

# Utjecaji zapadnjačke kulture u Jugoslaviji (1945.-1990.)

---

**Delač, Pave**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2015**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:421046>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-11**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**FILOZOFSKI FAKULTET**

**Pave Delač**

**Utjecaji zapadnjačke kulture u Jugoslaviji**  
**(1945.-1990.)**

**(DIPLOMSKI RAD)**

**Rijeka, 2015.**

SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET

Odsjek za povijest

Pave Delač

Utjecaji zapadnjačke kulture u Jugoslaviji  
(1945.-1990.)

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Povijest/Informatika

Mentor: red. prof. dr. sc. Darko Dukovski

Rijeka, veljača 2015.

## **Sažetak**

U ovom radu riječ je o utjecajima zapadnjačke kulture na život u Jugoslaviji od 1945. pa sve do 1990-ih godina, odnosno do kraja postojanja jugoslavenske države. Opisani su načini na koje su stanovnici Jugoslavije dolazili u dodir sa zapadnjačkim trendovima te kakav je bio njihov odnos prema sve jačem utjecaju sa Zapada. Taj se utjecaj naročito vidi u pojavi konzumerizma i potrošačke kulture. Metodom usmene povijesti (oral history) dobivena su saznanja o načinu života ljudi u velikom ličkom selu Donji Kosinj. Rad je nadopunjen novinskim člancima iz toga vremena i različitom književnom literaturom. Obrađuje sve važnije aspekte života stanovništva toga vremena i njihova odnosa prema zapadnoj kulturi.

### **Ključne riječi**

Zapadna kultura, konzumerizam, dokolica, metoda usmene povijesti

Uvod .....	5
1. Početak zanimanja za dokolicu .....	9
2. Prve poslijeratne godine.....	13
2.1. Reklama .....	13
2.2. Amerika kao uzor.....	14
2.3. Jugoslavija se uspoređuje sa Zapadom .....	15
2.4. Zabavna štampa .....	17
2.5. Čitanje zabavne štampe .....	21
2.6. Čitanje stripova.....	25
3. Stvaranje potrošačkog društva .....	26
3.1. Kupovna groznica .....	26
3.2. Kućanska pomagala .....	27
3.3. Uređenje domova.....	30
3.4. Čistoća na prvom mjestu .....	31
3.5. Računala .....	34
3.6. Automobil za svakoga.....	36
4. „Zapad“ u mome selu.....	41
4.1. Prvi televizori .....	41
4.2. Imamo kino.....	44
4.3. Rockeri sa sela .....	45
4.4. Prva kupaonica .....	49
4.5. Novi automobil u selu.....	52
4.6. Putovanje u Trst .....	54
Zaključak .....	56
Literatura .....	58
Prilozi – tablice.....	61
Prilozi – slike.....	64

## Uvod

U burnom 20. stoljeću dogodila su se dva svjetska rata koja su Europu i svijet bacila na koljena. Takvo stanje ponudilo je povjesničarima pregršt materijala za istraživanje. Glavno područje istraživanja predstavljale su ratne teme. Kao odmak od ratnih tema pojavljuje se zanimanje za običnu svakidašnjicu što je 1990-ih preraslo u pravu poplavu radova o ljudskoj svakodnevnici (*The Devil Makes Work. Leisure in Capitalist Britain., The Rise of Consumer Society in Britain 1880-1980., Household Appliances and the Use of Time: The United States and Britain Since the 1920's...*).

Tako se sve više povjesničara počinje zanimati za one ljude koji su se našli na prijelomnici vremena i čiji se život počeo mijenjati iz temelja. Nagli razvoj i modernizacija nakon Drugoga svjetskog rata potpuno su promijenili dotadašnji način življenja. Sve je više maha počela uzimati uporaba strojeva koji čovjeku pomažu u svakodnevnom životu. Ubrzo se ta tehnologija počela širiti dalje prema istoku te prelazi i granice Jugoslavije, koja je jedina među komunističkim zemljama bila znatnije otvorena prema Zapadu. Udaljavanje Jugoslavije od Sovjetskog Saveza i prekid odnosa Staljina i Tita samo su ubrzali taj proces otvaranja. Takvo je stanje najviše pogodovalo prosječnom građaninu koji je sada konačno mogao upoznati blagostanje koje vlada na Zapadu.

Kako se Jugoslavija okreće Zapadu, tako sve više raste zanimanje za zapadnim načinom življenja. Vlastiti stan ili automobil bio je u to vrijeme luksuz koji stanovnici Jugoslavije nisu sebi mogli priuštiti. Godišnji odmori provedeni u nekom drugom gradu bili su za mnoge Jugoslavene još nedosanjani san. No, to će se ubrzo promijeniti jer će s ulaskom zapadne kulture u Jugoslaviju i način življenja običnih ljudi postajati sve sličniji zapadnjačkom stilu.

Ovaj će se rad upravo i baviti utjecajem zapadne kulture na život stanovništva u Jugoslaviji, i to tako da će istražiti na koje je načine zapadna kultura dolazila u Jugoslaviju, na koje je aspekte života naročito utjecala i kako se iskazivala. Ova tema je još nedovoljno obrađena kod hrvatskih povjesničara, a najviše se njome bavio hrvatski povjesničar Igor Duda

u svojim dvjema knjigama i nizu znanstvenih članaka.<sup>1</sup>

U radu je korištena razna književna građa, kao i internetski izvori o temi dokolice i utjecaju zapadne kulture u Jugoslaviji. Internetska građa raznih autora (*Zabavna štampa u socijalističkoj Jugoslaviji*, *Životni stil i potrošačka kultura*, *Kako metodu usmene povijesti/oral history uklopiti u muzejsku izložbu?*, *Varaždin je 1970-ih mogao postati sveučilišni grad*, *Arhivistika i usmena povijest*) uvelike olakšava razumijevanje procesa prihvaćanja zapadne kulture.

Korišteni su i novinski članci iz tadašnjih dnevnih tiskovina koji su donosili pomodne trendove sa Zapada.<sup>2</sup> Upravo su dnevne tiskovine postale jedan od najvažnijih prijenosnika svih događanja na Zapadu, pa su nerijetko uzore za način življenja ljudi tražili u raznim časopisima poput *Starta*, *Vikenda*, *Vijesnika u srijedu* i sličnih. Ti su časopisi prvi donosili dašak zapadnog načina života u osiromašenu i nerazvijenu Jugoslaviju koja je sada mogla usporediti svoj način življenja sa životom u zapadnim zemljama. U zanimljivim novinskim tekstovima, potkrijepljenima prikladnim fotografijama, govorilo se o raznim novim tehničkim i kućanskim pomagalima te se stvarala percepcija boljeg života na Zapadu kojemu svaki čovjek mora težiti. Želja za zapadnjačkim ugodnijim životom nezaustavljivo je rasla.

Osim književne građe, internetske građe i novinskih izvora, važnu komponentu ovog rada predstavljaju i razgovori sa suvremenicima toga vremena čija su svjedočanstva iznimno vrijedan, ali subjektivan izvor informacija. Razgovori su uvelike pomogli da bi se stekla jasna slika o tome kako su ljudi doživljavali te nagle promjene koje su se događale oko njih i u njihovim životima. Poznato je da se kod čovjeka često javi otpor prema nečemu novome,

---

<sup>1</sup> Knjige: *U potrazi za blagostanjem, O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih i Pronađeno blagostanje, Svakodnevni život i potrošačka kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih*.

Niz radova: „Svakodnevica pedesetih: od nestašice do privrednog čuda“, „Adriatic for All: Summer Holidays in Croatia“, „What to do at the Weekend? Leisure for Happy Consumers, Refreshed Workers, and Good Citizens“, „Nema goriva. INA, nestašice i mjere štednje u Hrvatskoj 1979.–1984.“, „Konzumerizmom do komunizma? Potrošačka kultura u Hrvatskoj od 1950-ih do 1980-ih“, „Od radnika do turista. Prava, želje i stvarnost socijalnoga turizma u jugoslavenskome socijalizmu“, „Kamo na vikend? Slobodno vrijeme sretnih potrošača, odmornih radnika i dobrih građana“, „Komunisti kao turisti. Godišnji odmor u vili CK SKH u Fažani“

<sup>2</sup> Časopisi: VUS (1970-1979.), SAM (1975-1986.), Lički Vjesnik (1976-1991.)

posebice prema onome s čime nije dobro upoznat, pa je bilo zanimljivo istražiti je li uopće postojao takav otpor. Razgovori otkrivaju na koji su način ljudi saznavali za pogodnosti zapadnog svijeta i kako je prihvaćanje tih pogodnosti i pratećih promjena u načinu života izgledalo u njihovim očima.

Razgovor je vođen s nekoliko osoba koje su rođene i odrasle u selu Donji Kosinj koji je u to vrijeme bio veličine današnjega manjeg grada u Hrvatskoj. Prva osoba s kojom se razgovaralo je Marija Delač rođ. Majnarić (r. 01.11.1966.).<sup>3</sup> O poratnim zbivanjima i prvim godinama otvaranja Jugoslavije prema Zapadu svjedočio je Milan Majnarić (r. 14.5.1934.).<sup>4</sup> Treća je sugovornica bila Zorka Munjas (r. 26.06.1963.)<sup>5</sup> iz istog sela, ali pravoslavne vjeroispovijesti da bi se vidjelo kako su modernizaciju sa zapada doživljavali pravoslavni žitelji. U istom kontekstu razgovarano je i s Đurom Paripovićem (r. 11.09.1963.)<sup>6</sup> i Vukašinom Munjasom (r. 22.04.1966).<sup>7</sup> Svoj pogled na događanja iznio je i Milan Paripović (r. 25.10.1937)<sup>8</sup>. Također je rad nadopunjen svjedočanstvima Anke Majnarić (r. 03.03.1964.)<sup>9</sup> i Milana Veselina (r. 11.07.1966.)<sup>10</sup>.

Ovdje primijenjena metoda usmene povijesti, poznatija pod nazivom *oral history*, vrlo je važna istraživačka metoda za potpunije razumijevanje života ljudi i povijesnih tijekova. Dugo vremena je bila nepravедno zapostavljena jer je povjesničarima glavni izvor u istraživanju bila pisana građa. Iako je još Tukidid u svom djelu „Peloponeski ratovi“ zapisao da je opisivao „samo ono čemu sam nazočio ili o čemu su me drugi potanko obavijestili do najmanjih pojedinosti“<sup>11</sup>, taj će način rada postupno biti zanemaren. Tek u drugoj polovici 20. stoljeća ponovno se počinje vraćati svijest o važnosti ovakvog načina istraživanja kao autentičnoga svjedočanstva vremena, i to najprije u američkoj i britanskoj historiografiji

---

<sup>3</sup> Razgovor s Marijom Delač vođen je od 7.11.2014. do 9.1. 2015.

<sup>4</sup> Razgovor s Milanom Majnarićem vođen je od 11. 11. 2014. do 12. 11. 2014.

<sup>5</sup> Razgovor sa Zorkom Munjas vođen je od 15. 11. 2014. do 6. 1. 2015.

<sup>6</sup> Razgovor s Đurom Paripovićem vođen je od 23. 11. 2014. do 25. 11. 2014.

<sup>7</sup> Razgovor s Vukašinom Munjasom vođen je od 15. 11. 2014. do 6. 1. 2015.

<sup>8</sup> Razgovor s Milanom Paripovićem vođen je od 6. 2. 2015. do 8. 2. 2015.

<sup>9</sup> Razgovor s Ankom Majnarić vođen je od 6. 2. 2015. do 9. 2. 2015.

<sup>10</sup> Razgovor s Milanom Veselinom vođen je od 10. 2. 2015. do 11. 2. 2015.

<sup>11</sup> Obadić 2001:285.



odakle se kasnije širi i u ostale europske zemlje. „*Usmena povijest se prije svega koristi u rekonstrukciji povijesti odozdo (history from below) čiji su subjekt promatranja osobna iskustva i perspektiva običnih ljudi koji su do tada bili izvan interesa historiografije (...)*“.<sup>12</sup> Prema tome, da bi se u potpunosti mogao razumjeti način života maloga čovjeka radi upotpunjavanja i sklapanja cjeline jednog razdoblja, nužno je primijeniti ovu metodu istraživanja.

Kao osnivači metode oral history ili metode usmene povijesti spominju se dvojica povjesničara, Alan Nevins i Louis Starr.<sup>13</sup> Oni su prvi postavili temelje toj metodi na američkom tlu, da bi se kasnije proširila na sve ostale europske historiografije. Na samim počecima razgovori su se snimali, a poslije su bili preslušavani i na taj su način povjesničari bilježili nova saznanja. Snimanje kod nekih ljudi izaziva nelagodu te je intervju zato ponekad bolje zapisivati rukom jer se može doći do više zanimljivih podataka kada je osoba opuštena i osjeća se ugodno. Posebnu važnost metoda oral history ima u područjima koja nisu toliko puno bilježena perom povjesničara. Uz njenu pomoć možemo doći do važnih saznanja kakvih u pisanim izvorima ima malo ili nimalo, a tiču se povijesti žena, marginalnih socijalnih grupa (iseljenika, zatvorenika), obitelji, svakodnevnoga privatnog i profesionalnog života.<sup>14</sup>

Prema svemu navedenom oral history predstavlja važnu komponentu u svakom radu, te će i ovdje biti upotrijebljena kako bi se iz prve ruke dobio dojam o promjenama izazvanima utjecajem Zapada. Štoviše, za istraživanje odabrane teme ovoga diplomskog rada posebno je bitna kako bi se moglo što dublje zahvatiti ciljanu problematiku.

---

<sup>12</sup> Isto

<sup>13</sup> Orlić 2006:152.

<sup>14</sup> Usp. Cupek Hamill 2012:220.

# 1. Početak zanimanja za dokolicu

Istraživanje dokolice i potrošačkog društva tek je nedavno našlo mjesto u suvremenoj historiografiji. Povjesničari najprije nisu pridavali veliku važnost istraživanju toga područja koje je tako ostalo zanemareno. Nisu se pretjerano zanimali za slobodno vrijeme različitih skupina ljudi, nego su svu svoju pozornost posvećivali istraživanju raznih drugih povijesnih događanja.

Prva istraživanja ove teme, dokolice i potrošačkog društva, pojavljuju se u sociologiji. Pojedini sociološki radovi počinju govoriti o ponašanju čovjeka za vrijeme dokolice. To su uglavnom bila više implicitna nego eksplicitna istraživanja o slobodnom vremenu pojedinca.<sup>15</sup> Shvatio se da je slobodno vrijeme važan čimbenik koji utječe na život pojedinca i šire grupe ljudi i da treba posvetiti veću pozornost tome aspektu ljudskog života. Prvi koji je proveo takvu vrstu ispitivanja bio je Paul Lafargue<sup>16</sup> koji je na prijelomu stoljeća raspravljao o bolesnoj zaludenosti radničke klase višesatnim radom te je zagovarao lijenost kod svih ljudi, a ne samo buržoazije.<sup>17</sup> Korak dalje u istraživanju slobodnog vremena idu američki etnolozi H. i R. Lynda koji su u jednom američkom naselju deset godina pratili način življenja, nakon čega su sumirali svoja istraživanja i iznijeli zaključke.<sup>18</sup>

Nakon što su se objašnjavanjem ljudskog ponašanja u slobodno vrijeme pozabavili sociolozi, ova zanimljiva tematika privlači sve veću pozornost i povjesničara. Kasnih godina dvadesetoga stoljeća sve više europskih i američkih povjesničara počinje obraćati pažnju na ljudsku dokolicu i konzumerizam. Sve veće europske historiografije počinju drugačije vrednovati viđenje „povijesti odozdo“ odnosno iz perspektive običnog čovjeka, bilo da se radi o domaćicama, radnicima, prodavačima ili rudarima. Povjesničari sada počinju zapisivati i istraživati viđenje povijesti iz perspektive običnih ljudi, shvativši da tu postoji još puno toga što se prije nije uzimalo u obzir.

---

<sup>15</sup> Martinić 1977:5.

<sup>16</sup> Paul Lafargue (1842-1911.), francuski novinar, književni kritičar i pisac

<sup>17</sup> Buržoazija (od franc. riječi bourgeois) je naziv za stanovništvo koje se naseljavalo u gradove. Najčešće su to bili obrtnici i trgovci.

<sup>18</sup> Martinić 1977:6.

Do tada nije bilo nigdje na taj način proučavano ponašanje ljudi, kao ni njihovi pogledi na život. S time u prvi plan dolaze različite metode i gledanja na prošlost, počevši od ekonomske povijesti do približavanja kulturnoj, socijalnoj i povijesnoj antropologiji.<sup>19</sup> Tako se kod Nijemaca razvija novi oblik povijesti, „povijesti odozdo“ ili povijesti svakodnevnice, pod nazivom *Alltagsgeschichte*. Također se ista pojava javlja i kod Britanaca, najprije u djelima i istraživanjima dvaju povjesničara lijeve orijentacije E.P. Thompsona i Erica J. Hobsbawma.<sup>20</sup> Iako su u početku ovi pioniri, ako se tako mogu nazvati, nailazili na sumnju i odbijanje jer je do tada velika većina smatrala da to nije povijest i da na taj način ne treba istraživati, ipak se sve više počinje ostvarivati suradnja između kulturalnih studija na tom području.

Sve se veća važnost pridaje običnom čovjeku o kojemu se sada pišu razne studije. Istražuje se na koji način živi, odijeva li se bolje ili lošije, kako se hrani, koji je oblik njegove okupacije, gdje kupuje, što prodaje i još mnogo raznih stvari. Odjednom je ono što se uvijek smatralo nevrijednim i nije mu se pristupalo s velikom pozornošću - postalo važno. Povjesničari su shvatili da upravo ti mali ljudi žive svoje živote u raznim situacijama i da su baš oni autentični svjedoci vremena. Pritom se do njih vrlo lako moglo doći. Nije više bilo potrebno izučavati pisanu građu koju su prethodni povjesničari ostavili. Sada je svaki povjesničar za svoje istraživanje mogao odabrati jednog čovjeka ili više njih, zavisi od potrebe istraživanja, i iz prve ruke saznati sve što ga zanima. Ovakav način istraživanja brzo je zaživio u europskim historiografijama, a ponajviše u britanskoj i njemačkoj historiografiji. Hrvatski, odnosno jugoslavenski povjesničari tek su naknadno počeli istraživati temu dokolice običnog čovjeka.

