brojem novozaposlenih, osigurat će širi asortiman koji će biti dopunjen i uvozom. Predaleko bi nas dovelo kad bismo nabrajali koliko ćemo imati više pojedinih prehrambenih ili drugih industrijskih proizvoda po jednom stanovniku. [...] Koliko ima takvih primjera iz svakodnevnog života, tu, na dohvat ruke, koji najrječitije “govore” koliko se povećala naša osobna potrošnja! Danas već smatramo svojim pravom i kulturnom potrebom da živimo u elektrificiranom domaćinstvu...”¹¹

U jeku jugoslavenskoga privrednoga čuda (1955.-1961.) ideološko opravdanje opskrbe i potrošnje te odavanja mladoga socijalističkoga društva materijalnim vrijednostima ponudio je Program SKJ iz 1958.: budući da je suština socijalističke gospodarske politike briga za potrebe čovjeka, poboljšanje materijalnih i kulturnih uvjeta života te brži ekonomski napredak cjelokupnog društva, potrebno je postići i bolje usluživanje potrošača robom.¹² Poticaji za razvitak potrošačke kulture dolazili su iz dva smjera: odozgo, radi stvaranja sretnijih građana koji će imati povjerenja u vlast; i odozdo, od stanovništva koje nije živjelo u izolaciji i znalo je kako se živi kod zapadnih susjeda, a svim je silama, posebice njegova gradska i zaposlena sastavnica, nastojalo oblikovati ugodan život i udoban dom, gotovo po mjeri iz medija sve bolje poznatog *američkoga načina života* koji je, uz ostalo, podrazumijevao svim uređajima opremljenu kuhinju, kupaonicu unutar stana ili kuće, dnevni boravak s televizorom i automobil. Takav je životni stil milijunu posjetitelja predstavljen na izložbi postavljenoj u Američkom paviljonu Zagrebačkoga velesajma već 1957.: “Veliki hladnjak, stroj za pranje posuđa i sušenje rublja bit će uključen u model kuće. Klima uređaj, hi-fi, TV, knjige,

⁹ Vidi Ivan T. BEREND, *Central and Eastern Europe 1944-1993: Detour from the Periphery to the Periphery*, Cambridge University Press, Cambridge 1996., 164.; Dušan BILANDŽIĆ, *Hrvatska moderna povijest*, Golden marketing, Zagreb 1999., 635.; Igor DUDA, *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb 2005.

¹⁰ R. L. FROST, n. dj., 112

¹¹ “Osobna potrošnja u društvenom planu 1964.”, *Vjesnik*, 10. prosinca 1963.

¹² Vidi *Program Saveza komunista Jugoslavije. Prihvaćen na Sedmom kongresu Saveza komunista Jugoslavije (22-26. travnja 1958. u Ljubljani)*, Sisak 1984., 104., 151., 185.

gramofonske ploče, pribor za jelo, piće, svjetla, zavjese, sagovi...¹³ Sličnih izložbi noviteta, tečajeva za njihovo korištenje, savjeta u tisku i posebnim priručnicima u Hrvatskoj, kao ni u drugim europskim zemljama, tih godina nije nedostajalo. Izložbu poput zagrebačke Amerikanci su 1959. priredili u Moskvi, nastojeći potaknuti Sovjete da dio sredstava iz vojnih programa preusmjere ka podizanju kvalitete života, osobito k olakšavanju svakodnevice sovjetskih domaćica.¹⁴ Opći je cilj je svih izložbi bio potrošače uvjeriti da im je tehnika potrebna te da će ona svima donijeti bolji život u skoroj budućnosti. Mnogi su tako u Hrvatskoj svoje slobodno vrijeme od šezdesetih nadalje provodili upravo čitajući *upute*, *uputstva* i *navodila* nekog od jugoslavenskih proizvođača ili uvoznika te isprobavajući tehnološke inovacije.

Potrošači u utrci za trajnim dobrima

Urbanizacija, nove male obitelji, povećanje plaća, kvalitetniji životni i radni uvjeti te *revolucija trajnih potrošnih dobara* zajednička su obilježja europske povijesti u desetljećima međublokovske podjele.¹⁵ Znaci revolucije na njezinu su početku bili jasno vidljivi u hrvatskome tisku. *Vjesnik* je tako 1958. pisao o električnom pokrivaču, električnom umivaoniku, "malom sobnom tzv. frižider-baru" i automatskom gramofonu, dok su se 1963. na popisu novih proizvoda našli "centrifuge za sušenje rublja", uvozni aparati za brijanje i "ekspresni rešo".¹⁶ *Savremena tehnika* tih je godina osim o tajnama rada električnoga štednjaka, hladnjaka, perilice rublja i gramofona, o radioprijemnicima, televizoru i televizijskoj tehnologiji, motociklima i automobilima, pisala i o manjim uređajima poput miksera, "tlačnih" i električnih lonaca, glačala, usisavača, brijaćih aparata, magnetofona, ali i o uređajima koji se neće tako brzo udomačiti na hrvatskom tržištu – "radarskom štednjaku", električnoj četkici za zube, televizoru manjem od telefona, džepnom gramofonu, "ušnom radiju", daljinskom upravljaču za televizor, pa čak i o spravi za pranje glave, minijaturnom stroju za pranje rublja i električnim zidnim tapetama.¹⁷ Godine tehnološke revolucije, razvoja svemirskih programa i iščekivanja čovjekove šetnje po Mjesecu bile su i vrijeme bujanja kućanske tehnike pa se duh gotovo ostvarene znanstvene fantastike našao

¹³ Tvrtko JAKOVINA, "Narodni kapitalizam protiv narodnih demokracija. Američki supermarket na Zagrebačkom velesajmu 1957. godine", *Zbornik Mire Kolar Dimitrijević* (ur. Damir Agičić), FF Press, Zagreb 2003., 469.-479., 473.

¹⁴ Vidi Susan E. REID, "Cold War in the Kitchen: Gender and the De-Stalinization of Consumer Taste in the Soviet Union under Khrushchev", *Slavic Review*, 2002. (61), br. 2, 223.-225., 240.-242.

¹⁵ Vidi Frank B. TIPTON, Robert ALDRICH, *An Economic and Social History of Europe, From 1939 to the Present*, Macmillan, Basingstoke, 1987.

¹⁶ Vidi "Novo u izložima", *Vjesnik*, 5. prosinca 1958.; "Novosti u zagrebačkim prodavaonicama", *Vjesnik*, 10. prosinca 1963.; "Novi proizvodi za domaćinstvo", *isto*.

¹⁷ Vidi *Narodna tehnika*, časopis za popularnu tehniku, ur. Antun Zahej, 1950.-1951.; *Savremena tehnika*, časopis za popularizaciju tehnike (od 1960. časopis za popularizaciju nauke i tehnike), ur. Antun Zahej, Vera Jurić, Branko Gjurgjan, Ante Rodin, Vjekoslav Bosnar, Marcel Čukli, 1952.-1966.

i u *Savremenoj tehnici*. Utjecaj novih uređaja i njihove uporabe bio je dalekosežan i postupno dovodio do korjenitih društvenih promjena, preustroja životnoga prostora unutar doma, povećanja kvalitete života i oblikovanja drugačijih navika.

