

“Pronađeno blagostanje” – stvarnost ili mit?

(Igor Duda. 2010. *Pronađeno blagostanje. Svakodnevni život i potrošačka kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih*. Zagreb: Srednja Europa. 438 str.)

Svakodnevnica je običnih ljudi rijetko bila predmetom znanstvenih istraživanja, koja su se uvijek usmjeravala na neobične ili još neistražene fenomene društva. No često se iz navika i običaja svakodnevnice mogu iščitati uzroci većih promjena i događanja koja su zahvatila određenu zajednicu i područje na kojem ona živi. Tendencija nedostatka literature o svakodnevnici karakteristična je i za hrvatsku znanost, no taj je negativni predznak prekinut objavljivanjem knjige Igora Duda o začecima “ugodnoga” života i potrošačke kulture u Hrvatskoj u okviru socijalističkoga uređenja – *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkoga društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih* (2005). Godine 2010. objavljen je i svojvrnsni nastavak prvoga dijela usmjeren na temeljitije istraživanje funkcioniranja potrošačke kulture u socijalističkom uređenju – *Pronađeno blagostanje. Svakodnevni život i potrošačka kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih*.

Uočavajući da i “nebitne” radnje pojedinaca (poput kupnje zamrzivača, ljetovanja ili gledanja televizije) utječu na širu društvenu sliku, autor se u drugoj knjizi usmjerava na tri aspekta koje smatra nepobitnim dokazom postojanja i nastanka potrošačke kulture: stambeno pitanje, tj. opremanje/uređenje stambenoga prostora, posjedovanje automobila i turizam. Iz današnje perspektive, kada potrošački način života

više nije neobična pojava, autorova se tri aspekta mogu činiti nevažnim pokazateljima promjena, no sedamdesetih i osamdesetih godina prošloga stoljeća oni su utjecali na društveno uređenje, psihi pojedinca, na začetke masovne proizvodnje i potrošnje te na diferencijaciju među pojedincima.

Izbacujući živa sjećanja, koja često streme subjektivnosti, autor se usmjerava na proučavanje tiskanih izvora toga vremena koji postaju odraz stvaranja i funkcioniranja potrošačke kulture u socijalizmu, objašnjavajući okolnosti njezina nastanka koja ovise o geografskom položaju, društvenim pojavama i gospodarskom uređenju. Potrošačka kultura i potrošačko društvo nisu pojmovi s istovjetnim značenjem, već su postavljeni u uzročno-posljedični odnos, pri čem je postojanje potrošačke kulture preduvjet za nastanak potrošačkoga društva: “Tek kada ta kultura postane masovnom, kada u njoj sudjeluje većina kojoj je svakodnevnica ugodnija no ikada ranije, tek tada se neko društvo uistinu smije zvati potrošačkim” (str. 17). Začetke potrošačke kulture u Hrvatskoj autor pronalazi još u 19. stoljeću, no tek u drugoj polovici 20. stoljeća ona postaje dovoljno proširenom za nastanak potrošačkoga društva. Početak hrvatskoga potrošačkoga društva autor postavlja u 1958. godinu, a njegov vrhunac/zrelost u sedamdesete godine prošloga stoljeća. Bila je to jugoslavenska potrošačka kultura s hrvat-

skom sastavnicom kao svojevrsnim hibridom između prevladavajuće domaće i manjinske inozemne sastavnice.

Industrijska je revolucija na razne načine utjecala na društveni i politički poredak svijeta, istodobno mijenjajući i ljudske navike. Koncept vremena počinje se dijeliti na radno i slobodno vrijeme, a povećanjem platežne moći te skraćivanjem radnoga vremena nastaje više mogućnosti za provođenje slobodnoga vremena. Autor ističe da se te granice dodatno proširuju pojavom masovne proizvodnje i potrošnje, pri čem se potrošački način života iz pojedinčeva slobodnoga vremena odražava na njegovo radno vrijeme (npr. obavljanje kupnje za vrijeme radnoga vremena). U jugoslavenskom se državnom uređenju dvije sasvim različite društvene sastavnice - socijalizam i potrošačka kultura – počinju međusobno nadopunjavati i supostojati. Otvaranjem se prema Zapadu i razvojem masovne proizvodnje, mogućnost sve većega izbora proizvodâ te povećanje platežne moći građana, što je rezultat državnoga zaduženja u inozemstvu, oblikuje specifičan aspekt potrošačke kulture. Nerealno povišen životni standard vodi sve većim potrošačkim potrebama koje su prelazile zbiljske novčane mogućnosti stanovništva, no izlazak je pronađen u fiktivnom povećanju platežne moći kreditnim zaduživanjem, čekom na početak te sve popularnijim igrama na sreću, posebno osamdesetih godina prošloga stoljeća. Iako su određene stvarne situacije, ali i razne novčane malverzacije, zbog raznovrsnih okolnosti (lošega državnoga upravljanja, gospodarske situacije, zaduživanja, inflacije itd.) dovele do određena blagostanja, na pri-