Sredinom 20. stoljeća u britanskoj historiografiji nastaje *social history of leisure*<sup>21</sup>, područje koje je obuhvaćalo sve aktivnosti slobodnog vremena. Tako se razvilo zanimanje za čitanje, slušanje radija, gledanje televizije, glazbu, kino, sudjelovanje u popularnoj kulturi,

---

<sup>19</sup> Duda 2005:10.

<sup>20</sup> Isto

<sup>21</sup> *Social history of leisure* ili kod nas prevedeno: *povijest slobodnog vremena*. Ista inačica je poznatija na njemačkom jeziku pod nazivom *Freizeitgeschichte*, a na francuskom *histoire du loisir*.

putovanja, turizam i slično.<sup>22</sup> Prvi veći izleti u tom pravcu događaju se nedugo nakon Drugoga svjetskoga rata kada britanski povjesničar John Alfred Ralph Pimlott objavljuje knjigu *The Englishman's Holiday: A Social History*.<sup>23</sup> Knjiga se bavila tematikom turizma i putovanja britanskih radnika na godišnji odmor. To se djelo i danas smatra velikim ostvarenjem na tome području. Ono je zagreblo ispod površine tako bogate teme, upravo u trenutku kada se sve više mijenjao način življenja radnika.

Počela se u to vrijeme voditi briga o radnicima koji su do tada višesatno radili u tvornicama odnosno počele su se razmatrati mogućnosti povećanja njihove radne učinkovitosti. Shvatilo se da će davanje većih pogodnosti radnicima utjecati na njihovu veću produktivnost. Polazilo se od činjenice da će zadovoljan radnik bolje raditi. Tako su radnici imali sve više slobodnog vremena jer je radno vrijeme bilo ograničeno na 8 umjesto dotadašnjih 14 sati. Sada su se radnici našli u novoj poziciji. Imali su dosta slobodnog vremena za sebe i samo su morali smisliti kako ga iskoristiti. Razni načini na koje su provodili to svoje slobodno vrijeme postat će predmetom istraživanja povjesničara.

Poslije Pimlottovog djela, o toj se temi u historiografiji dugo nije raspravljalo. Onda je nakon tridesetak godina ponovno objavljeno izdanje te iste knjige što je izazvalo nove rasprave i pisanje raznih studija o toj temi. Posebno su se dokolicom bavili britanski povjesničari od kojih se izdvaja John K. Walton, koji se i danas smatra vodećim britanskim povjesničarom na tome području.<sup>24</sup> Počinje se stvarati novo područje unutar povijesne znanosti. Osmim međunarodnim kongresom gospodarske povijesti, koje se 1982. godine održalo u Budimpešti, to je i potvrđeno.

Osim kod Britanaca, i u njemačkoj historiografiji dokolica počinje dobivati važnu ulogu. Osamdesetih godina 20. stoljeća počinju izlaziti značajniji radovi njemačkih povjesničara. Nijemci idu korak dalje od Britanaca i spajaju povijest dokolice s poviješću potrošačkog društva te s glavnim tokom socijalne i gospodarske povijesti što će rezultirati

---

<sup>22</sup> Duda 2005:11.

<sup>23</sup> Isto

<sup>24</sup> The Blackpool Landlady

iznimno bogatom produkcijom.<sup>25</sup> Također se u isto vrijeme i Francuzi prihvaćaju povijesti dokolice, najviše se orijentirajući na pedesete i šezdesete godine 20. stoljeća. Među njima se javlja nekoliko znamenitih povjesničara, a treba izdvojiti posebno Alaina Corbina i njegova dva djela: *Le territoire du vide* i zbornik *L'Avenement des loisirs: 1850-1960*.<sup>26</sup>

Sada je dokolica postala glavnim predmetom istraživanja u svim značajnijim historiografijama Europe. Iako su neki autori u početku imali bojazan da bi zanimanje za ovo područje povijesti moglo zamrijeti, to se nije dogodilo. Štoviše, sve se više istražuju širi aspekti dokolice. Noviji povjesničari počinju pisati o ponudi i potražnji kao glavnim pokretačima gospodarske proizvodnje. Zanimaju se za kućanske strojeve, samoposluge, robne kuće, što kupuju žene, na što troše muškarci. Potrošnja počinje biti glavnim predmetom izučavanja jer se u njoj ogleda više aspekata ljudskog života. Moglo se vidjeti kako su i na što ljudi trošili novac kroz vrijeme, je li porasla njihova kupovna moć, jesu li paralelno rasle i plaće. Jesu li ljudi kupovali razne stvari zbog pomodnih trendova ili uistinu zbog toga što su im bile potrebne? Ako im nisu bilo nužno potrebne, koji su ih to čimbenici naveli na kupovanje?

Tako se nova grana povijesti u potpunosti razvila i zaživjela u modernoj historiografiji. Povjesničari je više ne zanemaruju i sve više njih sa zanimanjem pristupa tematici slobodnoga vremena i načina života maloga čovjeka. Tema je to koja je uvijek bila nadohvat ruke, ali se mali broj znanstvenika usudio krenuti u tome smjeru.

---

<sup>25</sup> Isto

<sup>26</sup> Isto

## 2. Prve poslijeratne godine

### 2.1. Reklama

Nakon strašnih razaranja u Drugome svjetskom ratu, svijet se ponovno počeo oporavljati, a razrušena Europa dobivala je veliku vojnu i financijsku pomoć od SAD-a. Osim što je vojno pomagao Europi u borbi protiv fašista, SAD je uložio mnogo novca i u izgradnju razrušenih država. Trebala mu je Europa kao važan trgovinski partner, a novčanom ju je pomoći podredio svojim gospodarskim i geopolitičkim interesima. Upravo je Europa sada najviše uvozila američke proizvode i to su u SAD-u odlučno iskoristili kako bi proširili svoj utjecaj na Starom Kontinentu. Poslijeratnoj Europi Amerika je bila uzor u svemu. Američki način života postao je sinonimom za ugodnost koju su sada svi htjeli kopirati. Amerikanci i njihove korporacije tu su potrebu vrlo brzo prepoznali i nisu skrivali zadovoljstvo takvim obožavanjem, nego su naprotiv pokušavali još više približiti svoj način života Europi. Jedan od načina na koji su to mogli provoditi bile su reklame.

Reklame su se počele pojavljivati još za vrijeme rata kada su američki vojnici dijelili lokalnom stanovništvu tada popularne najlonke.<sup>27</sup> Najlonke su relativno rano bile poznate u SAD-u te su ih imućnije dame koristile kao modni detalj koji je predstavljao određeni statusni simbol jer ih nije mogao svatko sebi priuštiti. Vrlo se rano shvatilo da se reklamiranjem nekoga proizvoda utječe na kupce i da ih se na taj način može uvjeriti kako im je taj proizvod prijeko potreban. Reklama je izazov, poticaj koji riječju i slikom smjera uvijek istom cilju, a to je izazivanje želje za trošenjem.<sup>28</sup>

Važan propagandni utjecaj imali su također američki filmovi. Američka filmska industrija je brzo izbacivala jedan film za drugim, a u njima se vrlo često mogao vidjeti način života američkog stanovništva prikazan pomoću glavnih filmskih likova. Amerikanci su svoje filmove prodavali europskim i afričkim zemljama po različitim cijenama. Nije presudno bila

---

<sup>27</sup> Duda 2005:40.

<sup>28</sup> Martinić 1977:40.

riječ o različitim kupovnim moćima tih zemalja, već o postizanju dugoročnoga djelovanja i utjecaja na svijest pojedinca. Smatralo se da je europska mladež već donekle bila usmjerena i na nju se teže moglo djelovati, dok se afričku mladež mogla brže i lakše oblikovati po modelu koji su američke korporacije htjele.<sup>29</sup>

## 2.2. Amerika kao uzor

Dok je u američkim kućanstvima još i prije 2. svjetskog rata bilo normalno da su opremljena najsvremenijim pomagalicama, u tom istom razdoblju u Europi to nije bio slučaj. Opći standard američkih obitelji bili su perilica, radio, televizor, kupaonica s kadom i automobil. Takav oblik života u Europi zaživljava nešto kasnije, tek onda kada se raznim propagandama utječe na zapadne zemlje da kopiraju Amerikance. Tako se već 1950-ih godina u Njemačkoj počinje proizvoditi robe široke namjene, poznatija pod nazivom *Wirtschaftswunder*.<sup>30</sup> Namjera je bila proizvoditi robu kojoj prodajna cijena ne bi bila prevelika. Na taj način bi većina stanovništva mogla sebi priuštiti različite proizvode. Također je korist od toga imala i država koja je otvarala radna mjesta, a ponajviše zbog ulaska stranog kapitala. Ubrzo se takvo stanje širi i na ostale europske države, pa tako i Britanija i Italija doživljavaju svoje gospodarsko čudo. Svima je cilj bio isti. Htjelo se postići kraće radno vrijeme, velike plaće, jeftine stanove, više slobodnog vremena i još mnogo toga što su američki građani odavno već imali. Upravo će se to i dogoditi.

Cilj je svim europskim zemljama bio jednak, a to je postizanje gospodarskoga napretka. No, nisu sve zemlje na isti način planirale to učiniti. Razliku u Europi činile su države koje su bile blokovski podijeljene.<sup>31</sup> Dok je zapadnim europskim zemljama Amerika bila glavnim uzorom, istočne su zemlje svoj uzor pronašle u Sovjetskom Savezu. Premda su

---

<sup>29</sup> Martinić 1977:41.

<sup>30</sup> Duda 2005:38.

<sup>31</sup> Blokovska podjela svijeta je nastala ubrzo nakon Drugog svjetskog rata, a učvršćena je stvaranjem vojno-političkih saveza. Svijet je podijeljen između Istoka (komunističkih zemalja) i Zapada (kapitalističkih zemalja).

zapadnoeuropske zemlje bile razvijenije u svakom pogledu od istočnih, ekonomski pokazatelji pokazuju brži napredak istočnih zemalja. Razlog se može tražiti i u tome što nisu imale iste početne pozicije. Istočnoeuropskim je zemljama bio potreban veliki pomak već od početka i to su uspijevale postići, dok su na Zapadu već bili vrlo blizu postizanju cilja i kretali su se naprijed malim koracima. Iako se na političkoj pozornici nisu, blago rečeno, dobro slagale, SSSR je ipak u SAD-u vidio uzor i želio postići američki standard. To je pogodovalo i ostalim istočnoeuropskim zemljama pod komunističkom vlašću, među njima i Jugoslaviji. Štoviše, Jugoslavija se počinje brže približavati Zapadu nakon raskola sa Staljinom.<sup>32</sup>

### **2.3. Jugoslavija se uspoređuje sa Zapadom**

Nakon Drugog svjetskog rata koji je potpuno opustošio Europu, posljedice su se itekako osjećale i u Jugoslaviji. Dogodilo joj se upravo to da je životni standard bio jedan od najnižih u Europi. Stanovništvo je bilo na rubu gladi i u mnogočemu je ovisilo o pomoći UNRRA-e koja je iznosila nekih 416 milijuna dolara.<sup>33</sup> Jugoslavija je pokušala stvoriti gospodarski napredak po uzoru na Sovjetski Savez. Pokušalo se planskim gospodarstvom pokrenuti proizvodnju, i to u tri etape. Prva etapa (1947.-1951.) bila je po uzoru na sovjetsko plansko gospodarstvo, ali se s tim načinom oporavka brzo prestalo. Nakon već spomenutog razilaženja sa Staljinom, i Jugoslavija se okreće zapadnim utjecajima. Put prema boljem životu pronađen je u lakoj industriji i proizvodnji robe široke potrošnje.<sup>34</sup> Jugoslavensko je gospodarstvo sve više počelo dobivati licence od zapadnih kompanija za proizvodnju njihovih brendova te se tako postupno Jugoslavija približila zapadnim zemljama. Napredak Jugoslavije ubrzo se mogao vidjeti po rastu proizvodnje. Jugoslavija je sada postala gospodarsko čudo jer je uz financijsku pomoć zapadnih zemalja postigla najveći gospodarski

---

<sup>32</sup> Raskol između Staljina i Tita dogodio se 1948. godine čime se Jugoslavija odvaja od utjecaja SSSR-a i približava Zapadu.

<sup>33</sup> Bilandžić 1999:237.

<sup>34</sup> Duda 2005:44.



rast u cijelome svijetu.<sup>35</sup> Prosječni godišnji rast proizvodnje iznosio je 9,5 posto, a osobne potrošnje 10,0 posto.<sup>36</sup>

Pedesetih i šezdesetih godina 20. stoljeća narodi Jugoslavije, potaknuti razvojem gospodarstva, počeli su težiti lagodnijem životu kakav su sada, zahvaljujući novinama, mogli vidjeti na Zapadu. Maštali su o televizorima, štednjacima, automobilima. Željeli su ostvarenje sna o življenju uz električnu energiju, državne ceste, radio i bicikl. Automobil je u to vrijeme predstavljao standard na Zapadu, a u isto vrijeme Jugoslaveni su sanjali o svom biciklu. Ubrzo im se snovi počinju ostvarivati. Početkom '50-ih godina nisu još sve obitelji imale radio-prijamnik koji je bio glavni posrednik između ljudi i svijeta. Tadašnjih nešto manje od 4 milijuna stanovnika u Hrvatskoj moglo je slušati pet radiostanica, a jedan je prijamnik dolazio na 31 slušatelja.<sup>37</sup> Istovremeno, Hrvatska je imala na raspolaganju 822 kWh električne energije, a asfaltirano je bilo samo 1.154 kilometra cesta.<sup>38</sup>

Upravo to pokazuje koliko je Jugoslavija još uvijek bila nerazvijena i kako još uvijek nije postojalo dovoljno potrebne infrastrukture da bi se omogućilo brže prodiranje električnih uređaja i automobila. Zato se počelo unaprjeđivati infrastrukturu, koja bi omogućila većini ljudi korištenje električnih uređaja ili posjedovanje vlastitog automobila. Obiteljski ručak isto tako nije bio na zavidnoj razini te si je jedna radnička obitelj mogla priuštiti samo najosnovnije namirnice kao što su kruh, mlijeko, povrće i malo mesa. U tim prvim poslijeratnim godinama proizvode su mogli kupiti u samo nešto više od sedam tisuća dućana. Godine 1954. otvorena je i prva jugoslavenska samoposluga u Ivancu.<sup>39</sup> Bilo je to samo šest godina poslije otvaranja prve britanske samoposluge.

Jugoslavija se počela brzo razvijati i približavati standardima zapadnoeuropskih zemalja zahvaljujući tome što je u svim područjima bilo puno prostora za napredak. Sve je to bilo vrlo dobro popraćeno tadašnjim dnevnim tiskovinama u kojima se veličao uspjeh

---

<sup>35</sup> Isto

<sup>36</sup> Bilandžić 1999:435.

<sup>37</sup> Duda 2005:50.

<sup>38</sup> Isto

<sup>39</sup> Isto

socijalizma i hvalio razvoj gospodarstva zahvaljujući kojem je Jugoslavija postala prepoznatljiva u svijetu. Sve je to bilo još čudnije s obzirom da je Jugoslavija bila komunistička zemlja i realno je bilo očekivati da će svoje gospodarstvo podrediti SSSR-u. Tito je sve iznenadio kad je okrenuo politiku i otvorio svoju zemlju približavanju Zapadu, čime je omogućio da i narodi Jugoslavije počinju sanjati „američki san“.

## 2.4. Zabavna štampa

Jugoslavenska komunistička vlast odmah je nakon stvaranja FNRJ pomoću svih mogućih medija počela širiti svoju propagandu. Ona je bila strogo usmjerena i potaknuta dobrim odnosima sa Sovjetskim Savezom te je širila socijalističke ideje, istovjetne idejama koje je Staljin širio u SSSR-u. Također je postojao strogi nadzor svega što se pisalo u dnevnim tiskovinama i vlastima ništa nije moglo proći neprimijećeno. Svako razilaženje sa socijalističkom ideologijom strogo je kažnjavano. Zbog straha od progona nije bilo slobode izražavanja i pisalo se samo ono što je bilo politički prihvatljivo. Ni na koji način nije se htjelo privući pozornost drugačijim stavovima jer bi to obično loše završavalo.

Nakon raskida veza između Jugoslavije i SSSR-a, i tiskovine dobivaju sve veće slobode. Pokreće se čitav niz novih časopisa koji će pratiti zbivanja na Zapadu i te nove utjecaje prenositi narodima u Jugoslaviji. To su: *Svijet* (1953.), *Plavi vjesnik* (1954.), *Arena* (1959.), *Studio* (1964.), *Vikend* (1968.), *Start* (1969.).<sup>40</sup> Ti su časopisi donosili sve novotarije koje su bile korištene u zapadnim kućanstvima, odnosno stvari u kojima su uživali ljudi na Zapadu. Nerijetko su ti opisi bili popraćeni i slikama što je još više približavalo pogodnosti koje su bile u „trendu“. Upravo i jest bila ideja tih časopisa da reklamiranjem zapadnog života kod ljudi stvore težnju da i oni moraju tako živjeti. Iako se vlastima ovakav oblik prenošenja

---

<sup>40</sup> Isto

nije nikada sviđao jer je promicao kapitalističke, a ne socijalističke vrijednosti, ipak su ga propuštali.<sup>41</sup>

Sastavni dio zabavne štampe bili su i popularno nazivani „šund-romani“.<sup>42</sup> Obično su izlazili nedjeljom i u nastavcima tako da drže čitateljstvo u iščekivanju. Najčešće su imali ljubavnu, kriminalističku ili vestern tematiku. Ovakav je oblik literature bio namijenjen običnom građaninu koji nije bio velike imovinske moći niti je posjedovao visoko obrazovanje. Svrha šund-romana bila je zabaviti široku masu ljudi, a rado su ih čitali svi slojevi društva. Obrazovanim ljudima šund-roman predstavljao odmor od stresne svakodnevnice i poslovnih potreba. Slabije obrazovanim ljudima šund-roman je nerijetko bio i jedina literatura koju su čitali. Tako šund-romani svoju popularnost duguju činjenici što su okupljali široku publiku iz svih slojeva društva.

