

OD INDUSTRIJSKE DO POTROŠAČKE REVOLUCIJE

Igor Duda Sveučilište u Puli

Moralo bi biti moguće barem na trenutak pobjeći od ozbiljnosti, odmjerivosti i umjerenosti povjesničareva posla pa zamisliti da je povijest išla tijekom drugačijim od onoga kakav znanost poznaje i predstavlja. Sve dok vremenski stroj ne proradi, povjesničaru ionako nije moguće povijesti gledati izravno u oči, već mora nagađati kako je ona mogla izgledati. To često čini na temelju njezinih prikaza u zrcalu u kojem je odraz nekako naopak, ponekad iskrivljen ili povećan, a postoji i vjerovanje prema kojem neke pojave u zrcalima uopće nije moguće vidjeti. Mogla bi povijest stoga, boreći se protiv uroka, na trenutak svoje odijelo odjenuti sasvim naopako – prednji dio staviti straga, vanjštinu iznutra – i povjesničaru dopustiti da jednako tako izvrnute činjenice pomiješa s promjenjivom količinom pravih te ih uklopi u pripovijest kojoj bez posebno naručenoga zrcala ne bi trebalo vjerovati.

Moguće bi tako bilo pretpostaviti da je 1948. u Jugoslaviji pobijedila prosovjetska struja. Zemlja je nekoliko godina kasnije uspješno i na vrijeme privela kraju provođenje prve petoljetke, forsirana industrijalizacija bila je brza i učinkovita, a politički, vojni, gospodarski i kulturni odnosi sa sovjetskim blokom bili su na vrhuncu. Dok su granicu prema Italiji i Austriji nadzirale brojne vojne snage utvrđujući potpunu neprohodnost željezne zavjese, na istočnim je granicama stanje bilo vrlo opušteno. Nikada do kraja rasvijetljenim diplomatskim akcijama Sovjeti su uspjeli postići da Jugoslaviji pripadne Trst koji se vrlo kratko očuvao kao sedma republika jer je ništa manje vještim potezima slovenskih političara uskoro bio pripojen Sloveniji. U Jugoslaviji je za titoiste otvoreno više logora iz kojih se tisuće nikada nisu vratile. Zemlja je zbog svoje zemljopisne isturenosti prema Zapadu i potencijalne sklonosti političkom prevratu dugo bila pod najstrožim sovjetskim nadzorom, o čemu su najzornije svjedočile jake vojne snage u područjima uz željeznu zavjesu i duž jadranske obale. Pula i Vis bili su sovjetske vojne baze, a radari su budno pratili što se događa na moru i na talijanskoj obali. Vladala je medijska blokada u kojoj je svaka komunikacija sa zapadnim susjedima bila onemogućena. Ometan je prijem radijskih programa iz Italije i Austrije, potom i televizijskih, a tisak se sa Zapada nije uvezio. Vozili su se trabanti, škode, lade, moskviči i dacie na koje se čekalo po nekoliko godina. Prijelaz s teške industrije na proizvodnju robe široke potrošnje događao se vrlo usporenim ritmom, ali je zato u stvaranju dojma dobrog života pomogao turizam. Komercijalni kapaciteti svedeni su na minimum i većina je objekata pripadala mreži socijalnoga turizma koji uopće nije donosio zaradu, ali je po niskoj cijeni omogućavao

odmor jugoslavenskim radnicima, kao i milijunima uđarnika iz sovjetskoga bloka čije su države na Jadranu upravljale stotinama radničkih odmarališta u kojima se uvijek tražio ležaj više. Među turistima su bili i članovi obitelji sovjetskih vojnika i stručnjaka koje je služba dovela u Jugoslaviju. Ruski jezik postao je turistička lingua franca, iako su česta bila i sporazumijevanja na mješavinama raznih slavenskih jezika. Domaći su slutili da turizam u financijskom smislu može izgledati i drugačije, sjećali su se predratnoga vremena i povremeno bi načuli ponešto od znanaca koji nisu bili uhvaćeni pri bijegu preko granice. Kada bi poželjeli legalno putovati u inozemstvo, s jugoslavenskom su se putovnicom slobodno mogli kretati istočnom Europom, a za sva ostala putovanja potrebne su bile posebne provjere i dozvole. Stanje se ponešto ublažilo sedamdesetih i osamdesetih, no i dalje se pod dobrim životnim

ZABAVA JE UGODNIJA S COCA-COLOM



Jugoslavenska reklama za Coca Colu (1969.)

standardom podrazumijevalo uglavnom pravodobno zadovoljavanje primarnih i takozvanih stvarnih potreba, dok je sve više od toga bilo izvan dosega većine potrošača. Nestašice su bile stalna i česta pojava. Tek je padom socijalizma započeo pravi prodor popularne i potrošačke kulture sa Zapada.

Vrijeme je da se povijest sada presvuče i iznova postane ozbiljna. Jugoslavija se, naravno, otela sovjetskoj dominaciji, razvila je svoju vrstu samoupravnog i tržišnog socijalizma, otvorila se i Zapadu i svijetu te bila istaknuta članica Pokreta nesvrstanih. Od sredine pedesetih do početka šezdesetih, kao i niz drugih europskih zemalja, prolazila je kroz godine gospodarskoga čuda, a potom su u drugoj polovici sedamdesetih njezini građani uživali u najvišoj realnoj vrijednosti plaća u razdoblju socijalizma – vrijednosti koja je za većinu postjugoslavenskih država ostala nepremašena tijekom sljedećih triju desetljeća. Dojam o dobrom životu nije se uvijek mogao osloniti na zdravo gospodarstvo te bi si-

gurno bio znatno slabiji da u sedamdesetima nije bilo vanjskoga zaduživanja. Vlast se ni u gospodarskom ni u političkom smislu nije znala nositi s nizom teškoća, no razdoblje od početka pedesetih do kraja sedamdesetih najdulje je vrijeme neprekidnoga gospodarskog uspona u Hrvatskoj u dvadesetom stoljeću. Umnogome su to i formativna desetljeća suvremenoga hrvatskog društva koje je tada prolazilo kroz ključne epizode procesa svoje modernizacije. Neizostavni dijelovi modernizacijskih nastojanja sigurno su bili turizam i konzumerizam.

