



Lea Horvat (Zagreb, 1990), apsolventica je komparativne književnosti i povijesti umjetnosti na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Trenutačno se nalazi na studijskom boravku na Odeljenju za istoriju umetnosti Filozofskog fakulteta u Beogradu. Područja njezina interesa jesu: ženska popularna kultura, popularna kultura u Jugoslaviji, 1960-e, feminizam, društvena povijest umjetnosti, vizualnost svakodnevice.

Lea Horvat

Figura domaćice u šezdesetima:
knjiga za svaku ženu

DOMAĆICA – NEVIDLJIV SUBJEKT U ANALIZAMA POPULARNE KULTURE

Pozicija domaćice, svakodnevni neplaćeni rad koji je pozadinski mehanizam zaslužan za uredno funkcioniranje društva na mikrorazini, često ostaje nevidljiva u analizama popularne kulture. Nakon II. svjetskog rata na Zapadu počinje val neotradicionalizma u kojem se ženu nastojalo vratiti iz privremene uloge proizvođačice (rad u tvornicama u razdoblju rata) u onu potrošačice, ali uz zadržavanje slične strukture obilježene proizvodnom logikom, zbog čega se pojedini elementi organizacije kućanstva nerijetko uspoređuju s tvornicom.¹ Šezdesete godine XX. stoljeća u kapitalističkim zemljama Zapada obilježava preklapanje različitih društveno-političkih silnica koje bitno utječu na redefiniranje koncepta domaćice. S jedne strane, glasan feminizam drugog vala protestira protiv raznolikih vidova opresije žena, poput asimetrične, patrijarhalne raspodjele kućanskih poslova i rodnih uloga u obitelji, a, s druge strane, subkulturni pokreti i seksualna revolucija nagrizaju prešutno prihvaćene ženske uloge. U to vrijeme dolazi i do eksplozije popularnokulturnih medija (časopisa, radijskih programa, televizije) i tehničkih aparata koji također utječu na promjene u figuri domaćice: prvi intenzivnom proizvodnjom (preskriptivnih i deskriptivnih) reprezentacija domaćice, a potomji skraćivanjem i pojednostavljanjem procesa obavljanja kućanskih poslova.

¹ Angela Partington, "The Designer Housewife in the 1950s", u: *A View from the interior: feminism, women, and design*, Women's Press, London, 1988, str. 207.

Socijalističke pak zemlje u teoriji kontinuirano inzistiraju na deklarativnoj ravnopravnosti spolova, planskom gospodarstvu i odupiranju konzumerističkim tekovinama. U tom se svjetlu može tumačiti i ideološka startna pozicija Jugoslavije u poraću: nakon uvođenja općeg, rodno nediskriminativnoga prava glasa 1945. godine, potiče se ravnopravno sudjelovanje obaju spolova u izgradnji nove Jugoslavije.

Kontekst socijalističke Jugoslavije u 1960-ima pozicija je trećeg puta, pregovaranja između kapitalističkoga i socijalističkoga društveno-političkog paketa.² U tom se procjepu otvara prostor za interakciju strategija (institucionalno planiranih načina korištenja objekata i društvenih shema) i taktika (individualnih, alternativnih, a katkad i subverzivnih uporaba strategija):³ dolazi do čudnovatog spoja zapadnjačkog konzumerizma (kapitalizma) i socijalizma, kupovine i proizvodnje, tradicionalnih i modernih rodni uloga, a te se promjene i napetosti jasno mogu pratiti u aspektu domaćice. Deveto izdanje *Knjige za svaku ženu* (1962), popularnog priručnika za vođenje domaćinstva koji je doživio niz izdanja od 1950-ih do 1980-ih, prateći tako redefinicije pojma kućanice i njezinih zadaća, poslužiti će kao indikator onodobne strukture osjećaja⁴ i, na kontrastnoj podlozi ženskog časopisa *Svijet* koji je izlazio u isto vrijeme, pružiti će, iz feminističke, popularnokulturne i kulturnostudijske perspektive, uvid u kompleksnu funkciju domaćice u obitelji, ali i u društvu.