Sada su izdavači zabavnih časopisa shvatili da raste potražnja za ovim oblikom prenošenja informacija i trudili su se privući još veći broj čitatelja koji će kupovati njihove brojeve. To dovodi do naglog povećanja naklada jer se mora udovoljiti sve većem broju čitatelja. Problem je bio što u poslijeratnoj Jugoslaviji nije bilo toliko zabavnih momenata koje bi onda ti časopisi prenosili, a neke domaće zabavne teme nije ni bilo uputno dirati. Zbog toga se moralo posezati za zanimljivostima koje su se odvijale na Zapadu, pa se tako počinju prenositi tračevi o svjetskim zvijezdama, nagradne igre, izbori ljepote i slične stvari koje su uveseljavale svakodnevicu običnoga građanina. Kako bi što više privukli čitalačku publiku, a nadasve muškarce, časopisi počinju poprimati i erotski oblik. Tako počinje izlaziti erotski časopis *Adam i Eva*.<sup>43</sup>

Premda je potreba za zabavnim časopisima sve više bujala, postojao je strah SKJ-a da se u tim časopisima previše prenose razne ideje iz kapitalističkih zemalja. Vlast je strahovala da će se zbog toga narod otuđiti od socijalističkih ideala i posve okrenuti prema zapadnim vrijednostima. Zbog toga su pokušali utjecati i kontrolirati sadržaje koje su smatrali nepodobnima, naročito zbog toga što je najviše čitatelja tih časopisa bilo iz redova mlađe

---

<sup>41</sup> Tek je vlast 1972. uvela porez na promet publikacijama, ne bi li tako uspjela smanjiti broj tih časopisa.

<sup>42</sup> Popularno zvani šund-romani su oblik književnosti koji nema nikakvu literarnu vrijednost nego služi ponajprije zabavljanju širokih masa ljudi. Prevedeno s njemačkog jezika šund znači otpadak, bezvrijedno djelo.

<sup>43</sup> Janjetović: 40.

populacije. Tako već 1950-ih godina dolazi do ukidanja nekih zabavnih časopisa pod izlikom da su izdavači uvidjeli potrebu obrazovanja mladih ljudi na kvalitetniji način.<sup>44</sup> Protiv šunda i moderne umjetnosti ustao je i sam Tito na kongresu omladine 1963. godine te je na taj način zadan veliki udarac tomu obliku izražavanja.<sup>45</sup>

Iako se smatralo da je tim Titovim istupom odzvonilo ovakvom načinu pisanja, dogodilo se upravo suprotno. Potražnja za šund časopisima i dalje raste te oni doživljavaju procvat koji traje sve do sedamdesetih godina kada je vlast napokon odlučila nešto konkretnije poduzeti. Tako je nakon 21. zasjedanja Predsjedništva SKJ 1972. godine odlučeno da se uvede *Zakon o oporezivanju proizvoda i usluga u prometu*.<sup>46</sup> Ubrzo je taj zakon stupio na snagu u svim zemljama SFRJ što je značilo veću kontrolu šund časopisa i pokušaj vlasti da nadzire njihovo tiskanje. To je dovelo do velikih problema kod mnogih časopisa jer su sada izgubili one izvore koje su koristili za tiskanje naklada. Zbog toga će se ugasiti nekoliko šund časopisa koji se više nisu mogli nositi s pritiskom.

Porez na šund, kako je bio popularno nazivan, nije do kraja urodio plodom. Naklada šund časopisa je i dalje ostala impozantna, tako da su u Jugoslaviji nastavila izlaziti 73 časopisa s nakladom po jednom broju od čak 6, 214 milijuna primjeraka. Od toga je u Vojvodini izlazilo 35,3 posto, u Srbiji 30,9 posto, u Hrvatskoj 16,9 posto, u BiH 11,3 posto i u Sloveniji 5,6 posto.<sup>47</sup> Uvedenom je porezu izmaklo 35 posto časopisa koji su činili 51 posto naklade.<sup>48</sup> Vidljivo je, dakle, da su najtiražniji časopisi i dalje izlazili dok su se oni manji ugasili. Zanimljiv je paradoks daljnjega rasta naklade šund romana i nakon prvođenja zakona u prvoj godini. Šund romani sve su više nalazili svoju čitalačku publiku te su činili polovicu naklade u cijeloj Jugoslaviji. Tako se, umjesto da se smanji broj šund časopisa što je htjela

---

<sup>44</sup> Usp. Janjetović: 42.

<sup>45</sup> Usp. Janjetović: 43.

<sup>46</sup> Isto<sup>46</sup> Usp. Janjetović: 43.

<sup>46</sup> Ist

<sup>46</sup> Usp Janjetović: 44.

<sup>46</sup> Isto

<sup>47</sup> Usp Janjetović: 44.

<sup>48</sup> Isto

vlast, događalo upravo suprotno. Sve se više pojavljuju časopisi ovakve vrste koji zamjenjuju one časopise koji su se ugasili na početku provedbe zakona. Poplava šund-romana proizlazila je iz ekonomske koristi jer su izdavači shvatili da se, s obzirom na broj korisnika, upravo na takvom obliku časopisa može najbrže i najviše zaraditi.

Kako je 1970-ih u Jugoslaviji kriza počela uzimati danak, tako su i šund časopisi postajali sve „žući“. Izdavači su koristili krizu u državi i slabljenje nadzora, pa su tako i oni ozbiljniji časopisi počeli poprimati oblike žutula. Događaji iz prošlosti počinju se opisivati na senzacionalistički način s tonovima žutula koji se publici više sviđali. Bili su poželjniji od klasičnog načina pisanja. Također su šund časopisi bivali sve slobodniji i sve probitačniji. Polako, ali sigurno, počinje se gubiti granica između šunda i ozbiljnih časopisa koji sada sve više pišu o istim temama na sličan način.

Časopisi su uglavnom bili gradski fenomen. Usprkos svim težnjama izdavača i vlasti da prošire tržište i izvan grada, to često nije bilo moguće. Sela su u to vrijeme bila odvojena od gradova neprohodnim ili slabo prohodnim putovima. Uglavnom nije postojala distribucijska mreža koja bi dovela te časopise u sela ili jednostavno lokalni političari nisu bili skloni toj vrsti časopisa. Prema istraživanju provedenom 1963. godine čak 27.935 naseljenih mjesta (odnosno 53 posto stanovništva) bilo je bez prodavaonice tiska.<sup>49</sup> Jasno je bilo, prema tome, da nakladnici nisu nikako mogli biti zadovoljni prodajom i da su htjeli distribuirati časopise i u ta ostala mjesta čime bi povećali nakladu, a samim time i zaradu. Prema tome istom istraživanju Jugoslavija je bila na predzadnjem mjestu po čitanju u Europi.<sup>50</sup> Najbolja situacija, što se tiče Jugoslavije, bila je u Sloveniji. Slovenci su jedini poznavali i koristili pretplatu na neki časopis, dok je u ostatku zemlje to bilo relativno nepoznato i neiskorišteno.

Velik udio u nakladi činio je časopis *Vjesnik* koji je pokrивao sva područja ljudske aktivnosti, npr. klasičnu štampu, ženski i muški kutak, sportske prikaze, filmske i kazališne novosti i slično.<sup>51</sup> Osim *Vjesnika*, tu su i razni drugi popularni časopisi kao što su *Sportske novosti*, *Arena*, *Svijet* i slično. Navedeni su časopisi bili među najčitanijima u državi (vidi

---

<sup>49</sup> Isto

<sup>50</sup> Isto

<sup>51</sup> Duda 2005:56.

spolnu strukturu čitatelja u Tablici 1.)<sup>52</sup>. Čitateljsku publiku zabavnih časopisa najviše čine ljudi u gradovima. Među njima ima najviše onih koji su završili srednju školu dok je manji broj onih koji su završili osnovnu školu. Prema tome, najširu čitateljsku masu činili su srednje obrazovani građani (takav udio vidi se u Tablici 2.).<sup>53</sup>

Poslije Drugog svjetskog rata u tiskovinama su se pojavljivali razni romani sovjetskih autora. Tako su se svi mogli upoznati s klasicima sovjetske književnosti. Nakon raskida veza sa SSSR-om, izdavači se okreću prema Zapadu. Počinju izlaziti romani mnogih poznatih autora poput Hemingwaya, Jacka Londona, Johna Galsworthyja i drugih. Često su i njihovi romani bili nastavcima pa se sa čežnjom iščekivao izlazak novog broja. Kasnije su izdavači sve češće težili raznim roto-romanima kojima su okupljali široki krug čitatelja. Upravo su ti romani bili isplativiji od svjetskih klasika jer njihove poruke slabo obrazovani čitatelji često nisu mogli razumjeti. Vrlo brzo to su uvidjeli i izdavači te su počeli tiskati razne ljubavne, kriminalističke i vestern romane koje je široka publika čitala sa zanimanjem. Najčešće su to bili razni popularno nazivani vesterni<sup>54</sup> koji su bili među najprodavanijima, a donosili su američku kulturu Divljeg zapada<sup>55</sup> gdje su odvijala zamišljena stalna borba između Indijanaca, američke vojske i lokalnih revolveraša ( primjeri roto-romana prikazani su na Slici 1).

## 2.5. Čitanje zabavne štampe

U svim gradovima Jugoslavije bilo je slično, pa ni u hrvatskim gradovima ljudi nisu bili imuni na zabavnu štampu. Također su vrlo rado kupovali razne časopise i pratili sve što se događa oko njih, bilo da se radi o modi, glazbi ili televiziji. Iz razgovora s Marijom

---

<sup>52</sup> Usp. Janjetović: 47.

<sup>53</sup> Isto

<sup>54</sup> Popularan naziv za romane koji se bave tematikom usamljenih revolveraša koji lutaju neistraženim dijelovima Amerike u stalnom sukobu s zakonom.

<sup>55</sup> Naziv za slabije naseljeni dio Amerike u kojem su još uvijek dobro naseljeni Indijanci (autohtono stanovništvo) i prevladava neistražena priroda.

Delač<sup>56</sup> i Zorkom Munjas<sup>57</sup> otkrivaju se pojedinosti o navikama i zanimanju za zabavne časopise kasnih sedamdesetih godina.

Kako je potjecala iz seljačke obitelji koja je živjela u Kosinju<sup>58</sup>, nakon završetka osnovne škole Marija Delač je nastavila školovanje u Gospiću. Upisuje gimnaziju i nakon dvije godine tekstilnu školu u Centru odgoja i usmjerenog obrazovanja „Nikola Tesla“ Gospić<sup>59</sup> (Slika 2.).<sup>60</sup> Budući da je bila iz udaljenog Kosinja, stanovala je u Đačkom domu u Gospiću<sup>61</sup> (Slika 3.).<sup>62</sup> Upravo se u Đačkom domu prvi put i susreće s takvim oblikom zabave kao što su zabavni časopisi. Prije toga nije imala prilike kupiti časopis zbog toga što je u selu, u kojem je odrasla, postojala samo jedna Zadruga<sup>63</sup> koja nije trgovala s takvim oblikom namirnica. Zadruga je bila namijenjena nabavljanju živežnih namirnica i osnovnih stvari koje su bile potrebne jednom seljaku da može obavljati svoj posao na polju. Zbog toga je prve kontakte s bilo kakvim časopisima ostvarila tek kad je otišla na školovanje u Gospić (Slika 4.).

U Domu je bila smještena u sobi koju je dijelila s još četrnaest drugih učenica što je bilo pogodno tlo za razmjenu raznih priča, ali i stvari. Tako su se i razmjenjivali razni časopisi i druge tiskovine. Kako su većinom potjecale iz seljačkih obitelji u kojima je najčešće samo jedan roditelj radio u „firmi“ ili čak niti jedan, bilo je jasno da nisu svi bili u mogućnosti kupovati časopise. Otac Marije Delač radio je u „Niskogradnji Primorje“<sup>64</sup> pa je bila među onim sretnicima koji su nekoliko dinara<sup>65</sup> mogli potrošiti samo na sebe. To je ponekad uključivalo i kupovinu časopisa. Jedina prodavaonica novina (kiosk), poznatija kao „trafika“,

---

<sup>56</sup> Razgovor vođen 14. 12. 2014.; domaćica.

<sup>57</sup> Razgovor vođen 16. 12. 2014.; nastavnica.

<sup>58</sup> Selo udaljeno 45 kilometara od grada Gospića.

<sup>59</sup> Usp. *Grad Gospić*, HR-DAGS-148, Centar odgoja i usmjerenog obrazovanja „Nikola Tesla“ (1981.): M-9/83

<sup>60</sup> Danas se na tom mjestu nalazi Učiteljski studij „Nikola Tesla“ Gospić.

<sup>61</sup> Usp. HR-DAGS-202: Đački dom, Gospić (1980-1983.)

<sup>62</sup> Đački dom u Gospiću u ulici Maršala Tita 32, danas zgrada Županije

<sup>63</sup> Zadrugu je vodio Milan Vidmar (r. 1927-2013.) do 1981., a nakon njega Filip Vidmar (r. 1931-2007.) do 1988. godine.

<sup>64</sup> Izjave Milana Majnarića i Josipa Majnarića

<sup>65</sup> Novčana valuta SFRJ bio je dinar.

bila je u gradu na mjestu na kojem je i danas, pokraj „starog hotela” u Gospiću (Slika 5.). Najčešće su se kupovali časopisi *Praktična žena*, *Nada*, *Mila*, *Moderna žena* i *Svijet*. Časopisi su bili mjesečnici što je omogućavalo lakše odvajanje sredstava za njihovu kupovinu. Kako učenici nisu od roditelja svaki mjesec dobivali isti iznos džeparca, tako nisu mogli niti svakog mjeseca kupovati svaki broj časopisa. Zbog toga su razvili sustav razmjene.

Budući da je u sobama bilo po petnaest učenica, u svakoj bi se sobi formiralo nekoliko grupica djevojaka.<sup>66</sup> Najčešće su se u grupama družile one djevojke koje su iz istog mjesta i koje su se prije poznavale, ali bilo je i stvaranja novih prijateljstava. Česti je slučaj bio da je određena skupina učenica zajednički kupovala neke časopise. Puno je lakše bilo kupiti časopis ako je u tome novčano sudjelovao veći broj učenica.<sup>67</sup> Uvijek je jedna učenica bila zadužena za skupljanje novca s kojim se onda išlo na prodajno mjesto kupiti časopis.

Prema izjavama ispitanica, najviše ih je zanimala ženska moda, pa su zbog toga najčešće kupovale upravo modne časopise. Kako su većinom bile iz siromašnih obitelji, mogle su samo maštati o odjeći koja je u tom trenutku bila „in“ u svijetu. Te najnovije modne trendove iz Pariza i Milana<sup>68</sup>, koji su smatrani prijestolnicama mode, prenosili su razni časopisi. Stranice časopisa pratile su sve nove kolekcije poznatih svjetskih kreatora, često tematski vezane za određeno područje.<sup>69</sup> Djevojke su se mogle samo zamišljati u odjeći sa stranica časopisa jer im nije bilo moguće pribaviti te moderne lepršave haljine ili neki drugi modni dodatak. Nerijetko se događalo da su pokušavale kopirati odjevne predmete poznatog kreatora Yvesa Sant Laurenta koji je u svojim kolekcijama imao detalje narodnih nošnji Austrije, Maroka, Čehoslovačke<sup>70</sup> i Rusije.<sup>71</sup>

Često su također, one odvažnije i one koje su bile spretnije sa šivaćom mašinom, znale pokušavati sašiti dijelove odjeće slične onomu što su vidjele na naslovnica. Tako su ipak nosile dijelove odjeće koji su u to vrijeme bili popularni. Znalo se i zaraditi na tomu. Prema

---

<sup>66</sup> Izjava Marije Delač

<sup>67</sup> Izjave Marije Delač i Zorke Munjas

<sup>68</sup> „Marama seli na bokove“, VUS, 20. ožujak 1976.

<sup>69</sup> „Afrika ulazi u modu“, VUS, 1. svibanj 1976.

<sup>70</sup> Država koja se 1992. godine mirnim putem razdvojila na današnje države Češku i Slovačku.

<sup>71</sup> „Ponovno se naglašava ženstvenost“, VUS, 4. rujan 1976.



svjedočenju ispitanica, djevojkama koje su znale šivati ostale bi kolegice često platile šivanje željene odjeće. Tako je u Domu bila i učenica Slavica Glavinić iz Gračaca<sup>72</sup>, vrlo vješta za šivaćim strojem koji je imala kod kuće. Učenice su joj često dolazile sa slikama odjevnih predmeta koje su željele imati. Donosile su materijal od kojih im je ona onda šivala vjerne kopije haljina, hlača, košulja, marama, šalova. Tako su se barem malo mogle približiti svijetu o kojem su sve maštale i često razgovarale.

Osim mode, vrlo su rado pratile i „žutu štampu“ o svjetskim zvijezdama. Sa zanimanjem su čitale i kasnije znale voditi duge razgovore o tome. Maštale su da su one te zvijezde i zamišljale kakav bi život bio da se nađu u njihovoj ulozi. Uz te časopise izlazili su i ljubavni romani koji su često zaokupljali svu njihovu pozornost. Bila je to nezamjenjiva svakodnevna literatura i glavna preokupacija u slobodno vrijeme kada nisu bile u školi ili nisu trebale učiti, što je zapravo bio čest slučaj. Vrlo su rado umjesto učenja prakticirale zajedničko čitanje ljubavnih romana. Tada su ulazile u jedan drugi svijet u kojem se rađala romansa između glavnih likova te su sanjarile da se takva ljubav dogodi i njima. Čak je svaka grupa djevojaka u Domu imala svoje mjesto za čitanje i raspravljanje o pročitanim. Znao se koji je dio dvorišta pripadao kojoj grupi i on je bio „rezerviran“ samo za njih.<sup>73</sup>

Kada je bilo vrijeme za spavanje, i nakon što se pogase svjetla djevojke bi još dugo u noć raspravljale o tome što su toga dana vidjele i pročitale u časopisu. Komentirale su aktualnu modnu garnituru i raspravljale o tome što bi voljele nositi, a što ne. Znale su još danima prepričavati pojedinosti iz časopisa, sve ono što su smatrale zanimljivim. Kada bi se određeni časopis pročitao u jednoj grupi i kada bi sve učenice detaljno proučile sadržaj od korice do korice, mogao se dijeliti dalje i razmijenjivati za druge časopise. Na taj su način bile u mogućnosti koristiti veći broj časopisa. Jedini uvjet je bio da se časopis ne uništi, odnosno da se vrati u onakvom stanju u kakvom je bio predan dalje na korištenje.<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> Mjesto udaljeno tridesetak kilometara od Gospića

<sup>73</sup> Izjava Marije Delač

<sup>74</sup> Izjava Marije Delač

## 2.6. Čitanje stripova

Osim zabavne štampe, posebno su mjesto kod mladih zauzimali i razni stripovi talijanskih pisaca. Među njima su bili najzastupljeniji *Alan Ford*, *Zagor*, *Blek Stena* i *Komadant Mark*.<sup>75</sup> Dok je ženski dio populacije redovito kupovao časopise, muški dio je kupovao stripove. U Gospiću su se kupovali na istom prodajnom mjestu gdje i časopisi. Tako je i sugovornik Đuro Paripović nestrpljivo čekao svakog mjeseca da kupi novi broj Alana Forda i ponekad neki broj Komadanta Marka ako je za to imao novaca (Slika 6.). Slično kao časopisi, i stripovi su se razmjenjivali među učenicima.<sup>76</sup> Strogo se pazilo da se slučajno ne ošteti strip što bi onda značilo svađu i nerijetko fizički obračun jer je strip često služio i kao sredstvo razmjene, pa je morao biti što očuvaniji.