Među najpouzdanijim izvorima za povijest uporabe trajnih dobara, rezultati su istraživanja osobne potrošnje i životnoga standarda, koje je provodio ondašnji Republički zavod za statistiku. Ankete o prihodima, rashodima i potrošnji kućanstava provodile su se u pravilu svakih pet godina od početka šezdesetih do 1988.¹⁸ Od 1984. do kraja socijalističkog razdoblja 1990. stanovništvo je anketirano svake godine.¹⁹ Pored ovih anketa kojima su obuhvaćene sve skupine stanovništva, vrijedan su izvor i rezultati posebnih istraživanja prilika u radničkim i seoskim kućanstvima.²⁰ Podaci općih anketa za 1968., 1973., 1978., 1983., 1988. i oni godišnjih anketa iz osamdesetih godina dobiveni su istom metodom i potpuno su usporedivi, dok se oni iz 1962. odnose samo na kućanstva u kojima je bar jedan član bio zaposlen. Dobiva se tako vrijedan statistički niz za razdoblje u trajanju oko četvrt stoljeća, od samog početka masovnog širenja trajnih dobara pa sve do svršetka jednoga povijesnog razdoblja. U Hrvatskoj je anketa 1968. provedena na uzorku od 2.744 kućanstva, 1973. uključeno je bilo 3.197, 1978. 2.785, 1983. i 1988. po 2.800 kućanstava, dok ih je godišnjom anketom 1990. obuhvaćeno 940. Podaci pokazuju trend smanjivanja prosječne obitelji i povećanja broja zaposlenih članova, no uz razliku od oko pola člana (0,5) između početka i kraja razdoblja, može se zaključiti da na razini prosječnih podataka iz socijalističkoga razdoblja socijalna povijest druge polovice dvadesetoga stoljeća mora računati s tročlanom (realno najčešće tročlanom i četveročlanom) hrvatskom obitelji u kojoj je češće samo jedan član (roditelj) zaposlen. Uslijed procvata stanogradnje i porasta standarda životni uvjeti takve obitelji bivali su sve boljima. Ne ulazeći dublje u prošlost, u godine kad je

¹⁸ Vidi Josip BOŽIČEVIĆ, "Standard i osobna potrošnja domaćinstava u SR Hrvatskoj 1962/63.-1968.", *Prikazi*, 33, Republički Zavod za statistiku SRH, Zagreb 1969.; "Lična potrošnja 1968. Prethodni rezultati osnovnih pokazatelja ankete o ličnoj potrošnji stanovništva SR Hrvatske", *Dokumentacija*, 1969., 401; "Prihodi, rashodi i osobna potrošnja domaćinstava u SR Hrvatskoj 1973. Prethodni rezultati osnovnih pokazatelja ankete o prihodima, rashodima i potrošnji domaćinstava u 1973. godini", *Dokumentacija*, 1974., 188; "Prihodi, rashodi i osobna potrošnja domaćinstava u 1978. (Konačni rezultati ankete)", *Dokumentacija*, 1981., 427; "Prihodi, rashodi i osobna potrošnja domaćinstava u 1983. (Konačni rezultati ankete)", *Dokumentacija*, 1985., 605; "Osobna potrošnja u domaćinstvima 1988. Anketa na povećanom uzorku", *Dokumentacija*, 1991., 807.

¹⁹ Vidi "Anketa o potrošnji u domaćinstvima 1984.", *Dokumentacija*, 648; "Anketa o potrošnji u domaćinstvima 1985.", *Dokumentacija*, 664; "Anketa o potrošnji u domaćinstvima 1986.", *Dokumentacija*, 679; "Anketa o potrošnji u domaćinstvima 1987.", *Dokumentacija*, 706; "Anketa o potrošnji u domaćinstvima 1988.", *Dokumentacija*, 749; "Prihodi, rashodi i osobna potrošnja domaćinstava u Republici Hrvatskoj 1990.", *Dokumentacija*, 840.

²⁰ Vidi "Prihodi i osobna potrošnja radničkih obitelji u SR Hrvatskoj 1965-1973.", *Dokumentacija*, 1973., 155; "Prihodi i osobna potrošnja radničkih obitelji u SR Hrvatskoj 1973-1979.", *Dokumentacija*, 1980., 406; "Prihodi i osobna potrošnja radničkih obitelji u SR Hrvatskoj 1979-1983.", *Dokumentacija*, 1985., 598. Podatke o seoskim kućanstvima vidi u: *Dokumentacija*, 10, 21, 30, 69, 93, 124, 154, 189, 227, 260, 297, 340, 377, 403, 443.

elektrifikacija sama po sebi bila znak napretka, već i usporedba podataka za 1978. i 1988. jasno pokazuje trend promjena. Udio kućanstava koja su imala samo priključak na električnu mrežu, ne i na primjerice vodovodnu i plinsku, pao je u tom razdoblju s 31,9 na 16,9 posto, dok je udio onih s kupao-nicom porastao s 53,4 na 82,8 posto. Hrvati su, dakle, ugodnije i češće mogli održavati osobnu higijenu, te uživati u drugim blagodatima infrastrukture, iako se to u većem broju odnosilo na one iz skupine nepoljoprivrednoga stanovništva. Članu obitelji pripadalo je 1978. dvadesetak četvornih metara stambenoga prostora, a telefonirati se moglo tek iz svakog šestog doma. Jednako kao desetljeće ranije, većina je obitelji 1988. živjela u dvosobnim i trosobnim stanovima. Koju godinu prije ukidanja takva sustava, trećina je hrvatskih obitelji stambeni prostor uživala zahvaljujući članu koji je bio nositelj stanarskoga prava, dok je čak dvije trećine kućanstava bilo vlasnikom svoga doma. Poznavanje razine temeljnih životnih uvjeta važan je preduvjet za razumijevanje fenomena nabave potrošnih dobara jer se, primjerice, osim kao izložak perilica rublja ne može tražiti u kući koja nije spojena na vodovodnu mrežu, jednako kao što se uporaba nijednog drugog električnog uređaja obično ne može očekivati u neelektrificiranom kućanstvu, iako se uređaj ondje može naći kao znak privatne novčane sposobnosti za njegovu kupnju i kao znak očekivanja skoroga poboljšanja javne infrastrukturne mreže. Uređaj u tom slučaju postaje statusni simbol neovisno o tome upotrebljava li se ili ne. Neupotreba ne dovodi u pitanje simboličku vrijednost trajnog dobra, ali njegova funkcionalna vrijednost u tom slučaju nikako nije ostvarena.²¹

Očekivano, i u skladu s poboljšanjem stambenih uvjeta, ankete pokazuju stalan porast vlasništva nad trajnim potrošnim dobrima (v. tablica 1). Tako je od početka šezdesetih do kraja osamdesetih udio kućanstava s električnim ili plinskim štednjakom porastao s 19,1 na 99,9 posto, kućanstava s hladnjakom s 13,4 na 90,5, onih s perilicom rublja s 4,8 na 79,2, a s televizorom sa 7,2 na 94,4 posto. Još 1968. samo se radioprijemnik mogao naći u više od polovice domova, dok su dva desetljeća kasnije u gotovo svakom domu bili električni ili plinski štednjak, hladnjak, televizor, u četiri petine domova perilica rublja, a u svakom drugom televizor u boji i kasetofon. Modernizacija je zahvatila i prostor izvan doma te je krajem promatranoga razdoblja gotovo svako drugo kućanstvo posjedovalo osobni automobil. Nisu se, međutim, svi uređaji širili jednakim ritmom. Poredak postizanja natpolovične proširenosti je sljedeći: radio, električni ili plinski štednjak, televizor, hladnjak, perilica rublja, usisavač i zamrzivač. Nijedno drugo u anketu uključeno dobro do 1990. nije postiglo natpolovičnu zastupljenost. Brzina širenja ovisila je o prihodima, cijeni, namjeni, dostupnosti na tržištu, postojanju potrebe i želje za određenim proizvodom, broju žena s vlastitim primanjima i njihovu utjecaju na odluku o kupnji te o određenim vanjskim okolnostima uvjetovanim općim gospodarskim prilikama u zemlji. Potreba za suvremenim štednjakom, primjerice, bila je primarna radi prehrane obitelji, a u gradskom stanu

²¹ R. L. FROST, n. dj., 129.

takvom štednjaku nije bilo alternative. Hladnjak, nužan za čuvanje hrane, i televizor, kao dugoročno najjeftiniji izvor zabave i informacija, širili su se jednakim ritmom. Da su odluku o tome donosile samo žene, perilica rublja sigurno bi u kućanstva prodirala znatno brže, no pojavom automatske perilice krivulja porasta njezine proširenosti između 1968. i 1973. ipak je najstrmija u usporedbi s krivuljama svih ostalih uređaja, što znači da se perilica u tom petogodišnjem razdoblju širila brže od bilo kojeg uređaja u vremenu od početka šezdesetih do 1990. (v. graf 1). Po vrijednostima su joj u razdoblju njezina booma bliski hladnjak, crnobijeli televizor i štednjak, a desetljeće kasnije i neki drugi uređaji. Ranih osamdesetih, kada se tržište zasitilo već dobro poznatih dobara i kada njihove krivulje u usporedbi s naglim usponima krajem šezdesetih postaju znatno blažima, brzinom širenja odskoču televizor u boji, kasetofon i zamrzivač. Dok je uspješnost prvih dvaju uređaja plod zanimanja za tehnološke novitete i hvatanja koraka s modernizacijom industrije zabave, boom zamrzavanja hrane jasna je posljedica gospodarske krize i poremećaja na tržištu mesa zbog čega se ono kupuje u većim količinama i potom čuva za razdoblja nestašice. Odras krize i nestašice goriva, ali sigurno i djelomičnog zasićenja platežno sposobnoga dijela tržišta, usporena je motorizacija u prvoj polovici osamdesetih. Širenje ostalih dobara, poput fotoaparata ili perilice posuđa, znatno je usporeno, dok automobil pokazuje nešto bolje rezultate, osobito tijekom sedamdesetih godina. Pad vlasništva nad radioprijemnikom i gramofonom znak je gubitka zanimanja za stare medije uslijed pojave novih tehnologija i uređaja.