² Usp. Igor Duda: *U potrazi za blagostanjem: o povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb, 2005; Radina Vučetić: *Koka-kola socijalizam: Amerikanizacija jugoslavenske popularne kulture šezdesetih godina XX veka*, Službeni glasnik, Beograd, 2012.

³ Michel de Certeau, "Strategije i taktike", u: *Invenција svakodnevice*, Naklada MD, Zagreb, 2003, str. 90–91.

⁴ Raymond Williams, "Analysis of Culture", u: *The Long Revolution*, Penguin, Harmondsworth, 1965, str. 64.

POGLED IZ KUHINJE: DOMAĆICA I OBITELJ, DOMAĆICA I DRUŠTVO

Svijest o mnogobrojnim ulogama koje akumulira pojam domaćice artikulirana je već u dionici parateksta *Knjige za svaku ženu*,⁵ sive zone između teksta i konteksta – na naslovnici, gdje se popisuje skup djelokruga obuhvaćenih knjigom (domaćica, kuharica, krojačica, vezilja, majka, odgojiteljica, čuvarica zdravlja, njegovateljica), te u ilustracijama u unutrašnjosti korica (sl. 1), raznim kompozicijski lebdećim predmetima koji se povezuju s pojedinim aspektima domaćice (stroj za mljevenje mesa, sito, cvijeće, djeca, domaće životinje itd.). Odsutnost centralne, unificirajuće perspektive koja bi te elemente smjestila u koherentan sustav također se može interpretirati kao pokazatelj česte nespojivosti pojedinih uloga, njihovih unutarnjih proturječja. Ta se heterogena koncepcija domaćice nastavlja i u prvom poglavlju, "Ekonomici domaćinstva", koje domaćicu definira kao "tucet raznih zanimanja spojenih u jednoj osobi".⁶ Shvaćanje domaćice kao svojevrsnog "nadzanimanja" te odvajanje od pojma kućanice koji isključuje radni odnos izvan prostora doma odražava intrigantnu diskurzivnu napetost između privatnog i javnog, obitelji i društva.

Sfera doma, uvriježeno poistovjećivana s individualnim, intimnim, privatnim, u duhu je socijalističke ideologije bitno premrežena društvenim interesima i idealom boljitka države kojem služe manje društvene jedinice, prije svega obitelj: tekst je prožet socijalističkim idealima poput ideje napretka, visoke valorizacije teškog, poštenog rada i žrtvovanja za dobrobit države.⁷ Uvodno poglavlje dobiva prizvuk manifesta, a smje-

⁵ Gerard Genette, "Introduction", u: *Paratexts: thresholds of interpretation*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001, str. 2.

⁶ Drago Chloupek (ur.), *Knjiga za svaku ženu*, Znanje, Zagreb, 1962, str. 5.

⁷ Blanka Tivadar, Andreja Vezovnik, "Cooking in Socialist Slovenia: Housewives on the Road from a Bright Future to an Idyllic Past", u: *Remembering Utopia: The Culture of Everyday Life in Socialist Yugoslavia* (ur. Breda Luthar i Maruša Pušnik), New Academia Publishing, Washington, 2010, str. 380.

štanje ekonomskih pitanja na sam početak knjige ima određenu snagu koja proizlazi iz strukturne organizacije, pa su tako gospodarski odnosi postavljeni kao nulti okvir za promatranje konstrukta domaćice. Domaćinstvo se poistovjećuje s malom državom koja ima “svoju ‘nutarnju’ i svoju ‘vanjsku’ politiku, prosvjetu, rad i financije”,⁸ a njegova se važnost u društvenoj strukturi očituje u oblicima potrošnje – prepoznaje se ključna uloga domaćice kao potrošačice koja najčešće odlučuje o kupovini potrepština za vođenje kućanstva: “Kakva će se roba kupovati – a koja će ležati u magacinima neprodana godinama – o tome odlučuje domaćica, dakle žena s metlom i kuhačom!”⁹ Važnost upravljanja domaćinstvom iz državne perspektive potvrđuje se i uvođenjem predmeta *Domaćinstvo* u nastavni kurikulum, čime ono na još jedan način izlazi iz okvira doma i postaje vidljivo u obrazovnome sustavu.