Stripovi su se, za razliku od časopisa, skupljali. Kada bi završila školska godina, pročitani časopisi služili bi kod kuće kao potpala za peći, dok je sudbina stripova bila drukčija. Naime, oni su se nakon razmjene skladištili i ostajali trajno pohranjeni kod kuće da bi se poslije ponovno čitali. Osim što su pružali užitak čitanja, stripovi su služili i kao dobar poučni materijal u igri. Često su mladići prema uzoru iz stripa izmišljali slične igre u kojima su onda gradili utvrde, ratovali i zamišljali da se nalaze u nekom drugom vremenu i prostoru.

---

<sup>75</sup> Poznatiji stripovi talijanskih autora, najčešće u izdanjima izdavačke kuće Sergio Bonelli. Također izlaze i u današnje vrijeme.

<sup>76</sup> Izjava Đure Paripovića; Šumski radnik

### 3. Stvaranje potrošačkog društva

#### 3.1. Kupovna groznica

Naglim porastom životnog standarda koji je zahvatio Jugoslaviju '60-ih godina 20. stoljeća, ono što je nekada bio samo san, sada postaje realnost. U prvim poslijeratnim godinama u istočnoj Europi, u kojoj su pretežno socijalističke zemlje, još nije bilo potrošačke kulture, no sve su češće u javnost dolazile slike raznih pogodnosti koje koriste zapadnjaci. Jugoslaveni su mogli samo maštati o tome da i oni jednoga dana koriste sve te, kako se mislilo, „bogom dane“ mogućnosti. Ohrabreni povećanjem standarda 1960-ih, Jugoslaveni sve više žele živjeti poput susjeda na zapadu i koristiti sve pogodnosti tadašnje nove tehnologije. Sada to postaje moguće. Povećanje standarda značilo je povećanje potrošnje te radnici posvuda počinju graditi kuće i kupovati trajna potrošačka dobra poput televizora, hladnjaka, automobila i sl.<sup>77</sup> Po uzoru na zapadne zemlje, jugoslavensko stanovništvo sve više postaje potrošački orijentirano.

Zbog sve većih potreba za radnom snagom za rad u tvornicama, sve se više ljudi seli u gradove. Velikom broju pridošlih radnika trebalo je osigurati stanove, pa se razvija stanogradnja. Tvrtnice su često svojim radnicima osiguravale smještaj. Radnicima su davana stanarska prava u društvenim stanovima, a o tome je odlučivao radnički savjet pojedine radne organizacije. Privilegiju su imali političari, direktori i službenici u tvrtkama, a onda su tek na red dolazili radnici.<sup>78</sup> Kako su se novčana sredstva najčešće trošila za kupovinu automobila ili izgradnju vikendice dok se u isto vrijeme čekalo na dobivanje društvenog stana, ljude se poticalo da počnu ulagati novce u izgradnju stanova.<sup>79</sup> Najčešće se radilo o direktorima koji su zauzimali društvene stanove iako su si mogli priuštiti privatni stan. Zbog toga su bez stanarskog prava ostajali oni kojima je to bilo potrebnije, poput običnih radnika koji nisu imali novca za kupovinu privatnog stana. Radi toga se često i pisalo u novinama da je

---

<sup>77</sup> Bilandžić, 1999:635.

<sup>78</sup> Duda, 2010:116.

<sup>79</sup> „I moj dinar za moj stan“, VUS, 26. veljače 1977.

potrebna ravnopravna raspodjela stanova u kojoj bi jedna obitelj imala jedan stan za razliku od onih koji su posjedovali više stanova.<sup>80</sup> Kako su najčešće društveni stanovi dijeljeni prema društvenom položaju, tako sada i oni postaju statusni simbol pojedinih obitelji.<sup>81</sup>

Jugoslavija u vrlo kratkom roku postaje izvozna oaza za zapadne zemlje koje sada sve više u nju počinju izvoziti svoje proizvode, običnom puku jako privlačne i zanimljive. Bila je to nagla promjena. One uređaje koje su dotada mogli gledati samo u tiskovinama, Jugoslaveni su sada mogli kupiti i koristiti u svojoj kući ili stanu. San se ostvario.

### **3.2. Kućanska pomagala**

San svake prosječne domaćice bio je da može imati vlastito kuhinjsko pomagalo koje će joj pomoći u obavljanju svakodnevnih kućanskih poslova. Jugoslavenske domaćice su samo mogle zamišljati koliko bi vremena uštedjele kad bi mogle koristiti razna pomagala koja se koriste na Zapadu i o kojima čitaju u časopisima. Svaka od njih je htjela perilicu rublja koja bi joj uštedjela mnogo vremena i truda. Dok su domaćice zamišljale perilicu, muška populacija je željela televizor i radioprijemnik. Želje će se uskoro početi ostvarivati. Kako to obično biva, uređaji koje troše vrijeme, poput televizora, mnogo su se brže širili od uređaja koji štede vrijeme, poput perilice ili usisavača.

U kasnim '60-im godinama Hrvatsku je zahvatilo potrošačko ludilo kada su u pitanju potrošačka dobra. U stotinu kućanstava moglo se pobrojiti 75 radioprijemnika, 41 električni štednjak, 32 televizora, 31 hladnjak, 20 gramofona, 18 usisavača i 14 perilica rublja.<sup>82</sup> Kako je česti slučaj i danas, niti onda nije bilo strano da se više novca troši za rasonodu. Jasno je vidljivo da se kupovalo puno više televizora i gramofona, nego nekih kućanskih pomagala kao što je perilica rublja. Razlog možemo tražiti u tome što većina muškaraca i žena svoje

---

<sup>80</sup> „Jedan građanin- jedan stan“, VUS, 3. travnja 1976.

<sup>81</sup> „Stan kao status“, VUS, 14. veljače 1976.

<sup>82</sup> Duda 2005:63.

slobodno vrijeme više vole provesti pred televizorom ili uz zvuke neke melodije nego usisavajući ili perući rublje. Također se razlog može tražiti u tome što je u to vrijeme bilo više zaposlenih muškaraca negoli žena koje su nerijetko bile domaćice. Muškarci su radije kupovali televizore kako bi zadovoljili svoje potrebe, nego što su se odlučivali za kupovinu kućanskih pomagala koja bi bila od velike koristi njihovim suprugama kućanicama. Usporedi li se Hrvatska s nekim europskim zemljama po broju kućanskih aparata, možemo vidjeti da u nekim segmentima nije jako zaostajala za razvijenijim zemljama, dok je u nekim segmentima bila čak i ispred tih zemalja (Tablica 3.).<sup>83</sup>

Potrošački boom 1960-ih bio je toliko intenzivan da je kupovina televizora porasla pet puta dok su se plaće povisile za trećinu.<sup>84</sup> Iako se za neke uređaje poput televizora trebalo izdvojiti dvije plaće ili za perilice čak četiri plaće, posjedovanje tih dobara među radničkom klasom je postajalo statusnim simbolom u nadmetanju sa susjedima. Osim što su predstavljali financijsku moć svojih vlasnika, također su omogućili više slobodnog vremena domaćicama za neke njihove osobne potrebe. Upravo na tu kartu, kartu taštine, igrale su mnoge tvrtke koje su svoje proizvode predstavljale kao statusni simbol, ne bi li povećale njihovu prodaju.

Stvaranju potrošačkog mentaliteta uvelike su pridonijeli razni časopisi i novine koji su vrlo brzo uvidjeli ulogu oglasnog prostora u kojem su razne tvrtke oglašavale svoje proizvode. Sada se sve više pažnje posvećivalo izradi oglasa kako bi oni bili neodoljivi širokoj populaciji. Takav način stvaranja novih korisnika doveo je do toga da je uskoro potražnja za materijalnim dobrima premašila onu za osnovnim namirnicama.<sup>85</sup>

Sedamdesetih godina perilica rublja još se uvijek nije nalazila u svim hrvatskim kućanstvima koja su je željela imati. Razlog je u tome što je tih ranih '70-ih godina prosječna plaća iznosila 1.254 dinara, a istovremeno je trebalo za *Zanussi Končar* perilicu rublja (Slika 7) izdvojiti od 2.850 do 5.265 dinara.<sup>86</sup> Zbog velikoga nerazmjera između cijena perilice i visine plaće samo manji broj ljudi mogao je sebi priuštiti modernu perilicu rublja. Oni pustolovniji, koji su je pod svaku cijenu htjeli imati, mogli su to učiniti tako da otplatu

---

<sup>83</sup> Usp. Duda 2005:63.

<sup>84</sup> Duda 2005:65.

<sup>85</sup> Isto

<sup>86</sup> Duda 2010:173.

perilice razmrve na 24 obroka i tako barem prividno smanje iznos koji moraju izdvojiti. Kako je perilica bila novi proizvod u kućanstvu, bilo je potrebno znanje za njezino pokretanje. Upravo zbog toga se u SAM-u moglo naći sve o izgledu perilice, njezinom radu i načinu popravka.<sup>87</sup> Uz ostale kućanske aparate, sada i perilica rublja postaje statusni simbol koji su ljudi često kupovali čak i kad nisu imali dosta novca za tu akviziciju. Osim što je perilica doista korisno pomagalo, služila je i kao pokazatelj dobrog materijalnog stanja. Zanimljivo je da su žene u nekim slučajevima bile vrlo nepovjerljive prema perolicama iako su one bile namijenjene pranju svega rublja i reklamirane pod sloganima da kućanice uz njih mogu slobodno ispijati kavu. Tako su osjetljivo rublje žene prale na ruke i onda kad su imale perilicu. To će nepovjerenje potrajati sve do kraja '70-ih godina kada deterdženti za rublje postaju osjetljiviji i bolji. Najzastupljeniji deterdžent je bio onaj osječke Saponije, čak 50 posto kućanstava koristilo je Faks i druge osječke proizvode. Deterdžent zagrebačkog Labuda koristilo je 12 posto kućanstava, a isti postotak građana koristio je i mariborski Zlatorog. Čak 20 posto stanovnika nije koristilo nikakve deterdžente za strojno pranje.<sup>88</sup>

Određeni problem kod kupovine automatskih aparata predstavljalo je i to što nije bilo dovoljno kvalitetnih servisa. Domišljati urednici raznih novina domislili su se i tom problemu te su otvorili rubriku gdje su se građani mogli požaliti *Savjetima potrošača*.<sup>89</sup> Oni vještiji s alatom mogli su i sami popraviti pokvarene uređaje slijedeći upute iz časopisa SAM.<sup>90</sup> Veliki problem je također predstavljala i električna energija. Kako je rastao broj električnih uređaja, rasla je i potreba za što boljom elektrifikacijom. Vlast se hvalila da je završila elektrifikaciju svih domaćinstava i kućanstava u SRH (Socijalističkoj Republici Hrvatskoj). Nužno je bilo elektrificirati sva naselja jer je potrošnja električne energije u kratkom roku višestruko porasla kao izravna posljedica povećanja opremljenosti kućanstava električnim uređajima. Iako je elektrificirano svako naselje, još uvijek je bilo poteškoća u opskrbi električnom energijom. Prve nestašice električne energije zabilježene su vrlo brzo, već 1973. godine.<sup>91</sup> Najbolje

---

<sup>87</sup> „Stroj za pranje rublja“, SAM, veljača 1978.

<sup>88</sup> Isto

<sup>89</sup> Duda 2005:66.

<sup>90</sup> „Stroj za pranje rublja“, SAM, travanj 1978.

<sup>91</sup> Duda 2010:144.

rješenje koje se tada nudilo bila je štednja električne energije jer još uvijek nije bila do kraja izgrađena potrebna infrastruktura koja bi zadovoljila potrebe sve većega broja električnih uređaja.<sup>92</sup>

### 3.3. Uređenje domova

Kako je rasla kupovna moć građana, tako je rasla i potrošnja. Osim raznih uređaja i pomagala, sve više građana je kupovalo vlastite stanove. Svatko je želio imati svoj stan i to je sada postala realnost. Nakon kupovine stana na red je dolazilo uređenje interijera koji je svatko uređivao po svojim željama. Pritom je najvažnije bilo izabrati pravo pokućstvo. Kasnih '70-ih i početkom '80-ih godina to više nije bio neki veliki problem. Pokućstvo se moglo kupiti u svim većim gradovima, ali je bilo prilično skupo. Zbog toga su ljudi često pribjegavali metodi „uradi sam“. Časopis SAM bavio se uređenjem doma donoseći fotografije soba i kuhinja. Poslije pokućstva najviše se pozornosti pridavalo zastorima na prozorima, a po važnosti su slijedile tapete, tepisi, svjetiljke, slike, prekrivači za krevete i sobne biljke.<sup>93</sup>

Tapete su bile popularne obloge za zidove. Vrlo važan je bio njihov izbor jer su one uvelike utjecale na sveukupni izgled stana i o tome se dosta vodilo računa.<sup>94</sup> Važno je bilo izabrati pravu boju ili dezen, a nudile su se razne varijante među kojima je svaki pojedinac mogao naći što mu odgovara.<sup>95</sup> Tapete su služile i za pokrivanje nepravilnosti na zidovima stana, a u isto vrijeme bilo ih je lako održavati.<sup>96</sup> Nakon postavljanja tapeta na red su dolazili razni tepisi koji su se stavljali na podove dnevnih boravaka i hodnika. Časopis *SAM* čitateljima je donosio informacije o tome kako se odabiru tepisi i kako se postavljaju<sup>97</sup>, tako

---

<sup>92</sup> „Štednja u mraku“, VUS, 8. ožujak 1976.

<sup>93</sup> Isto

<sup>94</sup> „Nova tapeta – novi stan“, SAM, rujan 1979.

<sup>95</sup> „Sjaj metalne tapete“, SAM, siječanj 1976.

<sup>96</sup> „Sve o tapetama“, SAM, rujan 1975.

<sup>97</sup> „Draži mekih ploča“, SAM, svibanj 1976.

da je svatko mogao bez stručne pomoći odraditi sve te poslove. Kuhinja i kupaonica nisu bile kao danas obložene keramičkim pločicama. Jedino su zidovi kupaonice imali pločice. Zbog toga se na podove kuhinja i kupaona postavljala plastična podloga poznatija kao linoleum. U uređenju doma domaćicama i domaćinima je uvelike pomagao časopis *Sam svoj majstor* (Slika 8.) koji je izlazio jednom mjesečno, a svi su tekstovi bili popraćeni fotografijama.

Među reklamama u jugoslavenskim tiskovinama<sup>98</sup> za uređenje prostorija u stanovima najčešće se pojavljuje uređenje dnevnog boravka. Dnevni se boravak pretvorio u središte života gradskih obitelji gdje su se odvijale sve važnije aktivnosti. Služio je kao mjesto organiziranja raznih proslava, npr. rođendana ili blagdanskih i nedjeljnih ručkova u kojima su znale sudjelovati cijele obitelji. Upravo se zbog toga najviše poznosti posvećivalo uređenju dnevnog boravka. Svaki dnevni boravak „morao“ je sadržavati prostrani tepih, na njemu se nalazio drveni stolić, a uz njega nekoliko fotelja od kojih se jedna mogla razvući u krevet.<sup>99</sup> SAM je često donosio prikaze izrade različitog pokućstva koje se moglo koristiti u kućanstvima.<sup>100</sup> Također su česti bili savjeti kako za malo novca izraditi namještaj koji će se dobro uklapati u svakoj sobi.<sup>101</sup> Upravo je to pomagalo ljudima koji nisu imali velika financijska sredstva da uz pomoć alata urede dom po svojim željama.

### 3.4. Čistoća na prvom mjestu

Kada je električna energija doprijela do svih naseljenih područja, to je automatski značilo da sada domaćice mogu uvelike računati na tehnička pomagala pri obavljanju kućanskih poslova. Osim već spomenute perilice rublja, velika pomoć prilikom čišćenja prljavštine u stanu ili kući bio je usisivač. Kako nije bio pretjerano skup, svako ga je domaćinstvo moglo kupiti. Naime, '70-ih godina prosječna plaća građana iznosila je oko

---

<sup>98</sup> Časopis SAM se bavi uređenjem domova.

<sup>99</sup> „Spavati na jeftinom“, SAM, veljača 1981.

<sup>100</sup> „Kocka do kocke pokućstvo“, SAM, svibanj 1975.

<sup>101</sup> „Soba za malo novca“, SAM, prosinac 1976.



1.500 dinara, a cijena usisavača se kretala od 400 pa sve do 1.200 dinara.<sup>102</sup> Najpoznatiji brend usisivača predstavljali su modeli u kooperaciji Progres iz Čačka i britanskoga Hoovera, koji su bili sinonim za čistoću.<sup>103</sup> Pogodnost korištenja usisivača bila je u tome što se vrećicu napunjenu smećem moglo lako zamijeniti, odnosno jednostavno se praznila i vraćala na svoje mjesto.

Prvi susret sa usisavačem Marija Delač je imala 1983. godine. Usisavač marke Iskra bio je svadbeni poklon koji je dobila od svoga brata i njegove žene.<sup>104</sup> Prije se nije susretala sa usisivačem jer joj na selu nije bio potreban. Tradicionalno se na selu kuća čistila metenjem, odnosno prljavština se pometala i izbacivala na dvorište koje, naravno, nije bilo betonirano niti posebno uređeno. Kako kazuje, za usisavač je znala odavna jer ga je vidjela u novinama i imala ga je prilike vidjeti u robnoj kući. Nakon udaje slijedilo je i preseljenje u grad.<sup>105</sup> Samim time javila se i potreba za usisavačem. Rođakinja Anka Majnarić<sup>106</sup> kupila je usisavač u robnoj kući u Gospiću po cijeni od 940 dinara.<sup>107</sup> Sada je usisavač uvelike pomagao majci u kućanskim poslovima. Brže i jednostavnije bi očistila kuću te joj je ostajalo više vremena za odmor od svakodnevnih poslova. Oduševljenost prvom uporabom usisavača nije izostajala. Na samome početku događalo se i to da je usisavač koristila skoro svaki dan, i onda kada za to nije bilo potrebe. Jednostavno se ugodno osjećala sada kada je imala kao i ostali susjedi svoj usisavač te joj više nije bilo nelagodno razgovarati s drugim ženama koje su se hvalile

---

<sup>102</sup> Duda 2010:126.