Po opremljenosti je predvodila kategorija stanovništva koju ankete nazivaju radnička kućanstva, što zapravo podrazumijeva sva ona kućanstva čiji su nositelji zaposleni u nepoljoprivrednim djelatnostima (v. graf 2). Takve široko shvaćene radničke obitelji već su 1978. u 94,5 posto slučajeva imale televizor, 92,6 posto hladnjak, 83,3 posto perilicu rublja, 71,9 posto usisavač, 55,3 posto automobil i 35,7 posto fotoaparat, što su sve udjeli koje ukupna kućanstva nisu premašila ni 1990. Ovakve unutarhrvatske usporedbe moguće je povezati s istraživanjima za Sjedinjene Američke Države te Englesku i Wales.²² Spomenute 1978. hrvatske su radničke obitelji perilicu i hladnjak posjedovale rjeđe nego američke obitelji, ali su zato čak premašivale ukupni englesko-velški postotak (75,1 za perilicu, odnosno 74,2 za hladnjak). Hrvatska su se kućanstva u cjelini 1978. po posjedovanju perilice nalazila tamo gdje su američka bila 1938., a englesko-velška 1966.; po posjedovanju hladnjaka bila su jednaka američkima iz 1949. i englesko-velškima iz 1974.; po vlasništvu nad usisavačem bila su u američkoj 1929. i englesko-velškim četrdesetim godinama; crnobijeli televizor imala su u mjeri kojoj su to američka imala 1953., a englesko-velška 1959., dok su po posjedovanju prijemnika u boji bila jednaka američkima iz 1963. i englesko-velškima iz 1971. Hrvatski su potrošači tako, ovisno o uređaju, 1978. za engleskima kasnili od

²² Vidi Sue BOWDEN, Avner OFFER, "Household Appliances and the Use of Time: The United States and Britain Since the 1920s", *The Economic History Review*, 1994. (47), br. 4.

četiri do trideset godina, dok je samo desetljeće ranije kašnjenje iznosilo od pet do gotovo četrdeset godina.

Razlozi za ovakvo zaostajanje, kako Europe za Amerikom, tako i Hrvatske za najrazvijenijim europskim zemljama, višestruki su, a njihov doseg nije ograničen samo na područje trajnih dobara. Ostavi li se po strani uspješnost industrije robe široke potrošnje, otvorenost uvozu, postojanje potražnje i ukupna tehnološka razvijenost zemlje, jedno od mogućih objašnjenja hrvatskih prilika može dati usporedba prosječne plaće i cijena sedam najuobičajenijih kućanskih uređaja (štednjak, hladnjak, televizor, radio, perilica, usisavač, glačalo) u razdoblju od 1962. do 1988. Zavod za statistiku svojom je metodologijom utvrđivao prosječnu cijenu pojedinih proizvoda, a nepostojanje obimne ponude proizvoda velikoga broja različitih proizvođača i raznih inačica izvedbi, olakšavalo je izračun. Isti izvor ne donosi cijene za 1989. i 1990., vjerojatno zbog visoke inflacije i nešto bogatije ponude proizvoda, do koje je došlo s većim otvaranjem tržišta prema inozemstvu. Ono što se, uslijed tehnološke modernizacije, s godinama mijenjalo bile su značajke proizvoda. Otuda, primjerice, velik skok cijene perilice rublja 1967. jer se s poluautomatskog prešlo na praćenje cijene automatskoga stroja. Slične su inovacije zadesile i druge uređaje: veći broj grijača na štednjaku, broj cijevi u radioprijemniku, regulator na glačalu ili pak veća zapremina hladnjaka. Usporedba cijena i plaća (v. graf 3) pokazuje da je 1962. samo iznos koji je valjalo izdvojiti za glačalo bio manji od iznosa prosječne plaće, dapače plaćom se moglo kupiti čak petnaest glačala. Cijenu nižu od plaće usisavač i radio postigli su 1964., štednjak godinu kasnije, ali je 1985., 1987. i 1988. iznova bio izvan domašaja mjesečne zarade. Plaća je po prvi put mogla pokriti kupnju hladnjaka 1971., dok je desetljeće ranije trebalo izdvojiti čak pet-šest plaća, no nikada se za prosječnu plaću nisu mogla dobiti dva hladnjaka. Televizor je 1962. stajao čak sedam plaća, sredinom sedamdesetih plaću i pol. Plaća je premašila njegovu cijenu tek 1978., ali je televizor iznova ostao izvan njezina dosega 1980., 1982.-1985. i 1987.-1988. Cijena perilice rublja gotovo se približila plaći također 1978., ali nikada nije pala ispod te razine. Tako je 1968. za nju valjalo izdvojiti tri plaće, a 1988. tek plaću manje. Štednjak je bio najpristupačniji 1969., perilica 1978., televizor, usisavač i glačalo 1979., hladnjak 1980., radio 1982.

Promjene odnosa plaće i cijena posljedica su dvojakoga procesa: s jedne strane ovise o visini plaće čija realna vrijednost nije uvijek bila jednaka pa su porast kupovne moći i povoljni kreditni uvjeti povećavali prostor potrošnje; s druge strane na odnos utječe pad cijena proizvoda do kojeg dolazi s masovnijom proizvodnjom i tehnološkim napretkom. Postojanje ovih podataka omogućava otkrivanje najpovoljnije godine za kućenje: bila je to 1979. Po povoljnosti omjera plaće i cijena kućanskih uređaja slijede redom godine koje je okružuju: 1978., 1980., 1977., 1981., 1976., 1982., 1983. Na dnu ljestvice pogodnosti su uglavnom kronološki poredane šezdesete godine, a nad njima se, što je prilično nisko, našla 1988. Početak druge polovice osamdesetih bio je tako na razini ranih sedamdesetih. Zamjetan je i udar na standard do kojeg je došlo 1985. Budući da se širenje dobara najbrže odvijalo do

polovice sedamdesetih, nepovoljnost omjera cijena i plaće pokazuje kako se ono odvijalo u okolnostima težim od onih kakve su vladale u financijski najpovoljnijem razdoblju od 1977. do 1981., kada je tržište već bilo djelomično zasićeno pa usprkos povoljnom odnosu plaće i cijena, nema naglih uspona klasične bijele tehnike, ali se znatan novac zato usmjerava na novite – televizor u boji, kasetofon i zamrzivač.