Iako se deklarativno ističe ravnopravnost spolova i kritizira uvriježeno vjerovanje da je vođenje kućanstva samo ženski posao, već i sam naslov, koji reducira ciljanu publiku na cjelokupni ženski rod, jasno isključuje mušku populaciju i oponira takvu stavu, sugerirajući rodno obilježeno vođenje kućanstva i predlažući podjelu zaduženja u patrijarhalnom duhu prema kojoj žena preuzima brigu za prehranu, čišćenje i popravke obuće i odjeće, a muškarca zapadaju drva, mediji i tehnika (novine, radio), štednja i školarina.¹⁰ Isto tako naglašavaju se razlike između dječaka i djevojčica, koji se proglašavaju ravnopravnima, ali različitima. Rodna neravnopravnost detektira se i u samom priručniku kao negativna pojava u društvu, a objašnjava se kao atavistički preostatak prethodnog društvenog uređenja: “Ipak, položaj naših žena a i djece, nije u svim našim krajevima u stvarnosti uređen, kako to naša zajednica želi, jer se nekadašnja natražna shvaćanja ne mogu ukloniti u tako kratkom vremenu.”¹¹

⁸ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 5.

⁹ *Ibid.*, str. 6.

¹⁰ *Ibid.*, str. 9.

¹¹ *Ibid.*, str. 486.

Državni se utjecaj u pitanjima domaćinstva manifestira i u diskurzivnim obilježjima teksta: dominiraju imperativi, zapovjedan, autoritativan ton i usklične rečenice, a, s druge strane, javlja se i neosobni ton koji izbjegava direktno obraćanje domaćici (ponavljanje “ona mora”) i teži apsolutnom važenju. Iste su funkcije i grafički podebljanih imperativa (2. lice jednine) na kraju pojedinih odlomaka koji odrješito ponavljaju ključne dijelove lekcije, posebno u dijelovima koji se tiču higijene i zdravlja – primjerice “Pamti: tko gradi nužnik štiti zdravlje”.¹² Tekst često na mjestu adresata pretpostavlja konzervativnu, sumnjičavu kućanicu koju treba privesti modernizaciji, što je posebno karakteristično za pedesete godine 20. st.,¹³ ali je široko primjenjivo i na ovaj priručnik, dijelom zbog fokusa na ruralnu sredinu u koju tekovine moderniteta stižu nešto sporijim tempom. Dok je u godinama neposredno nakon Drugoga svjetskog rata zadaća edukacije o vođenju domaćinstva bila u djelokrugu AFŽ-a,¹⁴ u pedesetima, a osobito u šezdesetima prosvjetiteljski projekt u kontekstu kućanstva sve izrazitije preuzimaju masovni mediji (ženski časopisi i priručnici). U tom su smislu simptomatični brojni diskurzivni signali poput formulaičnih strategija uvjeravanja koje imaju dvočlanu antitetičku strukturu: započinju navođenjem skeptičnih, tradicionalnih, nepovjerljivih stavova (“neki”, “još mnogi”, “uvriježeno je”) koji se zatim demantiraju pozivanjem na tekovine socijalizma (s ideologijom suprotstavljenom zaostalosti prethodnoga sustava), znanosti i napretka. Didaktični, tendenciozni moment signalizira se već izborom liječnika Drage Chloupeka, stručnjaka za socijalnu medicinu i edukaciju širih društvenih slojeva koji je snimao i edukativne dokumentarce u okviru Škole narodnoga zdravlja, za glavnog urednika.¹⁵ Tako se postulira komponenta prosvje-

¹² *Ibid.*, str. 62.

¹³ Tivadar, Vezovnik: nav. dj., str. 387.

¹⁴ Dijana Dijanić et. al., *Ženski biografski leksikon. Sjećanje žena na život u socijalizmu*, Centar za ženske studije, Zagreb, 2004, str. 59.

¹⁵ Zoran Tadić: “Zaboravljeni Chloupek”, *Vijenac* br. 279, Zagreb, 2004.

ćivanja, edukacije i formiranja “napredne žene”,¹⁶ uzorne članice socijalističkoga društva, kao bitan podtekst priručnika. Težnja kolektivizmu manifestira se u posezanju za prvim licem množine (“Ne dajmo društvu rđave, štetne ljude”),¹⁷ čime se potiče osjećaj zajedništva i odgovornosti prema socijalističkom društvu.