<sup>103</sup> Isto

<sup>103</sup> Isto

<sup>103</sup> Izjava Marije Delač

<sup>103</sup> Godine 1984. Marija Delač sa suprugom seli u Otočac i živi na adresi Luka 36.

<sup>103</sup> Anka Majnarić, rođena Klobučar (r. 03.03.1964.); domaćica

<sup>103</sup> Potvrdila Anka Majnarić

<sup>103</sup> „Generalno čišćenje usisavača“, SAM, svibanj 1977.

<sup>103</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>103</sup> Jovan Brujić (r. 24.12.1934. -13.9.2007.)

<sup>104</sup> Izjava Marije Delač

<sup>105</sup> Godine 1984. Marija Delač sa suprugom seli u Otočac i živi na adresi Luka 36.

<sup>106</sup> Anka Majnarić, rođena Klobučar (r. 03.03.1964.); domaćica

<sup>107</sup> Potvrdila Anka Majnarić

svojim pomagalicama. Kako je usisavač bio novi proizvod, o načinu uporabe također je pisao časopis *SAM*. Bile su tu i upute kako promijeniti vrećicu sa smećem.<sup>108</sup>

Mnogo ranije s usisavačem se susrela i Zorka Munjas. Ona je imala priliku koristiti usisivač još 1975. godine.<sup>109</sup> Usisivač je kupio njen otac<sup>110</sup>, također u robnoj kući u Gospiću. Isto tako usisavač nije bio namijenjen čišćenju kuće na selu, nego se koristio samo u stanu koji su posjedovali u Gospiću. Strogo se pazilo na usisavač da se ne bi pokvario. Ljubomorno se čuvao od susjeda i stajao je odmah iza ulaznih vrata hodnika zbog toga što tada njihovi susjedi nisu imali mogućnosti kupiti usisavač, pa je predstavljao svojevrsan statusni simbol.<sup>111</sup>

Zahvaljujući usisavaču, domaćice su imale više vremena za brigu o sebi. Poslije čišćenja stana domaćica se mogla opustiti i posvetiti sebi, pogotovo zato što su joj sada bila dostupna razna pomagala za njegu kao što su sušilo za kosu ili set za masažu. Slovenska firma Gorenje je '80-ih godina u svojoj ponudi, osim miksera, strojeva za rezanje i vaga, nudila i haube za sušenje kose, aparat za sušenje ruku, aparat za vlaženje zraka i ventilator.<sup>112</sup> Sada je svaka domaćica, ne napuštajući udobnost svoga doma, mogla izgledati kao da je sišla s glavne naslovnice *Moderne žene* ili *Mile*. Sve do tada žene i domaćice nisu bile u mogućnosti imati „trajnu“<sup>113</sup> ili neku modernu frizuru jer su se tome protivili njihovi muževi koji su još uvijek bili tradicionalni.<sup>114</sup> Osim usisavača, tvornica *Iskra* je također proizvodila sušilo za kosu (Slika 9.), koje je bilo dostupno po cijeni od 215 dinara, i aparat za brijanje *Braun Iskra* (Slika 10.), koji se mogao kupiti za 708 dinara.<sup>115</sup>

---

<sup>108</sup> „Generalno čišćenje usisavača“, *SAM*, svibanj 1977.

<sup>109</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>110</sup> Jovan Brujić (r. 24.12.1934-13.09.2007.)

<sup>111</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>112</sup> Duda 2010:172.

<sup>113</sup> Naziv za kovrčavu i natapiranu frizuru koja se postizala korištenjem haube za kosu.

<sup>114</sup> Usp. Dijanić 2004:156.

<sup>115</sup> Duda 2010:173.

### 3.5. Računala

Početakom 1980-ih skoro sva kućanstva su imala televizore na kojima se moglo pratiti domaće programe i nekoliko inozemnih. Zbog toga *SAM* donosi pregled mjesta s tv-odašiljačem i kvalitetom slike koju pružaju (Tablica 4.).<sup>116</sup> Ubrzo se javlja potreba za novim načinom zabave jer prosto „buljenje“ u televizor više nije moglo zadovoljiti, pa se pojavljuju tv-igre. Već krajem 1970-ih časopisi počinju reklamirati novi način zabave. Bila je to sportska igra *Gorenje Elrada* koja je koštala 3.600 dinara što je iznosilo dvije trećine tadašnje plaće.<sup>117</sup> Nedugo zatim u svim se novinama senzacionalistički počelo izvještavati o malim kućnim računalima koja su se prodavala u robnim kućama zapadnih zemalja po cijeni od nekoliko tisuća dolara. Ubrzo se na naslovnica pojavljuje i *Sinclair ZX 81* (Slika 11.), čije su mogućnosti bile na zavidnoj razini i mogao se kupiti u britanskim robnim kućama po cijeni od 6.000 dinara što je predstavljalo polovinu plaće prosječnog Jugoslavena.<sup>118</sup> *SAM* u jednom od svojih brojeva donosi način izrade jednostavne tv-igre.<sup>119</sup>

Sada se shvatilo da će računalo uskoro biti statusni simbol svakog kućanstva, slično onome što je desetak godina ranije predstavljao televizor. Krajem 1960-ih računala u svijetu nisu bila još uvijek jako raširena. Tako je na milijun stanovnika u SAD-u dolazilo 637 računala, u Njemačkoj 317, Engleskoj 272, SFRJ 78, a u Hrvatskoj 85.<sup>120</sup> Zbog sve veće potražnje za računalima u Jugoslaviji počinje proizvodnja domaćih računala jer je cijena onih uvezenih bila prilično velika za prilike običnog građanina. U Jugoslaviji je tada bilo registrirano trideset proizvođača računalne opreme, a poznatiji su *Končar*, *Digitron*, *Prvomajska Zagreb* itd.<sup>121</sup>

---

<sup>116</sup> „TV-odašiljači“, *SAM*, listopad 1979.

<sup>117</sup> Duda 2010:173.

<sup>118</sup> Isto

<sup>119</sup> „TV-igra za 650 dinara“, *SAM*, ožujak 1978.

<sup>120</sup> „Naš kompjuterski trenutak“, *VUS*, 11. studenog 1976.

<sup>121</sup> Duda 2010:174.

Usprkos porastu proizvodnje domaćih računala, koja su bila nešto jeftinija i pristupačnija, ljudi su se ipak odlučivali za ona strana računala koja su bila skuplja, ali kvalitetnija. Da bi se takav način razmišljanja promijenio, pokušalo se djelovati raznim novinskim člancima u kojima su se hvalila domaća računala i tehnologija. Prema tadašnjim propisima, obični građani mogli su uvesti iz inozemstva osobna računala za osobnu upotrebu, pri čemu je savezna vlada uzimala 40 posto poreza od cijene računala. Računalo se moglo uvesti samo jednom godišnje, i to uz maksimalnu cijenu od 40.000 dinara.<sup>122</sup> Za taj iznos mogao se kupiti mali *ZX Spectrum* (Slika 12.) koji je mogao služiti samo za jednostavnije igre i učenje programskog jezika BASIC.<sup>123</sup> Ta je zakonska odredba pogodovala švercu preko granice u kojem su se obično tražili što manji računi od trgovaca kako bi i porez bio što manji.

Računala su se kupovala najviše kao izvor zabave, a manje u neke druge svrhe. Tako se 73 posto građana izjasnilo da računalo koristi za igre, 63 posto za učenje, zatim za učenje programiranja njih 43 posto i za programiranje igara 40 posto građana.<sup>124</sup> Velika potražnja za računalima je dovela i do zabrinutosti u javnosti. Počinje se strahovati da će upotreba kalkulatora loše utjecati na obrazovanje djece.<sup>125</sup> Postojala je bojazan da će djeca zaboraviti osnovne računske operacije i neće više znati računati napamet ako se kalkulatori uvedu u škole, kao što je učinjeno u Japanu i SAD-u.<sup>126</sup> Ovom problemu ne pomaže ni domaća kompanija *Digitron* iz Buja koja izbacuje na tržište novi kalkulator „db 805“.<sup>127</sup> Polagano, ali sigurno, računalo je sve više zauzimalo važno mjesto u kućanstvima i polako istiskivalo televizor s trona glavnoga statusnog simbola.

---

<sup>122</sup> Isto

<sup>123</sup> BASIC je programski jezik koji se pojavio 1963. godine. Naziv je dobio od Beginner's All Purpose Symbolic Instruction Code. Služi za pisanje jednostavnih programskih kodova.

<sup>124</sup> Duda 2010:194.

<sup>125</sup> „Mozak u glavi ili u džepu“, VUS, 28. svibnja 1977.

<sup>126</sup> „Račun bez brojke“, VUS, 27. ožujka 1976.

<sup>127</sup> „Mozak u džepu“, SAM, ožujak 1976.

### 3.6. Automobil za svakoga

Automobilska industrija je bila jedna od najrazvijenijih industrija u svijetu. Mnoge kompanije su svake godine proizvodile modele koje su plasirale na domaće i strano tržište. Takav trend ubrzo počinje pratiti i Jugoslavija. Po uzoru na druge europske zemlje, u Jugoslaviji se u proljeće 1969. godine održava salon automobila u Beogradu. Bila je to jedina takva manifestacija u Jugoslaviji. Tako su već tada Jugoslaveni mogli birati između mnogih modela automobila koji su se nudili na domaćem tržištu. Naravno, postojala je razlika između onih jeftinijih, pristupačnijih modela i onih skupljih, koji nisu bili za svačiji džep, nego su bili rezervirani za one s „debljom“ lisnicom.<sup>128</sup> Najveća domaća industrija automobila bila je *Zavod Crvena zastava* iz Kragujevca, koja je već 1954. godine sklopila ugovor s talijanskim *Fiatom*.<sup>129</sup> Ubrzo na tržište izlazi prvi automobil kragujevačke *Crvene zastave* pod nazivom *Zastava 750*, koji je kasnije od milja nazvan *Fićo* (Slika 13.). Nakon toga *Fićo* postaje nacionalni automobil koji se mogao vidjeti na ulicama svih gradova u Jugoslaviji.

Osim *Zastavinih* vozila, postojala je i konkurencija. Konkurenciju su činile strane tvrtke koje su sklapale ugovore s domaćim tvornicama.<sup>130</sup> Tim su se ugovorima domaće tvornice obvezale proizvoditi dijelove za modele automobila *Citroena*, *Volkswagena*, *Renaulta*, *Forda* i ostalih tvrtki koje su izvozile gotove automobile u Jugoslaviju. Prije svega to su bili *Citroen 2 CV*, poznatiji pod nazivom *Spaček*, zatim *Volkswagen 1300*, poznatiji kao *Buba*, i *Renault 12* (Slika 14.). Tako su se na tržištu mogli naći i strani modeli automobila, no država je ipak pogodovala domaćoj industriji. Kragujevačka *Crvena zastava* sedamdesetih je godina plasirala na tržište oko 170 tisuća automobila godišnje što je bio njen pun kapacitet. Time je zauzimala sedamdeset posto tržišta.<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> „Automobili Europe“, SAM, srpanj 1978.

<sup>129</sup> Duda 2010:227.

<sup>130</sup> „Četiri kotača na četiri strane“, VUS, 25. studenog 1976.

<sup>131</sup> Duda 2010:228.

<sup>131</sup> „Automobili Europe“, SAM, srpanj 1978.

<sup>131</sup> Duda 2010:227.

Sljedeći značajniji trenutak u proizvodnji automobila domaće industrije dogodio se 1980. godine. Naime, te godine *Crvena zastava* izdaje automobil naziva *Jugo 45* (Slika 15.). Naziv 45 dobio je po svojoj snazi koja je bila 45 konjskih snaga i mogao je razviti brzinu od 135 kilometara na sat. Ubrzo *Jugo* preuzima primat kao najprodavaniji automobil u državi. Zbog potreba inozemnog tržišta, jer se uskoro počeo i izvoziti, *Jugo* je preimenovan u *Yugo*. Pod okriljem tvrtke *Yugo America* vlasnika *Malcoma Bricklina* ovaj automobil se nalazi i na američkom tržištu.<sup>132</sup> Automobili su preko oceana bili transportirani brodovima dok su rezervni dijelovi bili slani avionskim prijevozom. Razlika između *Yuga* proizvedenog za domaće i onog proizvedenog za američko tržište bila je poprilična. *Yugo* za američko tržište bio je rađen s jačim motorom, a rezervni su se dijelovi slali dobro upakirani, što na domaćem tržištu nije bio slučaj.<sup>133</sup>

Kako je proizvodnja domaćih automobila s godinama sve više rasla, a uvoznih automobila bilo je u izobilju, jasno je bilo da kupovinu automobila treba dodatno poticati pogotovo zbog toga što bi neprodani automobili morali biti skladišteni, proizvodnja bi bila pretrpana, a takvo zasićenje tržišta u konačnici bi dovelo do gašenja pogona. Kako se to ne bi dogodilo, uključile su se tiskovine. One su na svojim stranicama donosile sve novitete iz europskih salona automobila u kojima su se predstavljali razni novi modeli.<sup>134</sup> Svakodnevno su se mogli čitati novinski članci s istaknutim bombastičnim naslovima i popratnim fotografijama automobila, a sve s ciljem da bi što više zainteresirali i privukli kupce. Krajem sedamdesetih i u osamdesetima na tržištu automobila svatko je mogao izabrati model koji mu najviše odgovara. Nudili su se oni jeftiniji modeli koje je izbacivala *Crvena zastava* poput *Zastave 101* ili *Yuga*, neki od *Renaultovih* modela poput *Renaulta 4 i 5* ili *Škodini* modeli poput *120 LS*, ali i skuplji i luksuzniji automobili koje su si rijetki mogli priuštiti, kao što su

---

<sup>131</sup> „Četiri kotača na četiri strane“, VUS, 25. studenog 1976.

<sup>131</sup> Duda 2010:228.

<sup>131</sup> „Yugo u Americi: Na listi čekanja“, SAM, prosinac 1985.

<sup>132</sup> „Yugo u Americi: Na listi čekanja“, SAM, prosinac 1985.

<sup>133</sup> „Za domaće slabije“, SAM, siječanj 1986.

<sup>134</sup> „Automobili Europe“, SAM, srpanj 1978.

*Mercedes 300 SE, BMW 325i Cabrio, Peugeot 205 Cabriolet CT i Porsche 928.*<sup>135</sup> Dakle, bilo je tu za svakoga ponešto, samo je trebalo odlučiti.

Automobil je bio statusni simbol gotovo svake obitelji. Dok su se od pogleda znatiželjnih susjeda marka perilice ili televizora mogli sakriti, s automobilom to nije bio slučaj. On je stajao parkiran ispred zgrade ili kuće i svatko ga je mogao vidjeti. Zbog toga su se mnogi trudili da kupe što bolji model, čak i bolji nego što su financijski mogli podnijeti. To se moglo riješiti uz pomoć raznih kredita kojima se kupcu omogućavalo da mjesečno otplaćuje ratu za novi automobil. Potrošački se kredit mogao podići za trajnije potrošne vrijednosti čija je cijena prelazila tisuću dinara.<sup>136</sup> Pri kupnji automobila trebalo je dati 10 posto učešća što je za model Zastava 101 iznosilo oko nekih pet i pol tisuća dinara što je bilo nešto više od tadašnje prosječne plaće. Automobil se u cjelosti mogao otplatiti za tri godine, pri čemu bi kupac mjesečno morao uplaćivati oko tisuću i pol dinara.

Problem su predstavljali rokovi isporuke koji su često zabrinjavali kupce. Novci su se redovito uplaćivali, a isporuke su kasnile i do godinu dana.<sup>137</sup> Često se to događalo zato što je potražnja premašivala proizvodnju. Također je probleme stvarala i vanjska politika jer je većina automobila bila uvezena iz drugih država. Osim toga, i nestašica dijelova utjecala je na odgodu isporuke automobila vlasnicima. Za razliku od uvoznih automobila, *Zastavina* su se vozila vrlo brzo dobivala. Čak je bilo i gomilanja u zalihama zbog zaostatka u prodaji. Najveće poduzeće za jugoslavenske automobile *Auto-Hrvatska* u svojim je trgovinama u Zagrebu, Rijeci, Splitu, Čakovcu, Varaždinu i Slavonskom Brodu nudilo popust onim kupcima koji bi se odmah odlučili na kupnju.<sup>138</sup> Ipak, ni *Zastava* nije bila imuna na zakašnjenja u isporuci. Tako se dogodilo da je zbog problema sa sklapanjem kasnila isporuka naručenih *Peglica*, pa je svima koji su uplatili novce zamjenski bio ponuđen *Fićo*.

---

<sup>135</sup> „Doba uličnih miševa“, VUS, 29. studenoga 1972.

<sup>136</sup> Duda 2010:237.

<sup>137</sup> „Četiri kotača na četiri strane“, VUS, 15. siječnja 1977.

<sup>138</sup> „Građanin plaća porez“, VUS, 17. siječnja 1973.

Osim dinarima, koji su bili novčana valuta u Jugoslaviji, uvozni automobili mogli su se platiti u devizama<sup>139</sup> čime se smanjivao rok isporuke. No, to se rijetko događalo. Kupac je početkom '70-ih, primjerice, mogao birati želi li *Volvo 144* platiti 11.075 švedskih kruna, ili 2.145 američkih dolara, ili u kombinaciji 7.851 njemačkih maraka i 33.914 dinara.<sup>140</sup> Niti poskupljenje od 10 posto koje se dogodilo krajem '70-ih godina nije utjecalo na prodaju automobila jer se ona nastavlja jednakom brzinom.<sup>141</sup> Izgleda kako ništa nije moglo pokolebati građane u kupnji novog automobila. Čak ni to, kako piše u izvještajima, da na održavanje automobila odlazi pola prosječne jugoslavenske plaće<sup>142</sup>, nije smanjilo potražnju za novim vozilima. Oni, koji su se odlučili na kupovinu, mogli su u tiskovinama pronaći razne savjete na što trebaju obratiti pozornost pri kupovini novoga ili polovnoga automobila.<sup>143</sup>

Dok su se automobili domaćih tvornica kupovali u prodavaonicama u Jugoslaviji odnosno Hrvatskoj, automobile stranih tvrtki trebalo je uvesti iz drugih zemalja. U inozemstvu su automobile najčešće kupovali gastarbajteri<sup>144</sup>, koji su u „kešu“ mogli podmiriti velike iznose za novi automobil.<sup>145</sup> Osim visokih cijena samih automobila, skupi su bili i carinjenje, porez i pristojbe koje su se plaćale na uvezeni automobil. Upravo zato se za takvu kupovinu automobila nije odlučivao veliki broj ljudi, nego su radije i dalje čekali na listama isporuka za modele koji su se prodavali u zemlji.