Smještanje najpovoljnijega razdoblja za kupnju trajnih dobara u godi- ne oko 1979. u skladu je s drugim gospodarskim pokazateljima. Stopa rasta društvenoga proizvoda u Hrvatskoj od 1966. do 1979. iznosila je 6,9 posto godišnje, za razdoblje od 1980. do 1989. tek 0,1 posto.²³ Od 1966. do 1980. društveni je proizvod per capita porastao oko sedam puta, a vrijednost osobne potrošnje po stanovniku oko šest puta.²⁴ Sve do početka osamdesetih rastao je i udio trajnih dobara u strukturi osobne potrošnje hrvatskih kućanstava: 1970. iznosio je 4,5 posto, 1975. i 1980. 5,0 posto, da bi nakon što su plaće 1980-1986. realno smanjene za 14,4 posto, 1987. pao na 4,1, a do 1990. na samo 2 posto.²⁵ Kasne sedamdesete vrijeme su najviših realnih vrijednosti plaća u socijalističkom razdoblju, ali i doba najvećeg zaduživanja Jugoslavije u inozemstvu. Pozitivna su kretanja do 1980. izravno utjecala na povećanje životnoga standarda, no tada nastupa gospodarska stagnacija koja će djelomično doprinijeti usporavanju utrke za trajnim dobrima. Krajem osamdesetih izlaz je ponudila hiperinflacija jer je korisnicima kredita bez valutne klauzule gotovo izbrisala vrijednost njihova duga.²⁶ U takvim okolnostima vjerojatna je istodobna percepcija javnosti o ukupnom poboljšanju životnih uvjeta, ali i o pogoršanju financijske situacije.²⁷

Slobodno vrijeme pod utjecajem tehnološke modernizacije

Vrijednost slobodnoga vremena u industrijskom je društvu neprestano rasla od druge polovice devetnaestoga stoljeća.²⁸ Ono je od predmeta sindikalnih zahtjeva motiviranih fizičkom iscrpljenošću radništva, u drugoj polovici dvadesetoga stoljeća u Europi postalo psihološkom potrebom i očekivanim pravom. Poslodavci su shvatili da odmoran radnik postiže veću proizvodnost, a države su, u želji da svoje građane učine sretnijima, na kralima poratnoga gospodarskog uzleta same promovirale blagostanje za sve, a

²³ Vidi Nada DENONA BOGOVIĆ, "Dugoročna obilježja osobne potrošnje u Republici Hrvatskoj", *Ekonomski pregled*, 2002. (53), br. 7-8, 627.

²⁴ Vidi *isto*, 634.

²⁵ *Isto*.

²⁶ Vidi Željko LOVRINČEVIĆ, "Osobna potrošnja u Hrvatskoj u razdoblju 1970.-99. Konstrukcija serije i empirijsko modeliranje", *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 2000., br. 82, 117.

²⁷ Analogija prema istraživanju u Sloveniji: Mojca NOVAK, "Decreasing Prosperity in the 1980's in Slovenia?", *Revija za sociologiju*, 1994., br. 1-2, 46.

²⁸ Literatura iz područja povijesti dokolice u posljednjih je petnaestak godina doživjela veliki procvat. Vidi Igor DUDA, "Povijest dokolice za početnike", *Povijest u nastavi*, 2004., br. 1 (3).

ono je, naravno, podrazumijevalo i odmor za svakoga. Takve su se odrednice socijalne politike dvadesetoga stoljeća dobro uklopile u ideologiju socijalističkih država koje su, stavljajući radničku klasu u središte svoje pozornosti, ponosno jamčile klasnu jednakost. Slobodno je vrijeme u procesima industrijalizacije i urbanizacije po mjestu i vremenu svoga odvijanja strukturno odvojeno od radnoga vremena, te nacionalnim zakonodavstvima i konvencijama Međunarodne organizacije rada ustrojeno u pravilnim dnevnim, tjednim i godišnjim razmacima. Tako je i hrvatski radnik, uz obvezu ispunjavanja planiranih normi, imao pravo na dokonost na način kakav nije bio moguć u prijašnjim razdobljima. U socijalističkoj je Hrvatskoj slobodno vrijeme regulirano već prvim uredbama poratne jugoslavenske vlade te potanko Zakonom o radnim odnosima iz 1957. i kasnijim radnim zakonodavstvom.²⁹ Radnik, dakle svaki zaposleni, imao je tako zajamčeno pravo na odmor. Međutim, slijedom politike čiji je konačni cilj bilo blagostanje, radnik je bio i potrošač te je kao takav, čak i prema službenom partijskom stajalištu, imao pravo na redovitu opskrbljenost robom. Kako se do robe dolazi kupovanjem u vremenu oslobođenom radnih obveza, uspostavlja se veza između potrošačke kulture i slobodnoga vremena. Kupovanje je tako i u Hrvatskoj postalo važnom aktivnošću slobodnoga vremena, a šetnja trgovačkim ulicama te zagledavanje u izloge i police svakodnevnim praksom. Ondje su kupce čekala trajna potrošna dobra koja su stigla s Končarevih, RIZ-ovih i traka niza drugih domaćih i inozemnih proizvođača. Racionalizirana je opskrba ukinuta još 1953., povremeni je nestašica bilo i početkom šezdesetih i osamdesetih, pojedine je proizvode valjalo naručiti i čekati, ali stajanje u redovima nikako nije bilo opće trajno obilježje hrvatske potrošačke kulture. Nju su prije odlikovali postojanje želje za novim proizvodom – do te mjere da se u kupovinu odlazilo i u inozemstvo – te iznalaženje financijske mogućnosti za plaćanje proizvoda, što je u zemlji obično bio kredit koji se u mjesečnim obrocima oduzimao od plaće. Naposljetku, potrošačko je društvo upravo ono u kojem je vrijeme provedeno u traženju proizvoda vrijedan dio života, a ne nužno zlo u borbi za preživljavanje.³⁰ Prema stanju istraženosti i pretpostavkama čini se da su hrvatski kupci rado posezali za tehnološkim novitetima i da su pritom uživali. Kupovina sigurno nije bila na razini najrazvijenijih europskih zemalja, ali je možda upravo zbog slabije platežne moći i nižega standarda donosila veće veselje i bila nabijena jačim značenjem.

Baš kao što su već u prvim dodirima sa svojim mogućim kupcima izloženi proizvodi zaokupljali njihovo slobodno vrijeme, tako su kućanski uređaji i automobili na još izrazitiji način utjecali na provođenje slobodnoga vremena svojih korisnika kada su jednom bili dopremljeni do svog odredišta i počeli služiti novim ponosnim vlasnicima. Čini se da su oni to i očekivali i da su pojedina dobra kupovali upravo s predumišljajem. Naime, kućanska se trajna potrošna dobra mogu podijeliti na uređaje koji služe uštedi vreme-

²⁹ I. DUDA, *U potrazi za blagostanjem*, 76.-79.

³⁰ P. N. STEARNS, n. dj., 105.

na i one kojima se vrijeme krati, odnosno troši.³¹ Prvoj skupini pripadaju uređaji poput perilica, usisavača ili raznih miksera, koji pomažu u obavljanju kućanskih poslova, a radio, televizor i razni uređaji za reprodukciju glazbe, dakle uređaji koji doprinose zabavi i opuštanju svojih korisnika, svrstavaju se u drugu skupinu. Zanimljivo je da se pritom uređaji kojima se vrijeme troši uglavnom šire znatno brže od onih kojima se vrijeme štedi, dakle razlikuju se po brzini prodiranja među potrošače od trenutka pojave na tržištu do zastupljenosti u više od polovice kućanstava. Iste zakonitosti slijedile su i hrvatske obitelji. Sagledavanje statističkih podataka u tom svjetlu otkriva da je već 1962. radio sa 64,1 posto bio daleko najrašireniji uređaj i čak triput učestaliji od električnog ili plinskog štednjaka kao prvog sljedećeg uređaja, a gramofon je posjedovalo dvostruko više kućanstava nego perilicu rublja. Godine 1968. više je bilo kućanstava s televizorom nego onih s hladnjakom te više onih s gramofonom nego s usisavačem i perilicom rublja. Gramofon je, čak i udružen s magnetofonom, utrku s perilicom rublja izgubio tek 1973., ali je radio i dalje bio najčešći uređaj u kućanstvu. Televizora je tada bilo više od usisavača i perilica rublja, a tek nešto manje od hladnjaka. Godine 1978. radio po prvi puta nije u vodstvu jer je već oko devet desetina kućanstava bilo opremljeno električnim ili plinskim štednjakom, no televizor je i dalje bio znatno učestaliji i od perilice rublja i od usisavača, a nešto češći i od hladnjaka. Od 1983. razlike se ublažavaju no crnobijeli i televizori u boji i dalje su drugi uređaj, poslije štednjaka, što će se ponoviti i 1988. i 1990. Pored zamrzivača kao nužnosti, osamdesetih je zamjetno vrlo brzo širenje uređaja za slobodno vrijeme poput televizora u boji i kasetofona, dok se fotoaparat proširio na trećinu, a automobil na polovicu kućanstava. U statistici se u tom razdoblju nisu pojavila računala iako je njihov prodor u kućanstva započeo osamdesetih. Krajem desetljeća u područje dječje igre već su ušli Commodore 64 i slična mala računala, stvarajući tako začetak informatizacije dječje zabave u sljedećem razdoblju i nove razloge za provođenje slobodnoga vremena pred ekranom.