Dok se iz (neo)marksističke teorijske perspektive najviše pozornosti pridaje javnom aspektu, drugi je pol onaj usmjeren na privatne uloge žena u svakodnevi, poput aspekata majčinstva i ženstvenosti. Glavna je poželjna i ohrabrivana karakteristika bila umjerenost i ukus, u duhu racionalizacije i naglašavanja veze između razumnosti i ideološke podloge; pod geslom “umjerenost, ali redovito”¹⁸ odbacivalo se svako napadno odijevanje i šminiranje, ali se istovremeno poticala potrošnja kozmetičkih preparata i težilo spajanju praktičnosti i ženstvenosti. I u tom se području balansiralo između dvaju polova – dugogodišnje ruralne narodne tradicije i modernističkih noviteta: tretmani na bazi rakije, balkanske panaceje, u kontrastu su s kremama proizvedenima u modernoj kozmetičkoj industriji.¹⁹ Kao jedan od punktova za sondiranje konstrukta ženstvenosti može poslužiti poglavlje o odjeći: u tom je periodu glavna rodna distinkcija bila par suknja – hlače. Kao što ističe jedna od intervjuiranih žena u *Ženskom biografskom leksikonu*, na radnim akcijama hlače nisu bile odobravane kao ženska odjeća.²⁰ *Knjiga za svaku ženu* uglavnom se zadržava u okvirima tradicije pročišćene funkcionalnošću i praktičnošću, uz dopuštanje budućega razvoja koji bi djelovao unificirajuće, demontirajući tako rodne razlike: “A što će više prevladavati mehanizacija u našoj poljoprivredi, sve će više žena i na selu nositi takvo radno odijelo.”²¹

¹⁶ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 290.

¹⁷ *Ibid.*, str. 253.

¹⁸ *Ibid.*, str. 475.

¹⁹ *Ibid.*, str. 476.

²⁰ Dijanić *et. al.*: nav. dj., str. 114.

²¹ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 78.

Uloga majke također je naglašeno obojena osjećajem dužnosti prema državi i odgovornosti za odgoj cjelovita, uzorna jugoslavenskoga građanina. Kolektivizam se osnažuje predodžbama o homogenom majčinskom instinktu: “Nema majke, koja ne osjeća zadovoljstvo, kad sama za svoje dijete šije prve košuljice, pelene i rublje za kolijevku.”²² Pozicija majke najizrazitije je naturalizirana: tekstualnim strategijama kolektivizacije subjekata kao što su “sve žene”, “svaka majka”, “rijetko koja iznimka” majčinski se instinkt ustoličuje kao normalna, prirodna, urođena pojava tipična za ženski rod.

MODERNIZACIJA NA TRADICIONALAN NAČIN: TEHNIKA U KUĆI

U šezdesetim godinama XX. stoljeća kućanstvo se na valu procvata industrije i rasta kupovne moći sve češće ispunjava novim proizvodima koji skraćuju vrijeme obavljanja kućanskih poslova te istovremeno potiču razvoj industrije. Govoreći u Calinescuovim terminima, pragmatički modernitet postaje sve masovniji. Period između 1961. i 1965. godine obilježila je najintenzivnija modernizacija domaćinstva.²³ O tome je svjedočila i većina žena intervjuiranih za *Ženski biografski leksikon*: iako se neke prisjećaju i pojedinih elemenata tehničke opreme u 1950-ima, tehnika u šezdesetim godinama XX. stoljeća masovnije ulazi u većinu kućanstava, posebno u vidu televizora, hladnjaka ili perilice rublja.²⁴ Uredaji poput hladnjaka, električnog miksera i usisavača, ruku pod ruku s novim materijalima (plastika), postaju sve uobičajeniji elementi opreme kućanstva i premještaju se iz kategorije luksuza u kategoriju potrebe,²⁵ a ženski časopisi i priručnici preuzimaju ulogu

²² *Ibid.*, str. 116.

²³ Duda: nav. dj., str. 65.

²⁴ Dijanić *et. al.*: nav. dj., str. 110.