Zbog velikog broja automobila na cestama česti su bili slučajevi i prometnih nesreća.<sup>146</sup> Nerijetko je to bilo i zbog neispravnosti vozila. Tako je 1976. godine u Hrvatskoj

---

<sup>139</sup> Devize su sredstvo međunarodnih plaćanja. Potraživanja od druge zemlje koja glase na stranu valutu, stečene po bilo kojoj osnovi i bez obzira na način raspolaganja. Mogu biti u formi prenosivih tražbina kod inozemnih banaka, prenosivih inozemnih vrijednosnih papira koji glase na stranu valutu, obračunskih jedinica, specijalnih prava vučenja i inozemnog gotovog novca.

<sup>140</sup> Duda 2010:239.

<sup>140</sup> Duda 2010:239.

<sup>140</sup> „Čovjek u službi automobila“, VUS, 29. svibnja 1976.

<sup>141</sup> „Čovjek u službi automobila“, VUS, 29. svibnja 1976.

<sup>142</sup> „Automobil Vas košta dva miliona godišnje“, VUS, 29. svibnja 1976.

<sup>143</sup> „Rabljeni automobil“, SAM, rujan 1978.

<sup>144</sup> Gastarbajter je naziv za strane radnike koji su se '60-ih i '70-ih godina doseljavali u Saveznu Republiku Njemačku na privremeni rad. Riječ dolazi od njemačke riječi što znači *gostujući djelatnik*.

<sup>145</sup> „Velika kola na mala vrata“, VUS, 05. veljače 1977.

<sup>146</sup> „Pošast prometnih nesreća“, VUS, 15. svibnja 1976.



bilo 30 posto neispravnih vozila. U isto vrijeme u Srbiji svako 8. vozilo nije bilo ispravno. U Crnoj Gori je bilo još gore jer podatci govore o 2.326 neispravnih vozila, dok je u Makedoniji svaki peti autobus bio neispravan.<sup>147</sup> Česti uzrok prometnih nesreća bilo je i nedovoljno dobro poznavanje prometnih pravila. Zbog toga je samo u 1975. godini u Hrvatskoj napisano 700.000 prometnih kazni, a u istom razdoblju na cestama je poginulo 1.169 osoba.<sup>148</sup> Prometne nesreće u istom su razdoblju utjecale na smanjenje biciklista u prometu jer ih je prema podacima za 1974. godinu poginulo čak 222.<sup>149</sup>

---

<sup>147</sup> „Brzina, ali bez opreza“, VUS, 17. travnja 1976.

<sup>148</sup> „Ceste - kakvog li grešilišta“, VUS, 23. listopada 1976.

<sup>149</sup> „Smrt biciklista“, VUS, 3. srpnja 1976.

## 4. „Zapad“ u mome selu

### 4.1. Prvi televizori

Kako je to svugdje u svijetu, tako je i u Jugoslaviji postojala razlika između gradova i sela. Razlike su se očitovale u mnogim aspektima, počevši od onih lako uočljivih pa do onih skrivenijih pogledu. Najprije se razlika mogla vidjeti u izgledima ulica i cesta, koje su u gradovima redovito bile asfaltirane ili prekrivene nekim drugim materijalom, dok na selima to nije bio slučaj. Još uvijek je većina sela bila slabo povezana cestovnom infrastrukturom, koja se sastojala samo od nekoliko osnovnih putova, najčešće zemljanih ili, u najboljem slučaju, nasipanih sitnim kamenjem i pijeskom, tvoreći makadam.

Druga je velika razlika bila u opskrbi električnom energijom i vodom. Dok se u gradovima mogla odavno vidjeti ulična rasvjeta i svaka je zgrada imala vodu iz slavine, na selu je bilo daleko od toga. Još uvijek su za dugih zimskih noći u kućama gorjele petrolejske lampe ili svijeće, kraj kojih se odvijao sav društveni život. Vodovod za svaku kuću zapravo se svodio tek na puko „kalanje“<sup>150</sup> iz bunara, koji je gotovo svako domaćinstvo imalo, ili se po vodu odlazilo do obližnjega zajedničkog bunara. Osim ovih najvidljivijih razlika, postojale su još i druge sitne razlike u opremljenosti kućanstava i u načinu života. One su proizlazile upravo iz nedostataka električne, vodovodne i cestovne infrastrukture jer ljudi nisu mogli koristiti druge pogodnosti. Dolaskom struje u sva naseljena mjesta u Jugoslaviji napokon su i seljaci mogli osjetiti pogodnosti načina života koji se već dugo odvijao u gradu.

Godina je 1971. i Josip Majnarić iz Donjega Kosinja ide u posjet rodbini u slavonsko mjesto Šodolovci.<sup>151</sup> Naime, ova se grana obitelji odselila u Slavoniju ubrzo nakon završetka Drugog svjetskog rata, kako se kaže, „trbuhom za kruhom“.<sup>152</sup> Tamo su otvorili zanat za popravljavanje raznih električnih uređaja, radioprijemnika i televizora. Nakon što je u Slavoniji

---

<sup>150</sup> „Kalati“ vodu = zgrabiti vodu kantom iz bunara (Lika)

<sup>151</sup> Mjesto u Osječko-baranjskoj županiji

<sup>152</sup> Izjava Milana Majnarića; radnik

kod rodbine Josip Majnarić proveo tri tjedna, na povratku kući sa sobom donosi televizor. Bilo je to do tada neviđeno čudo tehnologije koje se prvi put pojavilo u selu i koje seljaci nisu imali prilike vidjeti, nego su samo čuli o njemu. Televizor je bio tolika atrakcija da su ljudi danima dolazili samo da bi ga vidjeli. Iako se radilo o polovnom televizoru marke RIZ-TV 221 (Slika 16.)<sup>153</sup>, seljacima je izgledao kao najnoviji televizor. Ushićenje tim crno-bijelim televizorom je bilo nezamislivo, kako kod starih, tako i kod mladih.<sup>154</sup> I novinski članci '70-ih godina donose vijest o televizorima na ličkom području.<sup>155</sup>

Početakom '70-ih ponuda televizora u Jugoslaviji je bila dosta dobra zbog toga što slovenska *Iskra* i hrvatski RIZ dobivaju licencu američkog *General Electrica* za proizvodnju televizora.<sup>156</sup> Proizvodnja RIZ-ovih televizora postupno je rasla te je 1975. izvoz RIZ-ovih televizora iznosio 327 komada.<sup>157</sup> Novinske stupce počeli su puniti novi televizori koji više nisu bili crno-bijeli. *Iskra* je poticala građane na kupnju kvalitetnijih uređaja u boji, a predstavljali su pravi užitak gledanja.<sup>158</sup>

Dugo je vremena televizor bio glavna tema koja se prepričavala na Rudinki<sup>159</sup> i dalje po selu. Ne samo da je krasio stolić u lijevom kutu sobe, nego je postao glavno okupljalište seoskog prela. Za dana, kada su stariji odlazili svatko za svojim poslom, mlađi su se sastajali

---

<sup>153</sup> RIZ- Odašiljači je elektronska tvrtka koja je imala sjedište u Zagrebu. Bavila se najviše proizvodnjom radio-uređaja, televizora, gramofona, zvučnika i ostalih elektronskih pomagala.

<sup>154</sup> Izjava Milana Majnarića i Marije Delač

<sup>155</sup> „Sve veći broj TV-prijamnika“, Lički vjesnik, 17. ožujka 1974.

<sup>156</sup> „Televizor Iskra RIZ, VUS, 07. siječanj 1970.

<sup>157</sup> „Magarci ispred televizora“, VUS, 21. veljače 1976.

<sup>158</sup> „Televizor Iskra“, VUS, 01. siječnja 1975.

<sup>159</sup> Rudinka - jedan od zaselaka sela Kosinj u kojem se rodila i odrasla Marija Delač.

<sup>159</sup> RIZ- Odašiljači je elektronska tvrtka koja je imala sjedište u Zagrebu. Bavila se najviše proizvodnjom radio-uređaja, televizora, gramofona, zvučnika i ostalih elektronskih pomagala.

<sup>159</sup> Izjava Milana Majnarića i Marije Delač

<sup>159</sup> „Sve veći broj TV-prijamnika“, Lički vjesnik, 17. ožujka 1974.

<sup>159</sup> „Televizor Iskra RIZ, VUS, 07. siječanj 1970.

<sup>159</sup> „Magarci ispred televizora“, VUS, 21. veljače 1976.

<sup>159</sup> „Televizor Iskra“, VUS, 01. siječnja 1975.

<sup>159</sup> Rudinka - jedan od zaselaka sela Kosinj u kojem se rodila i odrasla Marija Delač.

<sup>159</sup> Izjava Marije Delač

u kući i gledali nepomično u slike koje su se nizale pred njima. Bili su to crtani filmovi, a najzanimljiviji su bili oni američkog autora Walta Disneya, snažni mornar *Popaj* i *Pink Panther* te međudomaćima *Baltazar*.<sup>160</sup> Kasnije su na red dolazili stariji koji su u predvečerje završavali sa svojim poslovima i mogli su u miru pratiti središnji informativni dnevnik. Svakog petka kada se Milan Majnarić vraćao s posla, zbog kojeg je preko tjedna bio odsutan, u kući bi se okupljalo prelo. Dolazili su susjedi svakog tjedna bez iznimke. Nekad ih se znalo skupiti i desetak te bi onda sjeli oko stola uz rakiju i gledali televiziju.<sup>161</sup> Najzanimljiviji su bili oni dani kada su se odvijala neka športska natjecanja. Najviše se ljudi znalo skupiti kada se na televiziji prenosio meč Mate Parlova.<sup>162</sup> Znalo se sjediti i dugo u noć i strpljivo iščekivati meč.<sup>163</sup>

Nešto kasnije poneki televizor uspijevaju nabaviti još neki sretnici. Tako je vlasnik seoske „birtije“<sup>164</sup> u Lipovom Polju<sup>165</sup> također kupio televizor koji je onda stajao u „birtiji“. Upravo to je bio pravi potez s kojim je vlasnik Rade Uzelac privlačio najviše svojih gostiju. Kako prepričava Đuro Paripović, to je u selu bila glavna atrakcija. Kada bi pala noć i izgubilo se dnevno svjetlo, počelo je spremanje za izlazak. Dotjeravale su se žene kao da se spremaju na neku svečanu večeru. Vadile su iz ormara najnovije košulje i najljepše šoseve. Svaka je žena bila dotjerana kao da je u selu neki sajam. Nakon što su se spremile, zajedno s muževim izlazile su u gostionicu. Ispred televizora bile su poredane stolice u redove kao što se može vidjeti u kino dvoranama.<sup>166</sup> Natjecalo se tko će ranije doći kako bi zauzeo što bolju poziciju pred televizorom. Pristup djeci bio je dozvoljen samo onda kada je na programu bio neki „kaubojac“.<sup>167</sup> Prvi su redovi bili rezervirani za gazdu i njegovu ženu koja je bila seoska učiteljica te je samim time uživala najviši status u selu. Djeca bi najčešće ležala ispred

---

<sup>160</sup> Izjava Marije Delač

<sup>161</sup> Izjava Milana Majnarića

<sup>162</sup> Mate Parlov (1948.-2008.) je proslavljeni hrvatski boksač iz Pule. Svjetski prvak u poluteškoj kategoriji i osvajač nekoliko olimpijskih medalja.

<sup>163</sup> Izjava Marije Delač

<sup>164</sup> Lokalni naziv za gostionicu

<sup>165</sup> Dio Kosinja s većinskim pravoslavnim stanovništvom

<sup>166</sup> Izjava Milana Paripovića; radnik

<sup>167</sup> Naziv za američke vestern filmove

televizora jer za njih nije bilo mjesta na stolicama, a oni su i s time bili zadovoljni jer su jedino u tim rijetkim trenucima mogli uživati u blagodatima televizije.

## 4.2. Imamo kino

Snalažljivost, koju je gostioničar Uzelac pokazao kupivši televizor za svoju gostionu, uskoro će rezultirati još jednom dosjetkom. Prema riječima sugovornika, „čika“ Rade, kako su ga nazivali u selu, bio je jako snalažljiva osoba. Nije se ustručavao ni pred kim reći ono što misli i nije imao izražen osjećaj stida koji bi ga sputavao. Tako je mogao uvjeriti svakoga na svašta. To se i dogodilo 1977. godine kada su se u gospićkom kinu rješavali zastarjele opreme koja se trebala zamijeniti novijom.<sup>168</sup> Kad je Rade saznao da se u gospićkom kinu spremaju za zamjenu infrastrukture, odmah je nalio u bocu domaće rakije i kupio bombonijeru te zajedno s Milanom Bastom, koji je imao automobil marke *TAM*, krenuo put Gospića.<sup>169</sup> U kino-dvorani u Gospiću već su počeli radovi. Svojim šarmom i smjelošću Rade nekim čudom uspijeva nagovoriti zaposlenike da mu daju dotrajale klupe i projektor. Sve su to natovarili u *Tamića* i otpremili natrag u Lipovo Polje. Lokacija novoga „kina“, kako su ga u selu nazivali, bila je u seoskom domu. U dvoranu je postavljen projektor, a ispred njega su poredane klupe u nizu. U svim dijelovima Kosinja zavladao je nezamislivo ushićenje zbog saznanja da imaju kino, s čime se većina prvi put susrela.<sup>170</sup>

Ubrzo nakon toga kino je počelo raditi. Gledali su se tu herojski domaći filmovi jugoslavenske produkcije, ali gledali su se i strani američki filmovi. Kino je postalo mjesto gdje su se sada dovodile i ekskurzije učenika, koje su imale priliku na velikom platnu gledati neke od najslavnijih bitaka partizanske borbe. Vrlo brzo je kino u Kosinju postalo senzacija za koju su svi znali.<sup>171</sup> Poseban je doživljaj bio kada je neki razred trebao ići odgledati neki film.

---

<sup>168</sup> HR-DAGS-199: Novinsko – informativna ustanova „Lički Vjesnik“: Kutija 2.: 1977.g. br. 136/11

<sup>169</sup> Izjava Đure Paripovića

<sup>170</sup> Izjave Đure Paripovića i Milana Paripovića

<sup>171</sup> „Kino u Donjem Kosinju“, Lički Vjesnik, 03. listopada 1978.

Obično je to bilo najavljeno nekoliko dana unaprijed što je još više stvaralo nervozu kod učenika koji nisu nikako mogli dočekati trenutak kada će pješice krenuti preko polja u kino. Tada se išlo pješice iz područne škole na Rudinki koja je svojevremeno radila u dvije smjene i brojala i do 235 učenika.<sup>172</sup> Uzbuđenje na dan polaska bilo je ogromno. Kolona je kretala ujutro i veselo, često uz pjesmu, išlo se preko polja.<sup>173</sup> Na programu su bili filmovi koji su trebali veličati NOB (narodnooslobodilačku borbu) i educirati učenike o nekim najvažnijim trenucima partizanskog pokreta. Iako su ti filmovi bili ratne tematike i prepuni razaranja, to djeci nije smetalo. Oni su uživali gledajući kako se film vrti na velikom platnu i to im ništa drugo nije moglo zamijeniti. Ushićenje viđenim trajalo je još nekoliko dana te se prepričavao svaki dio filma. Učenici koji su taj dan gledali film, sutradan su u školi bili najtraženiji jer su svi htjeli čuti dojmove o prizorima s velikoga platna.

Osim djece, kino su posjećivali i odrasli. Jednom mjesečno prikazivao bi se neki američki film. Najčešće su to bili *western* filmovi koji su bili i najpopularniji. Slično kao i djeca, ni odrasli nisu bili imuni na blještavilo koje je donosilo veliko platno. Kod njih je ono isto tako izazivalo divljenje. U najljepšoj odjeći koju su imali dolazili su gledati vječnu borbu između kaubojca i Indijanaca. Nije se za vrijeme filma ni jelo ni pilo kakav je danas slučaj, nego se pazilo da se trepće što manje kako se ne bi propustio neki važan dio filma. Kako su mi opisivali sugovornici, dok su gledali film, kao da je sve oko njih nestalo i nije postojalo. Postojao je samo onaj svijet koji se prikazivao na platnu. Na trenutak su se osjećali jednaki onima koji su živjeli u gradovima.

### 4.3. Rockeri sa sela

U Kosinju su se mladi zabavljali na dva načina. Prvi je bio taj da se skupina momaka sastajala pred kućom i kretala u prelo. Pred kućom djevojke koja je tu večer držala prelo susretali su ostale momke i djevojke, koji su isto tako poput njih došli radi zabave. Kada bi ušli u kuću domaćice, sjeli bi tamo gdje bi uhvatili mjesta, na krevete i druga mjesta prikladna

---

<sup>172</sup> Usp. HR-DAGS-198: Osnovna škola Anž Frankopan Kosinj (1970 – 1980.)

<sup>173</sup> Izjava Marije Delač

za sjedenje. Nakon što bi se svi okupili, bili su počašćeni svatko s jednom rakijicom. Nije se nudilo više jer je godina bila duga i nije bilo potrebe za nepotrebnim razmetanjem. Pilo se ono što se donijelo u prelo, a to je najčešće bila rakija koja se onda mogla piti sve dok je bilo i kapi u boci. Roditelji i mlađa braća i sestre bi onda odlazili na spavanje u drugu sobu i ostavljali prelo bez nadzora. Tada je počinjala zabava kada se, između ostalih aktivnosti, znalo i zaplesati.<sup>174</sup>

Drugi oblik zabave bilo je okupljanje u društvenim domovima. Domovi su bili glavno sastajalište mladih, koji su bili željni plesa i glazbe. Nije se kao danas izlazilo van oko pola noći i dolazilo kući u ranim jutarnjim satima. Za ono vrijeme to je bilo nezamislivo i nepojmljivo. Izlazilo se zimi oko sedam sati, a ljeti malo kasnije zbog dužih dana i poslova koji su se morali obavljati. Znalo se kada djevojke moraju doći kući. Točno je bilo određeno da se najkasnije do 23 sata moraju već vratiti. Kašnjenja se nisu tolerirala i svako kašnjenje bi značilo zabranu sljedećeg izlaska.<sup>175</sup> Jedino su mladići mogli ostajati duže i poneka djevojka koja je uspjela uvjeriti roditelje da joj dopuste ostanak do jedan sat poslije ponoći, ali to su bili rijetki slučajevi.