Pravilnosti u širenju dobara koja pomažu i onih koja zabavljaju mogu se objasniti na više načina. Zajedničko svima je ipak da su korisnici podizanje osobnoga životnog standarda u prvom redu vidjeli kao ulaganje zarade u pretvaranje doma u prostor za ugodno provođenje slobodnoga vremena, zabavu i opuštanje. Privlačnost televizije kao novoga medija, želja za sudjelovanjem u novoj popularnoj kulturi televizijskih serija, filmova, zabavnih i glazbenih emisija pa i za obrazovanjem i za informiranošću o raznim područjima od spektakla do politike svakako su bili razlozi za postavljanje televizora u središte obiteljske dokolice. Osim toga, posjedovanje televizora još je šezdesetih bilo bitno vidljivije od vlasništva nad bilo kojim drugim kućanskim uređajem.³² Antena na krovu svima je bila jasan znak onoga što se događa na drugom kraju antenskoga kabela, a ta je vidljivost povećavala vrijednost televizora kao statusnoga simbola po čemu se s njim mogao mje-

³¹ S. BOWDEN, A. OFFER, n. dj.

³² ISTO, 740.

riti samo automobil. Primanje gostiju, susjeda, prijatelja i rodbine u početnom televizijskom razdoblju vodilo je k novim oblicima druženja i provođenja slobodnoga vremena.

Dvojbena je ipak narav utjecaja uređaja koji olakšavaju kućanske poslove na provođenje slobodnoga vremena. Svakako je moguće zaključiti da će uz pomoć perilice ili usisavača posao biti brže obavljen pa će tako ostati više vremena za dokolicu. Zaključak je to koji se čini logičnim i opravdanim jer dok se rublje pere strojno, domaćica koja to u pravilu čini i koja je to još donedavno činila ručno, sada se za to vrijeme može odmarati, dakle ne raditi ništa ili se pak prepuštiti nekom neobaveznom poslu. Međutim, problem nastaje kada ona za to vrijeme ipak ostaje u kući i obavlja dodatne kućanske poslove. Čini se, naime, da uređaji koji pomažu održavanju urednosti doma ipak nisu uštedjeli mnogo vremena, i to zbog porasta standarda čistoće, koji je podrazumijevao češće čišćenje.³³ Tehničke su inovacije potakle niz društveno-mentalnih promjena pa tako i usmjerenost većoj udobnosti, higijeni i zdravlju pa ono što je nekada bilo čisto sada je trebalo biti još čišće. Osim toga, čistoća je neizostavno povezana s klasom, odnosno s usponom na društvenoj ljestvici.³⁴ Uredan i dobro uređen dom, čisto tijelo i odjeća i u okvirima hrvatskoga društva povećavali su društvenu prihvaćenost. U uvjetima migracija iz jednog dijela zemlje u drugi, uslijed urbanizacije često sa sela u grad, i uz njih vezanu promjenu položaja na društvenoj ljestvici, vizualni je dojam bio od posebne važnosti. Pojedinaac, posebno u prvim susretima s novom sredinom, svojim osobnim izgledom, čistom i izglacanom, često najboljom odjećom koju ima, potkrepljuje pravo svoje pripadnosti novome krugu, ali dokazuje i vrijednost kruga iz kojega je potekao. Na jednak način status potvrđuju nastojanja oko opremljenosti i urednosti kuhinje ili kupaonice te njihovo približavanje standardima laboratorija ili ljekarne. Obitelji u društvenom usponu pritom si često postavljaju standarde i više od onih koje imaju obitelji kojima se na društvenoj ljestvici žele približiti.

U takvim okolnostima mnogo je energije, slobodnoga vremena i novca trošeno na modernizaciju životnoga prostora, potaknutu isprva tečajevima, potom sajmovima, izložbama i komercijalnom promidžbom. Uređivanje doma odabranim pokućstvom – kuhinjskim ormarićima, trosjedima i regalima iz domaće masovne proizvodnje – i drugom opremom postao je hobi sa značenjem ozbiljnoga posla jer namještaj se kupuje za niz sljedećih godina, čak desetljeća.³⁵ Želja za provođenjem slobodnoga vremena u sve udobnijem domu, koji postaje razlog ponosa svojih vlasnika, mogao bi biti jedan od razloga za rezultat ankete o načinu provođenja vikenda u Zagrebu krajem šezdesetih godina.³⁶ Drugi bi razlog moglo biti spomenuto povećanje

³³ Vidi S. BOWDEN, A. OFFER, n. dj., 734., Jacqueline S. WILKIE, "Cleanliness", *Encyclopedia of Social History* (ur. Peter N. Stearns), Garland Publishing, New York & London 1994., 144.-145.

³⁴ Vidi R. L. FROST, n. dj., 115.

³⁵ O opremanju kuhinje kao "srca kuće" u Britaniji druge polovice XX. stoljeća vidi June FREEMAN, *The Making of the Modern Kitchen. A Cultural History*, Berg, Oxford & New York 2004.

³⁶ Vidi Miro A. MIHOVILOVIĆ, *Slobodno vrijeme građana Zagreba*, Skupština grada Zagreba, Zagreb 1969.

standarda čistoće. Naime, čak 77 posto obitelji subotom i nedjeljom nije odlazilo na izlete već je ostajalo kod kuće, a 28,4 posto svih obitelji to je vrijeme provodilo obavljajući upravo kućanske poslove. Sve se to događalo u razdoblju najbržega širenja nekih kućanskih uređaja koji su bitno smanjivali napor pri radu. Kako je udobnost doma postupno prestajala biti novost, a vlasništvo nad automobilom sa svake desete obitelji krajem šezdesetih prešlo na svaku drugu obitelj na kraju osamdesetih, rasla je i navika napuštanja doma i odlaska na izlete automobilom koji se, prije svega zbog putovanja neopterećenog voznim redovima javnoga prijevoza, potvrdio kao savršeno rješenje za obogaćivanje slobodnoga vremena.

Trajna potrošna dobra kao odraz stvarnosti u fikciji

Fenomen automatizacije i tehnizacije svakodnevice nije mogao biti zao-biđen ni u književnim, televizijskim i filmskim ostvarenjima koja su nastajala od sredine dvadesetoga stoljeća i koja su radnjom smještena u svoju suvremenost. Velika potražnja za novitetima, koja je u pojedinim razdobljima dosegla razmjere potrošačkoga ludila, i u dnevnom je tisku putem člana i karikatura nerijetko izlagana ismijavanju, ali je humoristično i ironično gledanje na zaludenost i naivnost vrhunac dostizalo u popularnim umjetničkim ostvarenjima koja tako postaju važnom kulturnom sastavnicom u opisu mentalne slike Hrvatske druge polovice dvadesetoga stoljeća.

Malo misto Miljenka Smoje i u televizijskom je i u književnom uobličenu šezdesetih prolazilo kroz tehnološku revoluciju.³⁷

“Veliki se napridak vidija, misto se ni moglo više pripoznat, gradilo se otele, kuće, vikendice, reštauracije, asfaltiralo se, cementavalo, nosilo se u kuću tapete, mobilju, ingleske kondute, televizije, frižidere, makinje za pranje rubja i sve moguće aparate ovega svita i jedino još ča je falilo to je bila električna stolica. Motorini su bordizavali, a ni bilo više mista u luci za jahte i jedrilice.”³⁸

Nova obiteljska kuća Roka Prča, snalažljivoga direktora hotela koji je partijsku ideologiju prilagodio ekonomskim interesima, i Anđe Vlajine, umirovljene pripadnice NOP-a i poratne aktivistice, odraz je uspješnosti vjerojatno najnižih članova skupine koju su ljutiti studenti 1968. nazivali crvenom buržoazijom. Kuća je bila opremljena njemačkim, nizozemskim, japanskim i talijanskim pokućstvom, a našlo se u njoj i francuskoga šampanjca i ruskoga kavijara jer tu se “kapitalizam i socijalizam najbolje slažedu”. Pri prvom obilasku kuće Anđa je Bepini, domaćici i nevjenčanoj supruzi staroga mjesnog dotura Luidija, uz sve ostalo, pokazala i vrhunski opremljenu kuhinju.

– Evo, drugarice Bepina, ovo mi je kužina!

– A lipo, lipo, lipo...