jelazu desetljeća “obični” ljudi počinju plaćati danak ostvarena blagostanja.

Desetljećima se zatvorena komunistička Jugoslavija prodiranjem potrošačke kulture počinje okretati Zapadu, što je posebno vidljivo “otvaranjem” državnih granica i mogućnosti odlaska u inozemstvo. Prema Dudi hrvatsko/jugoslavensko društvo time počinje sudjelovati u masovnoj potrošačkoj kulturi Zapada: “Na djelu je bila potrošačka groznica u kojoj se tuđe činilo ne samo drugačijim i zanimljivijim nego i boljim od istovrsnog domaćeg proizvoda” (str. 73). Državne su granice postale i granicama dviju potrošačkih kultura. Osim popularnih odlazak u inozemstvo, posebno u Trst 60-ih godina, a kasnije i u druge zapadne europske zemlje, potrošačka se kultura proizvodila i provodila i u samoj državi. Vidljivo je to iz stjecanja i opremanja stambenoga prostora različitim novim uređajima, što je vodilo značajnim društvenim i kulturnim promjenama. Kupnja i upotreba određenih predmeta nije samo mijenjala ljudske navike i olakšavala život u pojedinim segmentima već je postala i određeni statusni simbol, jer je uzrokovala društvene/klasne podjele. Fenomen podjele, nastao posjedovanjem i upotrebom određenoga predmeta, posebno je vidljiv u usporedbi nepoljoprivrednih i poljoprivrednih kućanstava, a uvođenjem telefonske mreže razlike se dodatno produbljuju. Nejednolika je izgradnja telefonske infrastrukture, prema autoru, imala pozitivne i negativne posljedice: s jedne strane omogućila spajanje ljudi, no nejednolikom raspodjelom i viskom cijenom istodobno ih je i razdvojila, dijeleći stanovništvo na imućne i one manje

imućne. Sve veća dostupnost proizvoda povećala je osjećaj privatnoga vlasništva na štetu državnoga, odbacujući mogućnost međusobnoga dijeljenja, dok pojavom prvih automobila individualizacija stanovništva postaje sve izraženijom, a posjedovanje prijevoznoga sredstva postaje pokazatelj moći obiteljskoga proračuna. Tehnološkim inovacijama (poput sve veće dostupnosti televizora, prvih osobnih računala, pojave walkmana itd.) i širom ponudom kućanskih uređaja mijenja se društvena i kulturna slika države. Pojedinci sve više vremena provode u vlastitim domovima, čistoća postaje važan element prihvaćanja i mjesta na društvenoj, pa i vrijednosnoj, ljestvici. Također se mijenja i struktura muško-ženskih odnosa, tj. tradicionalna podjela poslova unutar kućanstva dobiva novo značenje. Žena istodobno postaje radnica, majka i domaćica, a muškarac svoj partnerski odnos nadograđuje sve češćim uključivanjem u kućanske poslove. Sve veća motorizacija stanovništva utječe na njegovu pokretljivost, zbog čega na cijeni dobiva godišnji odmor i neizostavni odlazak na Jadran. Turizam postaje znakom konzumerizma i kapitalističkoga načina života, oblikujući ideju putovanja kao statusnoga simbola i neizostavnoga dijela potrošačkoga načina života. Godišnji odmor, posebno ljetovanje, zauzima gotovo mitsko mjesto u jugoslavenskoj kulturi, bivajući određen kao “društvena potreba”: “Ako se pojedinac dobro odmori, više će doprinijeti društvu” (str. 297). Turizam postaje čimbenik blagostanja, mijenja društvenu svakodnevicu i postaje višestruko bitan za hrvatsko društvo: 1. stanovništvo stječe naviku putovanja

i uživa u potrošačkoj dokolici; 2. ulaganje u turizam omogućuje modernizaciju strukture stanovništva iz turističkih područja i mijenja njihov život; 3. posljedice su razvoja turizma povećanje novca u državnom proračunu i utjecaj stranaca na domaće stanovništvo.