Glazba se najčešće slušala na gramofonima koji su bili povezani sa zvučnicima slabe kvalitete, pa ta glazba i nije zvučala baš naročito, ali mladima je bila dobra. Tijekom '70-ih gramofoni su već zaživjeli u širokoj uporabi. Prve gramofone proizvodi RIZ pod nazivima *Tosca*, *Traviata*, *Turandot* i *Trubadur*.<sup>176</sup> Osim glazbe koja je odzvanjala iz gramofona, znalo se nekada slušati i one odvažnije koji su naučili svirati neki instrument. Uz harmoniku, neizostavnu u svakoj svirci, znale su se naći i tambure, kontrabasovi ili prim. Glazba koja se slušala bila je najčešće narodna. Bili su tu zastupljeni glazbenici narodne glazbe iz svih republika države Jugoslavije. Najslušaniji su bili Miroslav Ilić<sup>177</sup> i Safet Isović<sup>178</sup>. Manje su se slušale zabavne pjesme poznatih hrvatskih pjevačica Tereze Kesovija i Zorice Kondža. Nije bilo velikih odstupanja u glazbi u svih šest društvenih domova na području Kossinja.

---

<sup>174</sup> Izjave Marije Delač, Milana Majnarića, Zorke Munjas

<sup>175</sup> Izjave Marije Delač i Anke Majnarić

<sup>176</sup> „Gramofoni Iskra RIZ: Tosca, Traviata, Trubadur“, VUS, 18. veljače 1970.

<sup>177</sup> Miroslav Ilić (r. 1950.) je srpski pjevač narodne glazbe.

<sup>178</sup> Safet Isović (1936.-2007.) je bosanski pjevač, kralj sevdaha.

Nevjericu i zgražanje prisutnih u domu izazvala je pojava skupine od petero mladića i djevojaka koji nisu bili odjeveni u već poznatu odjevnu kombinaciju, općeprihvaćenu kao kodeks odijevanja. Pojavili su se u trapez hlačama i rasparanim traper jaknama, neuredne dugačke kose s trakama oko glave. Svi iz te grupe imali su jednake frizure.<sup>179</sup> Do tada je bilo nezamislivo da muškarci imaju duge kose poput žena. Radilo se o skupini mladih koji su bili poznati u selu kao oni što slušaju „ono neko deranje na pločama”. To deranje bile su ploče poznatih svjetskih rock sastava. Slabo ili nikakvo poznavanje engleskog jezika nije im predstavljao neki veći problem. Nerazumijevanje tekstova pjesama nadomiještali su uživanjem u atmosferi rock glazbe.

Upravo tih godina časopisi donose izvještaje o raznim rock sastavima koji su već bili jako poznati na zapadu.<sup>180</sup> Na fotografijama uz te tekstove moglo se vidjeti kako se odjevaju ti rokeri, uzor mladima koji su slušali takvu vrstu glazbe. Ovakav stil oblačenja i preglasno slušanje žestoke rock glazbe s problematičnim tekstovima pjesama zabrinjavao je jednako roditelje i širu javnost.<sup>181</sup> Kako je *rock* još bio relativno nepoznat na ovim prostorima, postojale su teškoće u određivanju stila glazbe. Tako je u novoj *Muzičkoj enciklopediji JLZ-a* rock opisivao kao „komercijalna varijanta swinga nastala početkom pedesetih godina (...)“.<sup>182</sup> Javno je vidljivo da je rock još uvijek mnogima bio nepoznanica. Stoga još više čudi činjenica da se tako brzo proširio u sve kutke društva, pojavljujući se i u najzabitijim mjestima.

Tijekom dana, kada su kao i svi ostali ljudi sa sela radili u polju, kosinjski „rockeri“ nosili su obične kratke hlače u koje je bila zatakuta najčešće bijela potkošulja ili košulja, a na nogama su imali cokolje<sup>183</sup> bez čarapa. Dok su tako radili u polju, ni po čemu se nisu razlikovali od ostale mladeži. Kada bi pala noć, baš poput nekih super junaka iz stripova, prolazili su transformaciju - skidali bi sa sebe dnevnu odjeću i oblačili prepoznatljive trapez hlače. Kada bi se sredili za noćni izlazak, najprije bi se sastali kod jedne djevojke iz društva koja je imala kuću u blizini doma. Kada bi se svi skupili, zajedno su ulazili u dom među

---

<sup>179</sup> Izjava Marije Delač

<sup>180</sup> Usp. Mirković 2004:21.

<sup>181</sup> „Kamenje se kotrlja - i prema nama“, VUS, 19. lipnja 1976.

<sup>182</sup> „Rock u „Punktiranim triolama““, VUS, 25. lipnja 1977.

<sup>183</sup> Tradicionalna obuća koja se plela od ovčje vune na koju je našivena krpa i podšivena gumom.



„rulju” koja ih je svaki put iznova čudno pogledavala i odmjeravala. Imali su svoje mjesto u domu, za njih uvijek slobodno, odmah iza ulaznih vrata. Poredali bi se u krug i nitko ni s kim ne bi ništa razgovarao, nego bi samo tresli glavama, bez obzira koja glazba svira na gramofonu.<sup>184</sup> Upravo takav način plesa ostalima je bio vrlo smiješan te su s podsmijehom pratili svaki njihov pokret.

Zbog toga što tadašnja diskografska kuća Jugoton nije uvijek pratila sve svjetske trendove u izdavanju ploča, moralo se do njih dolaziti na razne načine.<sup>185</sup> U domaćim robnim kućama moglo se kupiti vrlo malo ploča. Jedini način nabave najnovijih albuma *Rolling Stonesa* ili neke druge popularne grupe bio je kupovina u inozemstvu. To je značilo da se mora ići u Trst po njih. Problem je bio taj što je malo tko iz Kosinja išao u Trst, a ako i jest, bilo je to jako rijetko. Sreća za kosinjske rokere je bila ta što je jedan od njih, Milan Veselin, imao strica koji je radio i živio u Engleskoj. Zahvaljujući njemu, u Kosinj su stizali najnoviji albumi svih svjetskih sastava.<sup>186</sup> Milan je stricu slao pisma u kojima bi često napisao nazive nekoliko ploča. Nakon više od mjesec dana poštar bi donosio poštu koju je željno iščekivao. Bila bi to jedna od onih navedenih ploča koju je stric uspio pronaći.<sup>187</sup>

Radost koju je osjećao u tom trenutku nije se mogla opisati. Ploču su preslušavali po cijele dane dok ne bi naučili većinu pjesama. Kako je on jedini od njih imao gramofon, njegova kuća bila im je i sastajalište.<sup>188</sup> Također su se u prizemlju robne kuće u Gospiću mogli kupiti albumi nekih stranih sastava. Dok je ponuda izdanja svjetskih sastava bila slaba, ponuda domaće rock glazbe bila je bolja. Po uzoru na svjetske rock sastave, i u Jugoslaviji se počinju osnivati razni rock sastavi poput *Parnog valjka* i *Prljavog kazališta*.<sup>189</sup> Također 1980. na scenu stupa i poznati sastav *Azra* koji predvodi osebujni Branimir *Johnny* Štulić. Upravo su

---

<sup>184</sup> Izjava Marije Delač

<sup>185</sup> Usp. Mirković 2004: 19.

<sup>186</sup> Izjava Milana Veselina; lučki radnik

<sup>187</sup> Izjava Milana Veselina

<sup>188</sup> Izjava Milana Veselina

<sup>189</sup> Usp. Mirković 2004:115.

koncerti tih sastava bili jako posjećeni, o čemu svjedoče i tiskovine.<sup>190</sup> Tako su kosinjski rokeri uživali i u svirkama domaćih rokera čije su ploče kupili u obližnjem Gospiću.

Zajedništvo koje je okupljalo njihovu malu skupinu nije bilo samo zbog slušanja iste glazbe. Svi su u skupini imali imućnije roditelje i mogli su si priuštiti mnogo više od svojih sumješšana.<sup>191</sup> Upravo su se zbog toga htjeli nekako razlikovati od drugih. Tražili su nešto posebno. Kada je njihov prijatelj Ivan Majetić slučajno donio ploču grupe *The Who*<sup>192</sup> kako bi je preslušali na gramofonu, odmah su im se sviđjeli tonovi.<sup>193</sup> Tako je upravo rock glazba postala ta razlika koja ih je određivala.

#### 4.4. Prva kupaonica

Jedan od problema sela u Jugoslaviji bio je taj što nisu imali uređeni vodovod. Upravo takav slučaj je bio i u Kosinju gdje ljudi nisu mogli jednostavno odvrnuti pipu i uživati u pogledu na vodu koja se crpi s obližnjeg izvora. Dobar stari običaj ljudi u Kosinju je bio taj da se voda za piće kalala iz šterna<sup>194</sup>, u koju su žlijebovi s okolnih krovova sprovodili kišnicu. Stoka se napajala na obližnjoj rijeci Lici kako bi se sačuvalo što više vode u šterni za kućne potrebe. Imućniji stanovnici mogli su sebi priuštiti gradnju velikih bazena u kojima se na isti način skupljala voda. Razlika između šterne i bazena je u tome što su bazeni i do nekoliko puta veći nego šterne te se u njima može pohraniti više vode.

---

<sup>190</sup> „Na koncertu PoP-muzike“, VUS, 22. svibnja 1976.

<sup>191</sup> Izjava Milana Veselina

<sup>191</sup> Izjava Milana Veselina

<sup>191</sup> Who Are You

<sup>191</sup> Izjava Milana Veselina

<sup>191</sup> Šterna - bunar (Lika)

<sup>191</sup> Izjava Milana Majnarića

<sup>192</sup> Who Are You

<sup>193</sup> Izjava Milana Veselina

<sup>194</sup> Šterna - bunar (Lika)

Zbog nedostatka adekvatne vodovodne mreže cijelo selo je trpjelo posljedice pa je tako bilo nezamislivo da neka od kuća ima uređenu kupaonicu u kojoj bi se ljudi mogli oprati. Praksa je bila ta da se voda grijala na peći i ulijevala u veliki lavor u kojem su se onda jednom tjedno ljudi prali.<sup>195</sup> Još gore je izgledao wc. Nije postojala silikonska školjka. Školjku je činila drvena konstrukcija koja je bila postavljena iznad izrezane rupe u drvenom podu, a ispod nje se izravno nalazila septička jama. U stvari je to bio poljski wc u sklopu kuće. Jednaki princip zahoda imali su svi u selu.

Otac sugovornice Zorke Munjas imao je stalni posao vatrogasca u Gospiću. Uz taj posao zarađivao je i od obrađivanja zemlje i uzgoja stoke. Imao je pristojna primanja u kontekstu vremena u kojem je živio. Osim stana u Gospiću, u Kosinju je imao staru trošnu kuću. Zorkini su roditelji skupili pozamašnu svotu novca i odlučili su se za izgradnju nove kuće. Za razliku od starijih kuća koje su bile građene od kamenih blokova, nova se kuća radila od cigle. Kupaonica u gospićkome stanu bila je opremljena svime što svaka kupaonica treba imati. U raznim časopisima (najčešće SAM) mogli su vidjeti kako izgledaju gradski stanovi opremljeni svim pomagalicama. Kupaonice u takvim stanovima bile su popločane pločicama ili prekrivene linoleumom koji je imao uzorke pločica.<sup>196</sup> Kupaonica u gradovima nije bila ništa strano, imali su je i svi susjedi u Gospiću. Kad su počeli graditi novu kuću u Kosinju, istovremeno su iza kuće počeli zidati bazen koji će biti spremnik vode za buduću kupaonicu. Gradnja kuće bila je završena 1977. godine.<sup>197</sup> Sastojala se od kuhinje, koja je bila ujedno i dnevni boravak, tri sobe i nove prostorije koja dotada nije bila poznata nikome u selu – kupaonice.

Bila je to prva kupaonica u selu. Novoizgrađeni je bazen zamjenjivao nepostojeći vodovod i iz njega se crpila voda za kupaonicu. Bila je uređena po najnovijim standardima, slična onima koje je donosio časopis SAM. Zidovi i pod bili su obloženi sivim pločicama s uzorcima kruga oko kojeg su bile crte koje su zajedno s krugovima stvarale ugodan dojam. U jednom kutu je bila silikonska kada, a iznad nje bojler koji je cijevima bio spojen s bazenom iz kojeg je crpio vodu. Pored kade je bila postavljena školjka koja je također bila silikonska i

---

<sup>195</sup> Izjava Milana Majnarića

<sup>196</sup> Usp. Duda 2010:123.

<sup>197</sup> Izjava Zorke Munjas

spojena na vodokotlić. Na drugom kraju kupaonice nalazio se rukoper iznad kojega je bilo postavljeno ogledalo s nekoliko polica na koje su se mogle ostaviti stvari potrebne za osobnu higijenu.<sup>198</sup> Iako su sada imali pravu kupaonicu, navike su ostale iste. Lako bi se dalo pomisliti da će nova kupaonica biti stalno korištena, ali nije bilo tako. Voda u bazenu bila je ograničena, ovisila je o kiši i nije se nepotrebno trošila. Kupanje se i dalje obavljalo jednom tjedno i to najčešće nedjeljom navečer kada se spremalo za novi radni tjedan.<sup>199</sup> Osobna higijena je bila skoro jednaka prijašnjoj jer se voda u kupaonici nije smjela trošiti onoliko koliko je bilo potrebno.

Usprkos svemu, vijest o kupaonici jako se brzo proširila selom. Nitko do tada u selu nije imao kupaonicu. Susjedi su odmah postali zavidni. Mnogi su prestali dolaziti u posjetu jer nisu bili naviknuti da netko posjeduje više od njih.<sup>200</sup> Samo oni radoznaliji dolazili su vidjeti to čudo u kojem više nije bilo drvene školjke. Sada se školjka ispirala vodom iz vodokotlića, a bila je spojena s ozidanim septičkom jamom. Zavist ljudi iz sela vidi se u anegdoti koju je Zorka ispričala. Naime, za vrijeme Domovinskog rata u Kosinju je dolazilo, s obzirom da je nastanjen pravoslavicima i katolicima, do povremenih trzavica. Zorkin je otac napustio Hrvatsku i sa ženom i sinom otišao za Srbiju. Nakon nekog vremena nova kuća mu je bila zapaljena. Banalnost toga čina potvrđuje i mljekar koji je skupljao po selu mlijeko i vozio ga u obližnji Gospić. Kada su se dotakli teme zapaljene kuće, mljekar je odgovorio: „Neka su je zapalili, on je imao kupatilo“.<sup>201</sup>

---

<sup>198</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>199</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>200</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>201</sup> Potvrdio Vukašin Munjas; konobar

## 4.5. Novi automobil u selu

Slično kao i u ostatku Jugoslavije, i na ličkim cestama su se mogli vidjeti raznovrsni automobili.<sup>202</sup> Najzastupljeniji su ipak bili oni modeli koje je proizvodila Crvena zastava, poput *Fiće* i *Tristaća*<sup>203</sup>. Bilo je manje Uvezenih automobila bilo je manje zbog njihove skupoće, premda ni domaći automobili nisu bili jeftini i nije si ih svatko mogao priuštiti. Tako je '70-ih onaj tko je htio kupiti *Stojadina* morao izdvojiti dvadeset i dvije plaće, a za *Zastavu 1300 Lux* čak dvadeset i pet plaća koliko je npr. koštao i novi *Opel Kadett*.<sup>204</sup> Prema tome, onaj tko je želio kupiti automobil, morao je izdvojiti pozamašnu svotu. Kada bi se kupac napokon odlučio za kupnju automobila, još jedan u nizu problema bila su duga kašnjenja dostave. Tako se krajem '70-ih dostava za novog golfa morala nerijetko čekati i do godine dana.<sup>205</sup> To je kupce donekle odvrćalo od nauma da kupe automobil. No, kako je vrijeme odmicalo, nabavka automobila bila je neizbježna.

Vrlo brzo se mogao i u Kosinju vidjeti poneki *Stojadin* ili sovjetska *Lada* koji su onda mamili poglede. Najčešće su ih imali rijetki sretnici koji su radili kao gastarbajteri i mogli su si priuštiti novi automobil, a i svim onim običnim „seljacima“ pokazati kako imaju novaca.<sup>206</sup> Ti su rijetki automobili bili najpotrebniji kod ženidbe. Prema običaju i tradiciji na selu su se svatovi vozili u konjskim zapregama do crkve i matičnog ureda. Pojava automobila je to promijenila. Sada su se mladenci, umjesto u kolima, vozili u automobilu i uživali sjedeći na mekanim sjedalima.<sup>207</sup> Okićeni svatovski automobili veselo su trubili sirenama prolazeći selom i stvarali zaglušujuću buku (Slika 19).

---

<sup>202</sup> „Sve veći broj automobila na ličkim cestama“, Lički Vjesnik, 6. kolovoza 1976.

<sup>203</sup> Popularan naziv za Zastavu 1300

<sup>204</sup> „Opel Kadett“, VUS, 31. srpnja 1974.

<sup>205</sup> „Četiri kotača na sve strane“, VUS, 25. prosinca 1976.