³⁷ Vidi Miljenko SMOJE, *Kronika o našem malom mistu*, Feral Tribune, Split 1995. Televizijska serija *Naše malo misto* redatelja Danijela Marušića prikazivana je prvi put na Televiziji Zagreb 1970.

³⁸ M. SMOJE, n. dj., 243. Iz poglavlja “Altroke Kalifornija”, ljeta 1968.

– Tavele i amparati su mi iz Italije.

– A je li?

– E! A vidite sve mi je ovdje pri ruci: ekspreks, i rešo, i frižider, i mikseri, sve.”³⁹

Kuća je imala dvije garaže te hangar za brod i gliser, a Bepina i Luidi došli su u kasni posjet vozeći se zajedno s domaćinima u Rokovu Renaultu 16. Bio je to poticaj za Bepinu da iste večeri prije spavanja Luidija nagovara na kupnju automobila. No, za razliku od novopečenih i još neuglađenih bogataša on automobil nije doživljavao ni kao nužnost ni kao statusni simbol.

– A je li Luidi, bi li ti zna vozit?

– Bi li zna? Svaka mona to zna! A ja san rođeni šofer.

– Ajde?

– Onda, koja je ta stvar ča ja ne znan.

– A da i mi kupimo bokun auta, a Luidi? Baranko onoga maloga piću.

– Ma kakvi piću? Ma che piću? Fiću!

– Fiću, fiću! Toga, toga! Pa ti lipo voziš, a ja sidin kraj tebe.

– Ma ča će ti ona škatula, per amor de dio.

– Onda sigurno ne znaš vozit!

– Ja da ne znan vozit! A di su oni bili kad san ja zna vozit. Oni su držali volove za rogove. As ti boga jarca, tri dana prakse...”⁴⁰

Automobil je bio u središtu jedne epizode u romanu i filmu *Imam dvije mame i dva tate*.⁴¹ Roditelji jedanaestogodišnjega Đure rastavljeni su i oboje imaju nove supružnike i djecu. Đuro, koji živi s majkom, uživao je u novom automobilu zajedno sa svojim pravim ocem.

“Tata je kupio auto. Taunus, pravi. Ima dugačak rep, sprijeda i straga, novi je, plavi, perfektan je. I tata mi je dao da trubim iza onih seljačkih kola, a kad smo se vozili po cesti, kad smo već odmakli od Zagreba, pustio me da držim volan. [...] naš tata se vrtio oko auta, još nisu prošla dva sata, a tata nije bio u uredu, nije nas odmah vidio, otvarao je i zatvarao vrata od auta, i kao da se smijao, mislio sam da je netko u autu, ali nikoga nije bilo, a ipak kao da se tata smijao, baš kao da se autu smije, naravno da se ne smije autu, jer nije živ, nego tata je bio jako dobre volje, baš kao nikada. [...] i odmah mi je rekao da je to njegov auto, i podigao je poklopac od motora i sve mi pokazivao, a ja, dakako, ništa nisam razumio o motoru, ali bio sam radostan. Pa da, kad sad imamo novi, pravi taunus.”⁴²

Kupnja automobila bila je, naravno, upotpunjena kratkim obiteljskim izletom i ručkom, zajedničkim fotografiranjem kraj automobila i prvim pokušajima dječakove vožnje za sjedenja u očevu krilu. Dobrostojeći Đurin

³⁹ Dijalog iz TV-serije. O novoj kući vidi M. SMOJE, n. dj., 256.-258.

⁴⁰ Dijalog iz TV-serije. Kontekst vidi u - M. SMOJE, n. dj., 258.-261.

⁴¹ Vidi Mirjam TUŠEK, *Imam dvije mame i dva tate*, Otokar Keršovani, Rijeka 1968. Istoimeni film Kreše Golika dobitnik je Srebrne Arene 1968.

⁴² M. TUŠEK, n. dj., 79-80.

otac, po materijalnim prilikama u mnogočemu sličan Smojinu Roku, u očima Đurina očuha, profesionalnoga klasičnog glazbenika, jednostavno je lupež, zlatni magarac, analfabeta i primitivac koji je "umio dobro unovčiti svoju borbu u partizanima".⁴³ Po uputama majke, čiji je sustav vrijednosti bio okrenut praktičnom i materijalnom, Đuro je za posjeta ocu redovito morao izvještavati o porastu standarda u majčinoj obitelji, o novom hladnjaku, perilici, sagu za spavaću sobu i televizoru, podržavajući tako suparništvo u majčinoj utrci za blagostanjem.

Svoj prvi automobil u Tribusonovu su romanu *Povijest pornografije* 1974. kupili roditelji Stanislava Ivančića. Osim Škode, Tribusonovi su likovi vozili i Peugeot, BMW i Renault.

Godine 1974. u našoj se kući dogodila velika stvar inovativne naravi. Rezimiravši svoje prve obrtničke uspjehe, otac je kupio naš prvi osobni automobil, češku limuzinu marke "Škoda". Mami se auto silno dopao, jer je bio izuzetno ukusno dizajniran, pogotovo što se tiče ratkapa i štosdemfera. Tata je rekao da ga na kupnju nije ponukao decentan dizajn, nego slava stare češke firme, kao i pogodnost cijene.

– Pa šta! – zaključila je mama. – Naša crvena škoda je možda jeftinija od Pavličevog bijelog mercedesa, ali je poznato da se bijela boja lakše maže.⁴⁴

I ovdje su uslijedili obiteljski izleti, samouko popravljavanje motora, ali i redovite svađe oko brzine i prometnih pravila, koje su obično završavale majčinih prijetnjama kako ona može dalje i pješice.

"Kao član partije, ona se svela na revnog platišu članarine i povremenog gosta u rajonskom partijskom aktivu, a sve se više bavila domaćinskim novotarijama, što su se s vremena na vrijeme počele pojavljivati na tezgama takozvanog špeceraja. Ona je iskušavala [...] različne ručne i nožne miksera, električne roštilje koji peku tako brzo da se čevapčići s njih ne skidaju nego spašavaju, i štošta drugo. Na mamin društveno-politički eskapizam tata je gledao prilično blagonaklono, jer je smatrao da je u ovoj mirnijoj političkoj klimi dovoljan samo jedan aktivist po kućanstvu, a taj je aktivist volio biti čist, ispeglan i sit."⁴⁵

Jasno je da je majka bila glavna predvodnica potrošaštva u obitelji pa se 1978. upravo ona najviše radovala telefonskom priključku.

Dva radnika PTT-a uvodila su nam dugo željeni i iščekivani telefon. Otac Franjo motao se oko njih i smetao im svojim radoznalim pitanjima laika. A da bi gužva bila veća, majka je obigravala naokolo s lopaticom i metlicom, diskretno čisteći sve što bi radnici uprljali. Na kraju su "petetejci" maznuli po dvije rakije, a majka je zasjela da obavijesti znance i cjelokupnu rodbinu o velikoj novosti. [...] Iako je majka uspjela iznazivati sve, čak i onog ujaka u Landskroni, i dati im svima naš broj, tog popodneva nitko nas nije nazvao.⁴⁶

⁴³ ISTI, 25.

⁴⁴ Goran TRIBUSON, *Povijest pornografije*, Znanje, Zagreb 1995., 247.-248.

⁴⁵ ISTI, 48.

⁴⁶ ISTI, 283.

Stanislavov prijatelj Milan Grabar kupio je 1983. po jedan Sonyjev i Panasonicov videorekorder, no veću je fascinaciju izazvao gramofon Čede Kralja na samom kraju 1960.

“Na stolu u Čedinoj sobi stajao je novogodišnji poklon – primamljiv, lijep, veličanstven zapravo. Bio je to glomazan gramofon u zaštitnoj kutiji boje okera, s kožnatim poklopcem na kojemu je bio montiran velik zvučnik. U središtu kružne ploče pokrivene gumom nalazilo se valjkasto ležište za deset ploča, a pored ploče masivna ručica i regulator s oznakama 33, 45 i 78. Na kutiji gramofona bila su učvršćena kromirana slova SUPRAPHONE, što je zvučalo vrlo, vrlo strano.

– Uvozni? – upitah zadivljeno.

– Češki.

– Ti su najcjenjeniji...⁴⁷

Sljedećih su mjeseci Tribusonovi Ivančići kupili prvi televizor.