Svi obrađeni aspekti potrošačke kulture i potrošačkoga društva svjedoče o modernizaciji i liberalizaciji hrvatskoga društva unutar komunističke Jugoslavije, vodeći masovnoj proizvodnji i potrošnji, razvoju reklamne industrije i s njom povezanih “trikova” za privlačenje što većega broja potencijalnih potrošača koji svojim zahtjevima mijenjaju percepciju ljudske svakodnevnice. No pojavom potrošačke kulture započinje i njezino problematiziranje. Vladajuće strukture potrošački način života počinju promatrati kao središnji problem suprotstavljen socijalističkomu uređenju. Budući da se prodiranje modernizacije nije moglo zaustaviti, pokušalo se s njezinim ublažavanjem ili ograničavanjem, stvarajući tako “diktaturu nad potrebama”. Definirajući socijalizam kao potpuno ostvarenje pojedinca, a kapitalizam kao oblik društvenoga uređenja koji to onemogućuje, socijalistička se država najmanje brinula o socijalnim potrebama stanovništva, uvodeći ograničenja na određene potrebe ili zabranjujući uvoz. Ipak se i u takvim okolnostima razvio specifični buržujski socijalizam nalik kapitalističkoj buržoaziji, no manja platežna moć te drugačije društvene i državne okolnosti bile su razlike koje su je odvajale od zapadne buržoazije. Prema autoru, pripadnici toga “sloja” zbog svojih su kompleksa postali “prirodni” potrošači i kulturni posrednici

zaduženi za simboličke proizvode i usluge (str. 89). Potrošnja iznad stvarnih mogućnosti dugoročno je imala svoje posljedice, ali je kratkoročno dovela do blagostanja. Posljedice su postale vidljive na prijelazu desetljeća, krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih, kada dolazi do inflacije, nestanka određenih namirnica, redukcije opskrbe električnom energijom te nestašice benzina. Kriza je rezultat pretjeranoga inozemnoga zaduživanja i gospodarskih prilika, no bez obzira na sve posljedice autor ističe da su sedamdesete i osamdesete zaista desetljeća koja su pružila toliko željeno blagostanje. Ipak, je li to blagostanje odraz stvarnosti ili stanje duha?

Začetak potrošačkoga društva i početno blagostanje autor više drži stanjem duha, dok njegov kasniji razvoj i zrelost, koja nastupa u sedamdesetima, karakterizira kao odraz stvarnoga blagostanja. Uzimajući u obzir sve navedene i istražene okolnosti nastanka potrošačkoga društva te postizanja blagostanja, i pokušajem njihova dodatna revidiranja moguće je i osporiti autorovu tvrdnju o "pronađenom blagostanju". Iako društvo počinje posjedovati i trošiti više, stvarajući tako ugodnije životno okruženje, njegovo je blagostanje predmet apstrakcije, budući da se troši iznad stvarnih mogućnosti te i dalje ostaje više stanjem duha, nego odrazom stvarnosti. Uskoro je jugoslavenski potrošački način života došao na naplatu, a njegove su se posljedice nastavile održavati i u nadolazećem društvenom uređenju, nakon raspada Jugoslavije, i stvaranjem samostalnih nacionalnih država. S tim u vezi zanimljiva je usporedba jugoslavenske

potrošačke kulture (njezine hrvatske sastavnice) s hrvatskom potrošačkom kulturom koja se razvijala nakon osamostaljenja. Moguće je navesti nekoliko potrošačkih navika koje su i danas sastavni dio potrošačke kulture u Hrvatskoj, a koje bi neki nazvali ostatkom jugoslavenskoga mentalnoga sklopa (npr. trošenje iznad stvarnih mogućnosti, gospodarske prilike, utjecaj potrošačkih navika na radno vrijeme itd.), no to je predmet jednoga novoga znanstvenoga istraživanja o svakodnevnicima običnih ljudi i njezina utjecaja na širu društvenu, političku i kulturnu sliku nacije.

Martina Jurišić