<sup>206</sup> Izjava Marije Delač

<sup>207</sup> Izjava Marije Delač

Novine su bile prepune reklama koje su reklamirale nove modele automobila.<sup>208</sup> Kako su godine odmicala, bilo je sve više automobila u selu. Razlog tomu je što su se mlađe generacije sve više zapošljavale u gradovima, ostavljajući tako motiku i plug iza sebe. Sada je skoro svaka kuća u selu imala automobil jer je netko od ukućana radio u nekoj firmi te je imao stalna primanja. Nerijetko je bilo i natjecanja tko će kupiti bolji automobil i tako pokazati da ima bolji posao od onog drugog. Bilo je i drugih razloga kupovine što boljeg automobila. Poznata predrasuda da žene oduvijek pate za lijepim automobilima tjerala je mladiće da kupe što ljepšu i „nabrijaniju pilu“. Nerijetko je baš to bilo presudno kada se razmišljalo o kupovini automobila. Slično tako je razmišljao i Vukašin Munjas koji je svoj prvi automobil kupio 1983. godine. Bio je to polovni *Ford Capri* (Slika 17.) koji je kupio od jedne obitelji iz Perušića.<sup>209</sup> Novce za novi automobil je skupio radeći kao konobar u hotelu *Lika* (Slika 18) u Gospiću.<sup>210</sup> Kao konobaru mu nije bio neki veliki problem skupiti novce za automobil koji je platio u gotovini. U to su vrijeme konobari u hotelu imali dosta dobre plaće i mogli su si priuštiti luksuz kao što je kupovina automobila. Pomoć pri kupovini polovnog automobila mogla se pronaći i na stranicama časopisa u kojima se kupca savjetovalo na što treba usmjeriti pozornost pri kupovini polovnog automobila.<sup>211</sup>

Prvi automobil Marije Delač bio je sivi *Stojadin*<sup>212</sup>, kupljen od jednog gospodina iz Pazina. Njezin je suprug radio u HEP-u<sup>213</sup> pa mu kupovina automobila i nije bila neki veliki problem, a prije toga je već imao i *Škodu 120 LS*.<sup>214</sup> No, radost koju je Marije Delač osjetila kada je ugledala svoj vlastiti automobil, nije mogla opisati. Do tada je imala priliku samo gledati sve te automobile koji su jurili cestom, a sada je napokon imala svoj vlastiti. *Stojadin* je najviše služio za prijevoz njenom suprugu koji je iz udaljenog Otočca, gdje su stanovali,

---

<sup>208</sup> „Dyane 6“ - lijepo pače“, SAM, travanj 1976.; „Citroen“, VUS, 28. srpnja 1971.; „Opel Kadett“, VUS, 31. srpnja 1974.

<sup>209</sup> Izjava Vukašina Munjasa

<sup>210</sup> Izjava Vukašina Munjasa

<sup>211</sup> „Rabljeni automobil“, SAM, rujan 1978.

<sup>212</sup> Izjava Marije Delač

<sup>213</sup> Hrvatska elektroprivreda, isto kao i danas

<sup>214</sup> Potvrdila Marija Delač

putovao na posao u Kosinj. Zbog toga su se prijeđeni kilometri vrlo brzo gomilali što je značilo i kvarove na automobilu.

#### 4.6. Putovanje u Trst

U razdoblju '50-ih i '60-ih godina, kada se Jugoslavija tek počela otvarati prema svojim zapadnim susjedima, nije se moglo lako prijeći preko granice. Jugoslaveni su iz novinskih članaka i filmova već sve znali o pogodnostima na Zapadu, a iako su žudjeli za njima, smatrali su ih nedostižnima. U američkim filmovima glavni glumci nosili su traper hlače i jakne, a koristili su razna elektronska pomagala, poput štednjaka ili hladnjaka. Kada se saznalo da je to sve nadohvat ruke i da se samo treba preći granica, nastala je prava pomama za putovanjem u Trst. Upravo je Trst bio najbliži iskorak prema zapadnim pogodnostima. Cijela obitelj bi se spremila i automobilom se putovalo u Trst gdje se cijeli dan kupovalo. Nosile su su vrećice od jedne do druge robne kuće, pa su lokalne prodavačice odmah znale da je riječ o kupcima iz Jugoslavije. U Standi, Upimu i Coinu vrlo ih se lako moglo prepoznati jer su u rukama imali i po šest punih vrećica.<sup>215</sup> Kućama su se vraćali u automobilima punim robe. Za svaku imalo ozbiljniju kupnju putovalo se u tu oazu kapitalizma. Kupovinu u Trstu je u svojoj pjesmi opjevao i poznati bosanski bend *Zabranjeno pušenje*.<sup>216</sup> U to vrijeme najčešće su se u Trstu kupovale traperice, popularno zvane farmerke. Roba kupljena u Trstu predstavljala je statusni simbol<sup>217</sup> pa je često među djecom stvarala razlike i podjele na one čiji su roditelji mogli imati robu iz Trsta i one koji to nisu mogli. Kasnijih godina, kada se u Novom Marofu počinjū šivati *Levi's* hlače, više nije bilo potrebe za odlaskom u Trst nego su se traperice mogle kupiti i u domaćim robnim kućama čime su, uz kožne jakne, postale svakodnevnim odjevnim predmetom (Slika 20.).

---

<sup>215</sup> Usp. Mirković 2004: 11.

<sup>216</sup> *Zabranjeno pušenje* u pjesmi Yugo 45 govori o odlasku u kupovinu u Trst.

<sup>217</sup> „Coin, Upim ili Nama?“, VUS, 25. lipnja 1976.

Putovanje u Trst bilo je posebna prigoda. Nije se išlo samo kupovati, nego je to u kući bio praznik koji se događao jedanput godišnje.<sup>218</sup> Obično se odlazilo u Trst krajem ljeta prije početka školske godine. Prvi dan bi se pripremili sendviči koji su bili namijenjeni za ručak jer se nije jelo u restoranima. U rano jutro je bilo buđenje i vrijeme za polazak. Pun rezervoar goriva jamčio je siguran put do Trsta. Veselje putovanja bilo je i u tome što se moglo vidjeti more. More se nije moglo često vidjeti, a kamoli se u njemu kupati.<sup>219</sup> Granica se prelazila u Sloveniji, pa bi se u Trst stiglo prije podneva. Kupovina je mogla početi. Najviše se kupovala raznovrsna odjeća, pelene, hrana i posuđe. Kupovalo se sve u velikim količinama kako bi zalihe što dulje potrajale jer se u sljedeću kupovinu išlo tek sljedeće godine. Prelazak granice je bio sličan onom današnjem. Sakrivalo se robu na najmaštovitije načine i na ona mjesta na koja se mislilo da ih carinici neće pronaći. Ljudi su se skidali do gaća na ulicama Trsta kako bi na sebe navukli nekoliko para traperica. Žene koje su prelazile granicu vraćale su se kao „trudnice“ koje su ispod majica skrivale robu. O ovim pokušajima prelaska granice svjedoče i carinici na graničnom prijelazu Fernetiči koji su se nagledali svakojakih smiješnih situacija.<sup>220</sup> Često puta se znala kupiti i poneka sitnica kako bi se malo oraspoločilo carinike.<sup>221</sup> Čest slučaj je bio i da je većina kupljenih namirnica bila narudžba ljudi iz sela koji nisu bili u mogućnosti otići do Trsta, a željeli su novu teflon tavu ili nešto slično. Jugoslavenski kupci su u Trstu samo 1975. godine ostavili 60 milijardi lira zbog čega su bili vrlo rado viđeni kupci.<sup>222</sup> Roba se u Trstu masovno proizvodila upravo zbog kupaca iz Jugoslavije i trebala je biti jeftina. Zbog toga je bila slabije kvalitete od one što se nudila u jugoslavenskim prodavaonicama.<sup>223</sup> Trst je ostao glavno mjesto nabave svih potrepština još dugo nakon raspada Jugoslavije podsjećajući tako na neka prošla vremena.

---

<sup>218</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>219</sup> Izjava Zorke Munjas

<sup>220</sup> „Svlačenje na javnom mjestu“, VUS, 3. studenog 1976.

<sup>221</sup> Izjave Zorke Munjas i Vukašina Munjasa

<sup>222</sup> „Svlačenje na javnom mjestu“, VUS, 3. studenog 1976.

<sup>223</sup> „Coin, Upim ili Nama?“, VUS, 25. lipnja 1976.



## Zaključak

U ovome je radu obrađena tema prodora zapadne kulture u Jugoslaviju (posebno u seosku sredinu) od sredine 20. stoljeća do kraja '80-ih godina. Osnovica provedenog istraživanja, uz pisanu literaturu, bila je i metoda razgovora s ljudima u okolini. Ti su ljudi autoru rada na neki način bliski, a to je uvelike olakšalo metodu razgovora i intervjuja.

Ovom temom bavio se samo mali broj povjesničara od kojih je najkonkretniji bio pulski povjesničar Igor Duda. On se u svoje dvije knjige dotakao svih segmenata važnih za razumijevanje odnosa zapadne kulture i Jugoslavije. Od ostale dostupne literature najčešći su radovi onih autora koji su se ovom tematikom bavili sa sociološkog stajališta.

Osim knjiga, korišteni su i pojedini novinski članci koji su govorili o određenoj tematici. Prije svega, to su bili časopis VUS i SAM iz Sveučilišne knjižnice u Rijeci te Lički Vjesnik u Državnom arhivu u Gospiću. Poslužili su kao odličan prikaz odnosa tadašnjega tiska prema novitetima koji su sa Zapada dolazili na prostor Jugoslavije.

Metodom razgovora, na koju se rad najviše oslanja, došlo se do brojnih saznanja o načinu života sugovornika u Jugoslaviji i o njihovim doticajima s pogodnostima koje su dolazile sa Zapada. Razgovori su potkrijepljeni nekim drugim izvorima, kao što su arhivska građa i razni novinski članci, no to je dosta oskudno s obzirom da je ovaj dio Like dosta loše popraćen pisanim materijalima. Zbog toga je glavno usmjerenje bila upravo metoda razgovora s više ljudi koji su onda mogli potvrditi ili opovrgnuti priču koju je netko drugi ispričao. Metodom razgovora iz prve se ruke doznaju informacije o načinu života u to vrijeme u Jugoslaviji te je na temelju toga lako dočarati kako je to zapravo izgledalo. Sa sugovornicima je razgovarano o svim bitnijim stvarima na koje je mogla utjecati zapadna kultura.

Tako se razgovaralo o senzacionalističkoj pojavi prvih televizora na prostoru Kosinja, koji su kod stanovnika izazvali začuđujuće reakcije prema novoj tehnologiji s kojom se prije nisu imali prilike susretati. Razgovaralo se također o postojanju, nazovimo ga tako, „seoskog kina“ koje su mogli imati upravo zahvaljujući snalažljivosti stanovnika Kosinja. Prepričavali su kakvo je uzbuđenje bilo prvi put gledati neki film na velikom platnu što je autoru rada bilo

potpuno nezamislivo s obzirom da je odrastao u vremenu u kojem je kino sasvim normalna pojava. Također je zanimljiv fenomen strane glazbe o kojoj su sugovornici pričali. Podneblje u kojem se slušala samo narodna glazba ostaje iznenađeno pojavom „čupavaca“ koji sada umjesto klasičnog plesa u paru počinju tresti glavama kao da ih trese struja. Još više iznenađuje njihov stil odijevanja koji se kosio sa svime dosad viđenim i prihvaćenim, a nadasve glazba koja je bila na stranom jeziku i nitko je nije razumio. Dotaknuta je i tema čitanja raznih časopisa koji su se nudili na mjestima popularno zvanima „trafikama“. Sugovornici su kazivali o načinu na koji su čitali i kupovali razne časopise i koji su to bili kriteriji da se odluče baš za neki određeni časopis. Razgovorom smo došli i do načina uređenja kupaonice koja je za to vrijeme bila nezamisliva na selu te smo objasnili reakcije koje je ona izazivala, kako kod ostalih, tako i kod samih ukućana. Kupovina automobila je bila nezaobilazna tema kada se govori o zapadnoj kulturi. Razgovorom se došlo do saznanja na koje se načine kupovao automobil i s kojim razlogom. Je li automobil bio samo prijevozno sredstvo ili je bio statusni simbol koji je izazivao divljenje suprotnog spola? Na kraju je obrađena tema putovanja u inozemstvo. Sugovornici su pripovijedali o svome putovanju u kapitalističku oazu koju su posjećivali svi Jugoslaveni, o stvarima koje su se kupovale i koliko često su se odlučivali na takav pothvat.

Metoda usmene povijesti ili *oral history* pokazala se kao pouzdan i iscrpan izvor zanimljivih informacija iz prve ruke, a uključuje i posebnu emotivnu komponentu kakvu nemaju druge istraživačke metode. Sve podatke iz literature, iz arhivskih, novinskih i internetskih izvora, sugovornici su potpuno potvrdili i nadopunili svojim sjećanjima na specifične i rijetke prizore iz toga vremena. Pokazalo se da je metodu usmene povijesti, zbog njene atraktivnosti i iscrpnosti dobivenih informacija, potrebno što češće koristiti, tim više što je često nepravedno zanemarena i potiskivana od mnogih povjesničara.

## Literatura

**Bilandžić**, Dušan, *Hrvatska moderna povijest*. Golden marketing, Zagreb, 1999.

**Dijanić**, Dijana., Merunka-Golubić, M., Niemčić, I., Stanić, D., *Ženski biografski leksikon: Sjećanje žena na život u socijalizmu*. Centar za ženske studije, Zagreb, 2004.

**Duda**, Igor, *U potrazi za blagostanjem: O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*. Srednja Europa, Zagreb, 2005.

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

**Martinić**, Tena, *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*. „Informator“, Izdavačka kuća, Zagreb, Masarykova 1, 1977.

**Mirković**, Igor, *Sretno dijete*, Fraktura, Zagreb, 2004.

## Arhivski izvori:

### Fondovi iz Državnog arhiva u Gospiću:

*Centar odgoja i usmjerenog obrazovanja „Nikola Tesla“ Gospić:*

HR-DAGS-148 (1976-1993.)

*Đački dom, Gospić:*

HR-DAGS-202 (1945-1990.)

*Osnovna škola Anž Frankopan, Kosinj:*

HR-DAGS-198 (1900-1985.)

*Novinsko-informativna ustanova „Lički Vjesnik“ Gospić:*

HR-DAGS-199 (1976-1991.)

### **Novinski izvori:**

Lički Vjesnik (1976-1991.)

VUS (1970-1979.)

SAM (1975-1986.)

### **Internetski izvori:**

**Cupek Hamili**, Mirjana [online] *Arhivistika i usmena povijest*, 2002;  
<http://hrcak.srce.hr/9105>, pregledano 11. prosinca 2014.

**Featherstone**, Mike [online] *Životni stil i potrošačka kultura*, 2001;

[www.ffzg.unizg.hr/kssd/casopis/.../mike....](http://www.ffzg.unizg.hr/kssd/casopis/.../mike....) , 14. prosinca 2014.

**Janjetović**, Zoran [online] *Zabavna štampa u socijalističkoj Jugoslaviji*, 2011;

<http://hrcak.srce.hr/file/162816>, pregledano 11. prosinca 2014.

**Obadić, Ivan** [online] *Varaždin je 1970-ih mogao postati sveučilišni grad. Razgovor s prof. emeritus Franjom Ružom*, 2011; [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=127174](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=127174), pregledano 11. prosinca 2014.

**Orlić, Olga** [online] *Kako metodu usmene povijesti / oral history uklopiti u muzejsku izložbu?*, 2006; <http://hrcak.srce.hr/file/43468>, pregledano 11. prosinca 2014.

## Prilozi – tablice

Tablica 1. *Spolna struktura čitatelja*

	Sportske novosti	Arena	Studio	Svijet	Vikend
Muškarci	91,9%	33,6%	36,0%	5,4%	29,2%
Žene	8,1%	66,4%	64,0%	94,6%	70,8%

Tablica 2. *Postotak čitateljske publike prema stupnju obrazovanja*

	Sportske novosti	Arena	Studio	Svijet	Vikend
(ne)završena OŠ	21,9%	46,9%	32,6%	25,4%	23,6%
(ne)završena SŠ	58,6%	46,2%	51,0%	53,5%	57,9%
(ne)završena viša i visoka škola	18,6%	6,4%	15,2%	21,1%	18,4%
Bez obrazovanja	0,9%	0,5%	1,2%	-----	0,1%

Tablica 3. Raširenost pojedinih kućanskih pomagala 1968.

Prosječna 100 kućanstva	Hrvatska: ukupno	Hrvatska: nepoljoprivredna radnička kućanstva	Engleska i Wales	SAD
Hladnjak	30,8	62,2	50,7	99,8
Perilica rublja	14,4	34,3	62,0	90,8
Ušisivač	18,4	44,3	83,0	89,1
Radio	74,5	94,0	93,2	99,7
Televizor crno-bijeli	31,5	65,7	92,4	98,5
Televizor u boji	-----	-----	0,6	38,2

Tablica 4. *TV-odašiljači*

Program	Odašiljač	Kanal	Kvaliteta slike
TV Zagreb I.	Labištica	4	Vrlo dobra
TV Zagreb I.	Biokovo	9	Dobra
TV Zagreb I.	Vidova gora	11	Dobra
TV Zagreb II.	Labištica	23	Dobra
TV Zagreb II.	Biokovo	41	Zadovoljavajuća
RAI I.	Monte Sambuco	14 (10)	Slaba sa šumom
RAI II	Monte Sambuco	27	Slaba sa šumom



## Prilozi – slike

Slika 1. *Roto-romani*



Slika 2. *Centar odgoja i usmjerenog obrazovanja "Nikola Tesla", Gospić*



Slika 3. *Đački dom u Gospiću*



Slika 4. Indeks Marije Delač, rođene Majnarić



Slika 5. Stari hotel u Gospiću



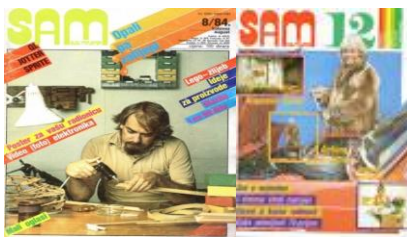
Slika 6. Stripovi



Slika 7. Zanussi Končar perilica rublja



Slika 8. Časopis Sam svoj majstor



Slika 9. Sušilo za kosu- Iskra



Slika 10. Aparat za brijanje- Braun Iskra



Slika 11. Računalo Sinclair ZX 81



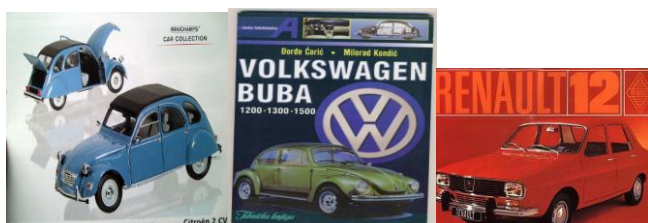
Slika 12. Računalo ZX Spectrum



Slika 13. Zastava 750 – fičo



Slika 14. Citroen 2 CV, Volkswagen 1300, Renault 12



Slika 15. *Jugo 45*



Slika 16. *RIZ TV 221*



Slika 17. *Prvi automobil Vukašina Munjasa (Ford Capri)*



Slika 18. *Vukašin Munjas ispred hotela Lika*



Slika 19. *Kolona automobila na seoskoj svadbi*



Slika 20. *Uobičajeni stil odijevanja mladeži u Jugoslaviji (traper i kožna jakna)*