“Godine 1961. moj otac digao je kredit i kroz vrata našeg doma ugrurio kućnog monstruma istočnonjemačke proizvodnje, koji se zvao “Favorit”. Postali smo televizijska publika jednog nespretnog, trapavog eksperimentalnog programa.”⁴⁸

Perilica rublja dobila je svoje mjesto u obitelji maloga Đure, gdje je dovela do zanimljive raspodjele poslova jer je stroj obično koristio očuh, a majka je rublje u boji i dalje prala ručno. Nepovjerenje u nove strojeve ponavlja se kod dijela mogućih korisnika još od razdoblja industrijske revolucije, a zamjetno je i u sjećanjima Slavenke Drakulić, objavljenima pod naslovom *Kako smo preživjeli komunizam*.⁴⁹ Njezina je baka 1956. rublje ručno prala i prokuhala i nikako nije bila zadovoljna bjelinom koju je postizala perilica.

“Ali tada je standard života dovoljno porastao, tako da je svatko mogao kupiti vlastiti stroj za pranje, bez obzira koliko je to zapravo bilo iracionalno i nepotrebno. Čak ih je i naša zemlja počela proizvoditi, ali ti su bili vrlo skupi. To je, začudo, i bio razlog što su ih ljudi kupovali, da bi dokazali da dovoljno zarađuju i da im je društveni status toliko visok da mogu sebi priuštiti kućanske aparate. Društvena diferencijacija, počevši od automobila i televizora, nastavljala se u kupaonicama i kuhinjama. Stroj za rublje postao je predmetom dokazivanja prestiža, što je ispalo dobro za žene.”⁵⁰

Bijelo rublje u mašini za pranje uvijek pere tata. Plahte također. Mama pere sve što nije bijelo, onako rukama. I čarape mama pere. Onoga dana kad mama pere, onda tata kuha ručak. I onda je uvijek nervozan. I gotovo uvijek pokvari ručak.”⁵¹

⁴⁷ ISTI, 62.

⁴⁸ ISTI, 50.

⁴⁹ Vidi Slavenka DRAKULIĆ, *Kako smo preživjeli komunizam*, Feral Tribune, Split 2001. Prvi put objavljeno na engleskom: *How We Survived Communism and Even Laughed*, Harper-Collins, New York 1993.

⁵⁰ ISTI, 33.

⁵¹ M. TUŠEK, n. dj., 18-19.

Budućnost nalik znanstvenoj fantastici

U godinama poratne obnove, kasnijega brzog gospodarskog rasta i popriličnog optimizma kada se činilo da je sve, pa i ljudsko osvajanje svemira, nadohvat ruke, i prodor električnih uređaja u svakodnevicu dovodio je do ushićenja koje je pobuđivalo maštu i oblikovalo sliku kuće budućnosti. U takvom je ozračju uredništvo *Narodne/Savremene tehnike* na početku doba automatizacije svakodnevice slobodno vrijeme svojih čitatelja odlučilo popuniti dvama futurističkim člancima o životu 2000. godine, dakle u budućnosti koja će uslijediti za oko pola stoljeća.⁵² Život ondje opisan u cjelini se doima poput znanstvene fantastike, no pojedinačno mnoge su od ondašnjih pretpostavki u budućnosti i ostvarene u točno opisanom ili nekom sličnom obliku.

Godine 1950. očekivalo su da će za pedeset godina obitelj živjeti u okoličnim gradovima, u malim naseljima s kućama izgrađenim od plastičnih masa, koje će se stoga iznutra lako čistiti mlazovima vode i sušiti toplim zrakom. Obitelj će se buditi uz televizijske vijesti, dnevne novine primati zračnom poštom, razgovarati video telefonom, jesti iz posuđa za jednokratnu upotrebu, načinjenog od sintetskih materijala koji se razgrađuju u kipućoj vodi. Majka će ujutro otpraviti ukućane na posao, potom velikom lakoćom obaviti kućanske poslove pa se prepustiti časopisima i televizijskoj kupovini te uživati u slobodnom vremenu. Namirnice za ručak bit će dostavljene, a ukusan ručak, na koji će s posla nakratko svratiti ostatak obitelji, spravljen u svega nekoliko minuta. Glavno prijevozno sredstvo bit će obiteljski helikopter koji će se u zraku susretati sa "zračnim autobusima" i interkontinentalnim zrakoplovima. Grad će sa šezdeset metara visokih stupova osvjetljivati "električna sunca", prema potrebi će se proizvoditi oblaci i kiša, u poslu će pomagati "stroj za računanje i kalkulacije", a ljudi će zahvaljujući medicinskim dostignućima i u dobi od sedamdeset godina izgledati mladoliko.

"Sve troje oprostilo se od majke i uputilo se do malog hangara. Tu se nalazi obiteljski helikopter sagrađen od lake kovine i plastične mase. Začas su ga izgurili van, rasklopili mu krila, napunili rezervoar benzinom i – već su sjedili na svojim mjestima."⁵³

Putem televizije ne kupuju se i ne prodaju samo haljine, živežne namirnice, industrijske i druge potrepštine, nego se obavljaju trgovački poslovi, zaključuju ugovori, održavaju konferencije, pri čemu svaki od učesnika sjedi u svojoj poslovnoj prostoriji. Kod kuće se naravno slušaju i gledaju opere, koncerti, filmovi, utakmice, trke i druge priredbe."⁵⁴

Dvanaest godina kasnije očekivanja nisu bila ništa manja. Očekivalo se da će 2000. kuće imati video portafon, satelitski televizijski program, bežični telefon, štednjak kojemu će se za boravka izvan kuće moći poslati naredba

⁵² M[...] PINTAR, "Decembra 2000. godine", *Narodna tehnika*, 1950., 9-11.; "Život u kući godine 2000.", preuzeto iz Science Newsletter, *Savremena tehnika*, 1962., 5.

⁵³ "Decembra 2000. godine".

⁵⁴ Isto.

za uključenje, “zdravstvene sobe” za sunčane i jačanje zdravlja, ali i mnoge druge, kako se kasnije pokazalo, nerealno fantastične sadržaje. Trebalo je biti moguće odjeću prati bez vode i deterdženta i sušiti u ultrazvučnim perilicama i sušilicama smještenima u ormarima za odjeću, a televizijski program pratiti na ekranima veličine zida s trodimenzionalnim slikama u prirodnim bojama. Osim što će se na njima smještati veliki ekrani, zidovi će grijati te prostorije osvjetljavati blagim svjetlom pa nikakva druga rasvjetna tijela ili sustavi za grijanje neće biti potrebni. Poslovni ljudi radit će od kuće uz pomoć “elektronskih mozgova” i “televizijskih telefona”, a nikome neće smetati prašina jer će zrak u kuću ulaziti kroz filtre. Pred kućom će genetski modificirana trava rasti samo do željene visine, zrakom će se kretati automobili na elektricitet koji će funkcionirati poput lebdjelica, a kupci će se u trgovačkim ulicama kretati pokretnim nogostupima.

“Bežični telefoni omogućit će telefonske razgovore iz automobila, taksija, brodova ili aviona. Kućni telefoni snimat će poruke kad vlasnik neće biti kod kuće...”⁵⁵

Odjeća koja će se nositi na put i izvan kuće imat će ispod zupčuka malu kazaljku za reguliranje temperature. Pomoću te kazaljke stavljat će se u slučaju potrebe u pogon specijalan uređaj u odijelu koji će zagrijavati ili rashlađivati. Zimski ogrtači postat će tako muzejski predmeti.”⁵⁶

Ovakav futuristički način života do isteka stoljeća nije se u potpunosti ostvario. Životni su prostori ostali humaniji i od savršene automatizirane kuće, ismijane u filmu Jacquesa Tatija *Moj ujak* još 1958. Hrvatska kuća budućnosti trebala je 2000., pored svih električnih i ultrazvučnih uređaja, biti opremljena i “remek-djelima stare, ugledne tvornice plastičnih masa, osnovane 1947. godine”.⁵⁷ Krivim se, međutim, pokazalo ne samo vjerovanje u uspješnost i neometanu dugovječnost domaće industrije, već i u ukupnost pretpostavki svjetskih znanstvenika i inovatora o načinu života na prijelomu tisućljeća. Ipak, izvori potvrđuju da su hrvatski potrošači tijekom tridesetak završnih socijalističkih godina ostvarili zavidnu opremljenost svojih domova i zamjetnu napućenost okolnih parkirališta. Želju za suvremenim valjalo je probuditi, a potom utrku za dobrima održavati na životu najavljujućim novijih i sve učinkovitijih rješenja. Koliko god pomodnost i tehnizacija izazivali nepovjerenje ili podsmijeh, opčinjenost uređajima i nelagodnost pred zaostajanjem za okolinom redovito su bile veće pa je svakom novom nabavkom ponosni vlasnik u vlastitim očima postajao još ponosnijim.