²⁵ Duda: nav. dj., str. 67.

popularizacije, propagande, ali i educiranja o pravilnom načinu uporabe tehničkih novina. Paradigmatski je primjer takve strategije prosvjećivanja uvođenje hladnjaka u domaćinstvo u *Knjizi za svaku ženu*: “Svakom je domaćinstvu potreban hladnjak (frižider). Oni se proizvode u našoj zemlji i dobiju se na otplatu”.²⁶ Izjavni način rečenice ostavlja dojam neupitne potrebe, a objašnjavanje termina u zagradi upućuje na relativnu novost hladnjaka na tržištu i na eksplikativnu, edukativnu funkciju teksta. Mogućnost obročnog plaćanja moment je pregovaranja s financijskim mogućnostima, koje kaskaju za tehnološkim novitetima. Kućanski aparati djelomice pripadaju i državnoj interesnoj sferi: potiče se kupnja domaćih proizvoda, a time posredno i industrijalizacija države. Članak “Poznajete li svoj frižider?”²⁷ u *Svijetu* iz iste godine na osjetno se konkretniji način bavi hladnjakom, pa tako čitateljima nije potrebno objašnjavati o kakvu je uređaju riječ, već se njihovo znanje nadograđuje dodatnim savjetima o rasporedu namirnica po pojedinim policama. Dok *Knjiga za svaku ženu* funkcionira kao nagovor na kupnju, *Svijet*, pretpostavljajući postojanje hladnjaka u domaćinstvu, odražava korak dalje u konzumerizam.

U apologiji tehnologije naziru se elementi modernističkoga dizajna i strukture osjećaja u kojoj je projekt tehnološkog modernizma ugrađen u socijalistički ideal, a funkcionalizam nipošto nije neutralan i objektivan koncept.²⁸ U tom su smislu indikativni dizajn interijera (kuhinje) i kućanskih aparata u tradiciji međuratne frankfurtske škole dizajna, temeljene na ideji *Existenzminimuma*, efikasnosti, napretka i higijene, te modernističke vizije kuće kao stroja za stanovanje koji odašilje poruku o funkcionalnosti, progresu (usporedba nekad – sad koja ima političke konotacije, ali i odgovara duhu modernizma orijentirana na budućnost) i uštedi vremena. Usprkos zasada-

²⁶ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 41.

²⁷ *Svijet*, br. 8, Zagreb, 1962.

²⁸ Partington: nav. dj., str. 213.

ma modernosti, u reprezentacije modernoga načina života i dalje se neizostavno upisuje figura domaćice: kućanski su poslovi, koliko god bili usavršeni, i dalje sfera ženskoga rada, u prikazima modernih kuhinja redovito se pojavljuje i ženski lik (sl. 2), čime se naturalizira veza žena i kućanskih poslova. Kako kućanstvo eksplicitno postaje interesna sfera državnoga gospodarstva, upadljivo izostaje kritičnost prema novim napravama, materijalima i proizvodima, a edukativni je ton kombiniran s reklamnim (uz eksplicitno navođenje konkretnih robnih marki), ističući moment uštede vremena i napretka. Ta se tendencija može jasno vidjeti u diskurzivnom oblikovanju deterdženta: ta “najnovija sredstva za čišćenje”,²⁹ u Jugoslaviji posebno popularna od masovne pojave sintetičkih materijala 1950-ih godina,³⁰ prezentiraju se isključivo u pozitivnom svjetlu kao proizvodi koji “oduzimaju domaćici veliki dio onih napora, koji su bili vezani za starinski način pranja (...): skratit ćete vrijeme, znatno smanjiti trud i sačuvati ruke”.³¹ Uz opis noviteta navode se i imena robnih marki u državnoj proizvodnji – *Plavi Radion* i *D. D. Kutrlin*.

Strukturiranje vremena provedenog u obavljanju kućanskih poslova tako se preslikava iz organizacije radnoga vremena, a vuče podrijetlo iz formata radnog dana ustanovljenoga u XIX. stoljeću: dan je podijeljen na trećine (radno vrijeme, slobodno vrijeme, san), svaka traje osam sati, a slobodno je vrijeme prostor u kojem se odvija neplaćeni, nevidljivi ženski rad – “pomoćna radna pasivnost”.³² Uzrok te nevidljivosti djelomice je i u naravi kućanskih poslova: “Dok kuhamo – stvaramo, a dok pospremamo – stavljamo stvari na prvobitno mjesto kao da se

²⁹ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 162.