Temelji za razvoj masovnoga turizma sredinom dvadesetoga stoljeća bili su višestruki. Turistička djelatnost ni na Jadranu ni drugdje nije bila nepo-



Zastava 750, jedan od jugoslavenskih simbola

znanica jer već su u devetnaestome stoljeću otvarani prvi pansioni, hoteli, kupališta, oporavilišta i šetnice te osnivana društva za poljepšavanje pojedinih mjesta. Takav se organizirani turizam nije mogao osloniti samo na romantičarsko doživljavanje svijeta i želju za otkrivanjem novih prostora, već nužno i na prometnu revoluciju koja je pak samo dio znatno šire industrijske revolucije. Sasvim je jasno da bez parnoga stroja ne bi bilo ni željeznikoga ni parobrodskoga prometa, a bez masovnoga javnog prijevoza ne bi bilo niti masa u pokretu koje postaju turisti. Takvih je s vremenom bilo sve više i nisu više dolazili samo iz aristokratskih i krupnoburžoaskih slojeva, no tek će dvadeseto stoljeće biti vrijeme ubrzane demokratizacije putovanja, odlično opisane raznim inačicama slogana "turizam za sve". Širenje turizma na niže slojeve bilo je dio politike socijalne države koja na europsku scenu stupa u prvoj polovici dvadesetoga stoljeća te nastoji zakonski regulirati radno i slobodno vrijeme, a potom puniti sadržajima korisnima za mase, opće javno dobro i politički poredak, bio on liberalno-demokratski ili totalitarni. Čistoća zraka, toplina sunca i dolična dokolica postaju tako izvori za obnavljanje kako radne energije, tako i vjere u uspješnost države. Međunarodna organizacija rada 1936. donosi gotovo revolucionarnu konvenciju o plaćenom godišnjem odmoru kao novom elementu radnoga zakonodavstva, no pravi skok u masovni turizam dogodio se tek poslije Drugoga svjetskog rata kada

je godišnji odmor postao pravo svakoga radnika, a turizam neizostavan dio gospodarske i socijalne politike. Tijekom europskoga Zlatnog doba, koje je potrajalo do početka sedamdesetih, odlazak na godišnji odmor postao je znak dosegnute razine životnoga standarda, a turizam pokretač potrošačke kulture i modernizacije. U europskim se zemljama upravo poslije Drugoga svjetskoga rata oblikuje masovno potrošačko društvo.

Među sudionicima europske turističke i potrošačke revolucije bila je i socijalistička Hrvatska čije se društvo unutar samo jedne generacije preobrazilo iz prevladavajuće poljoprivrednog u industrijsko. Dok se brza industrijalizacija u svojoj drugoj fazi usmjeravala prema lakoj industriji i sklapanju ugovora sa zapadnim tvrtkama, popularnu je kulturu zapljusnuo val amerikanizacije ili vesternizacije što se širio iz susjednih europskih zemalja. Televizijski program, filmski i zabavno-glazbeni festivali ubrzo su stekli brojnu publiku koja je pratila domaće i inozemne filmske, glazbene i sportske zvijezde. U drugoj polovici šezdesetih u Hrvatskoj su inozemni turisti prevladali nad jugoslavenskima, započela je proizvodnja Pepsi Cole i Coca-Cole, u upotrebi su bile prve kreditne kartice Diners, a uskoro i American Express. Tvornice kućanskih uređaja surađivale su s vodećim europskim proizvođačima. Vozači su upravljali Zastavinim vozilima, kojih ne bi bilo bez suradnje srpske tvornice s Fiatom, a slovenski i bosansko-hercegovački pogoni sklapali su Volkswagene, Renaulte i Citroëne. Uskoro su automobili postali najčešće korišteno prijevozno sredstvo za odlazak na odmor koji se sve rjeđe događao u socijalnom, a sve češće u komercijalnom smještaju. Turizam je prepoznat kao privatni i državni izvor deviza pa su se i zbog njega, a ne samo zbog javnog interesa lokalne zajednice, događali veliki infrastrukturni radovi koji su u konačnici ubrzavali modernizaciju turističkih odredišta dok su to isto na svoj način činili inozemni turisti spontano donoseći dašak Zapada. Zbog toga, kao i zbog svog doprinosa osjećaju blagostanja kod domaćih gostiju, turizam je tako bio vrsta prečice prema konzumerizmu. Potrošačka kultura koja se u takvim okolnostima razvijala u socijalističkoj Hrvatskoj sigurno nije bila na razini svojih zapadnih uzora, ali je svakako postala masovna i oblikovala domaće potrošačko društvo. Imalo je ono niz svojih nedostataka, uostalom kupovina u inozemstvu i krijumčarenje robe potvrđuju upravo njegove slabosti, no stoji da je socijalistička revolucija dovela i do potrošačke revolucije. Takav odnos socijalizma i konzumerizma uglavnom nije bio čudan jer je umjerena potrošačka kultura shvaćena kao znak gospodarskog i društvenog napretka. U nekim drugim okolnostima životni je standard možda mogao rasti brže, blagostanje je možda moglo poprimiti drugačiji oblik, no bolje je s povijesti ponovno ne skretati u fikciju.

* * *