⁵⁵ “Život u kući godine 2000.”

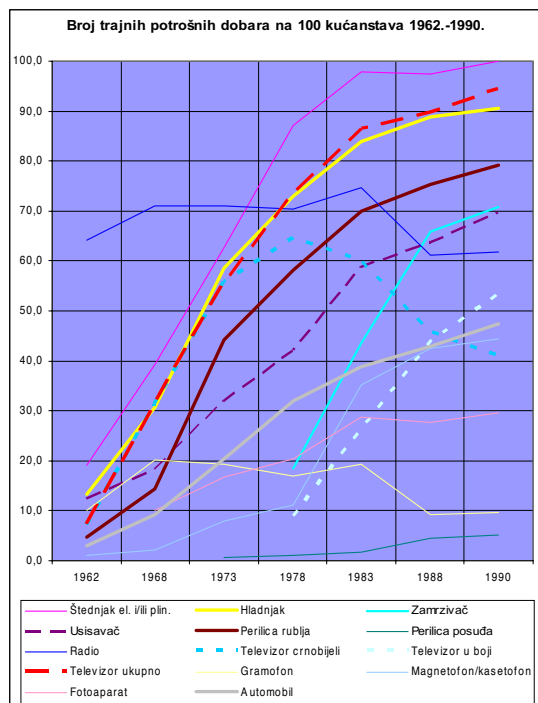
⁵⁶ Isto.

⁵⁷ “Decembra 2000. godine”. Radi se o tvornici plastičnih masa Jugovinil iz Kaštel Sućurca, osnovanoj 1947., koja danas djeluje pod nazivom Adriachem.

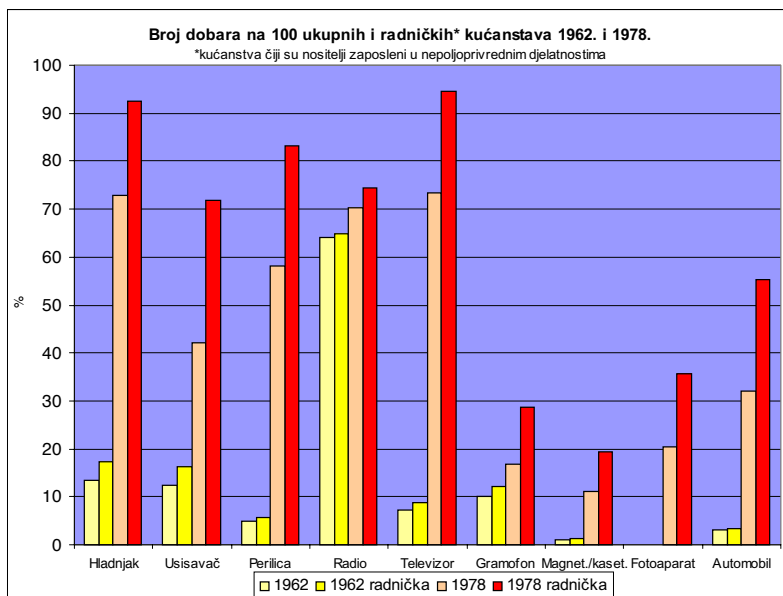
Tablica 1. Broj trajnih potrošnih dobara na 100 hrvatskih kućanstava 1962.-1990.

Uređaj	1962.	1968.	1973.	1978.	1983.	1988.	1990.
Štednjak el. i/ili plin.	19,1	39,2	62,7	87,1	97,9	97,5	99,9
Hladnjak	13,4	30,7	58,6	72,9	83,9	88,9	90,5
Zamrzivač				18,4	43,5	65,9	70,8
Usisavač	12,4	18,3	31,9	42,1	58,7	63,8	69,8
Perilica rublja	4,8	14,3	44,2	58,1	69,9	75,4	79,2
Perilica posuđa			0,6	1,0	1,8	4,5	5,1
Radio	64,1	71,0	71,0	70,3	74,7	61,1	61,9
Televizor crnobiljeli	7,2	31,4	55,8	64,5	60,0	45,8	41,0
Televizor u boji				9,0	26,4	43,9	53,4
Televizor ukupno	7,2	31,4	55,8	73,5	86,4	89,7	94,4
Gramofon	10,1	20,1	19,3	16,9	19,4	9,3	9,7
Magnetofon/kasetofon	1,1	2,2	8,0	11,1	35,3	42,4	44,4
Fotoaparat		10,1	16,7	20,4	28,8	27,7	29,6
Automobil	3,0	9,3	20,3	32,0	38,9	42,9	47,4

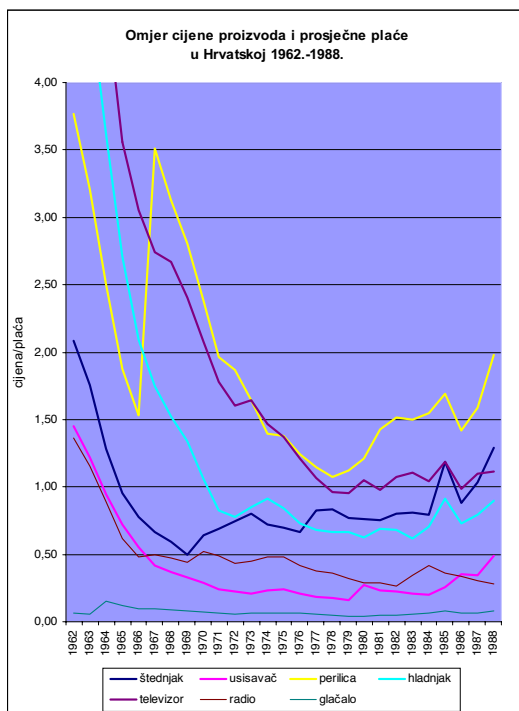
Graf 1. Broj trajnih potrošnih dobara na 100 hrvatskih kućanstava 1962.-1990.



Graf 2. Broj dobara na 100 ukupnih i radničkih kućanstava 1962. i 1978.



Graf 3. Omjer cijene proizvoda i prosječne plaće u Hrvatskoj 1962.-1988.



SUMMARY

TECHNOLOGY TO THE PEOPLE! DURABLES, CONSUMPTION
AND LEISURE IN SOCIALIST CROATIA

Mass consumer culture began to take shape in Croatia during the 1960s and continued to develop until the end of the socialist period. Its appearance is tied to the postwar beginning of production of articles of mass consumption, the emergence of a retail network, the increase in the standard of living, and the benefit of payment by installment. The course of modernization and the rhetoric of progress in the new socialist society stimulated the demand for machinery, and thus for the acquisition of consumer goods, appliances and automobiles. In addition, the regulation of leisure time and the growing awareness of its significance created a new atmosphere for the use of purchased goods, and these new products changed everyday life and created new patterns for the enjoyment of leisure time. The modern family more frequently lived in new apartment complexes, and it strove to equip its apartment with the new technological wonders which were creating a consumer craze. However, in Croatia as in other countries, the pattern of the spread of televisions, washing machines and automobiles was not uniform, but dependent on the nature and purpose of these goods, and their time-saving attributes. The price of goods varied in conjunction with the quantity of production and technological advance, and it is interesting to compare prices to average income. Purchasing power greatly influenced the rhythm of modernization of everyday life and the acquisition of new status symbols and cultural values. Statistical sources bear witness to the relationship between the price of goods and earnings, surveys about the degree to which households were equipped with these items show the particular rhythm of the spread of durables, while an examination of the print media reveal contemporary perceptions of these new societal values. As a new and rapid process, technologization made its greatest imprint on the consciousness of Croatians in the 1960s, and as theme of major social importance it entered the realm of literature, film and television fiction.

Key words: Durables, Household Appliances, Consumer Culture, Standard of Living, Leisure, Everyday Life, Modernization, Croatia, Socialism