³⁰ Ksenija Katalinić, “Kućanski aparati i naprave od kraja 19. stoljeća do potrošačkog društva u Hrvatskoj”, u: *Ab, ti kućanski poslovi!* (ur. Ksenija Katalinić, Radmila Biondić, Marina Vinaj), Muzej Slavonije, Osijek, 2009, str. 12.

³¹ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 163.

³² Mirjana Adamović, “Dosezi vanjske moći”, u: *Žene i društvena moć*, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2011, str. 113.

ništa nije dogodilo”.³³ Iz perspektive feminističkoga marksizma žene se tumače kao rezervna radna snaga, a rodna se opresija nužno povezuje s klasnom nejednakošću.³⁴ Položaj domaćice često se interpretira metaforama rada: njezino kretanje i aktivnosti u kućanstvu preračunavaju se u energiju i prevode u “pravi”, plaćeni rad (sl. 3), čime se neizravno događa i svojevrsan pomak u detektiranju neplaćena rada. Strukturiranje radnog dana kućanice analogno radnom danu u tvornici u funkciji je osnaživanja postojećeg sustava i povećavanja produktivnosti usmjerenih na aspekt proizvodnje.³⁵ Inzistiranje na uštedi vremena i suvremenim tehničkim dostignućima također ojačava tu tendenciju. Politika SFRJ poticala je zapošljavanje žena (uglavnom u tvornicama) i deklarativno gorljivo zagovarala rodnu ravnopravnost, promovirajući je kao socijalistički projekt,³⁶ što *Knjiga za svaku ženu* reflektira u poglavlju *Pravna zaštita majke i djeteta*, ali pitanje rodno obilježene podjele poslova u kućanstvu ostalo je gotovo netaknutim i implicitno se osnažuje brojnim prikazima žena u obavljanju kućanskih poslova. Preopterećenost žena raznolikim ulogama i dvostrukim radnim vremenom (u vidu kućanskih poslova kao druge, neplaćene smjene) pokušala se ublažiti skraćivanjem vremena potrebnog za obavljanje kućanskih poslova (industrijski proizvedena (polu)gotova hrana, električni kućanski aparati), u čemu se donekle uspelo, te broj radnih sati u domaćinstvu opada od 1960-ih do 1980-ih.³⁷

Osim promocije proizvoda nacionalne prehrambene industrije i industrije bijele tehnike, križanje ideja tehničkoga

³³ Katalinić: nav. dj., str. 4.

³⁴ Adamović: nav. dj., str. 116.

³⁵ Dorothy Hobson, “Housewives and the mass media”, u: *CCCS Selected Working Papers, vol. 2* (ur. Ann Gray, Jan Campbell, Mark Erickson, Stuart Hanson, Helen Wood), Routledge, London – New York, 2007, str. 305.

³⁶ Adamović: nav. dj., str. 119.

³⁷ Rosemary Crompton, “Households, domestic work, market work and happiness”, u: *Employment and the family: the reconfiguration of work and family life in contemporary societies*, Cambridge University Press, Cambridge, 2006, str. 141.

moderniteta i socijalističke ideologije jest i afirmacija novih, umjetnih materijala koji pojavnošću odražavaju modernost, a ekonomski su pristupačni i u socijalističkim okvirima. Paradigmatički su primjer plastika i razna umjetna vlakna koja su našla široku primjenu i postala karakterističnim znakovima prepoznavanja socijalističkoga moderniteta.³⁸ U *Knjizi za svaku ženu* to je najvidljivije u paragrafu koji se bavi tkaninama i koji naglašava njihov širok asortiman, isključivo pozitivna svojstva (“Orlon je vrlo čvrst, podatan i ugodan”),³⁹ ali i vezu s tradicionalnim materijalima (“Po izgledu su umjetna svila i umjetna vuna slične prirodnim vlaknima”),⁴⁰ da bi ih se približilo skeptičnom čitateljstvu što se manifestira već i u njihovim imenima: prezentiraju se kao svojevrsan nadomjestak za prirodna vlakna, ali istovremeno se uvode i noviteti (lanital, tiolan, najlon, orlon, perlon, dnyel).

Još je jedan aspekt modernizacije ubrzana promjena u omjeru seoskog i gradskog stanovništva: posljedica je ubrzane industrijalizacije pojačan intenzitet migracija iz sela u grad, a skokovite promjene dovele su do hibridnog stanja, često paradoksalnog spoja ruralnog i urbanog, novog i starog. Film Zvonimira Berkovića *Moj stan* (1962) zorno prikazuje urbane transformacije Zagreba, monumentalne socijalističke arhitektonske projekte točkasto zabodene u još uvijek dominantno ruralnu prostornu strukturu te ide u prilog tezi o radikalnijem razračunavanju socijalističke moderne s preostacima predindustrijskog društva nego što je to bio slučaj s modernom na Zapadu.⁴¹

Šav između urbanog i ruralnog te konflikt između raznovr-

³⁸ David Crowley, Susan Reid, “Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe”, u: *Style and socialism: modernity and material culture in post-war Eastern Europe* (ur. David Crowley i Susan Reid), Berg, New York, 2000, str. 9.

³⁹ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 70.

⁴⁰ Ibid., str. 70–71.

⁴¹ Boris Groys, “Povratak iz budućnosti”, u: *Učiniti stvari vidljivima: Strategije suvremene umjetnosti*, Muzej suvremene umjetnosti, Zagreb, 2006, str. 32.

snih ženskih uloga (majka, supruga, radnica, kućanica) posebice se jasno vidi u filmu Kreše Golika *Od 3 do 22* (1966) koji prati jedan dan u životu mlade zaposlene žene, od ustajanja na periferiji brzo rastućega Zagreba preko radnog dana u tvornici do povratka kući i brige za dijete. Film demontira teorijsku idealnu podjelu dana na trećine za rad, slobodno vrijeme i spavanje; filmska naracija ne ostavlja prostora ni za što osim za rad u životu dvadesetdvo godišnje Smilje Glavaš te otkriva još jednu pukotinu u na brzinu izgrađenu modernitetu. Dok je modernizacija javne sfere (industrijalizacija, urbana ekspanzija, širenje prometne infrastrukture) prodrla i u život Smilje Glavaš, aspekt organizacije kućanstva netaknut je tehničkim dostignućima ili pak idejom o rodnoj ravnopravnosti: u kući nema tekuće vode, rublje se pere ručno, u koritu, i vješa u dvorištu, a suprugovo je pojavljivanje gotovo fantomsko, izostaje moment njegova sudjelovanja u održavanju kućanstva, s tek minimalnom participacijom u odgoju djeteta. Osim materijalnih preduvjeta, u tom kućanstvu nedostaje i vremenski okvir (i mogućnosti ili želja) za konzumaciju popularnih sadržaja koji bi, među ostalim, proveli modernizacijski zadatak.

Smilja Glavaš ilustrira položaj većine onovremenoga stanovništva: usprkos nagloj urbanizaciji većina još uvijek živi na selu, gdje je dostupnost tekovina moderniteta upitna. *Knjiga za svaku ženu* također je dominantno orijentirana na ruralnu populaciju: sadrži poglavlja o, primjerice, peradarstvu, uzgoju svinja, radovima u vrtu, na kraju reklamira *Poljoprivredni savjetnik*, eksplicitno adresira seosko stanovništvo, često nepovjerljivo prema novitetima. Jednostavna, jeftina grafička sredstva, ilustracije i shematski prikazi (uglavnom crteži skicoznoga izgleda) više funkcionalne nego dekorativne prirode (sl. 4) te izostanak vizualnih priloga u boji elementi su koji snižavaju cijenu konačnoga proizvoda i čine ga dostupnim i siromašnjem, uglavnom seoskom stanovništvu.

Kao prepreka takvoj artikulaciji mogao bi se promatrati vizu-

alno raskošno opremljen časopis *Svijet*, u kojem su sadržaji od interesa za ruralnu publiku potpuno izostali. Većina časopisa otpada na mondene modne editorijale koji donose trendove iz prijestolnica mode poput Pariza i Londona, a segment koji se odnosi na domaćinstvo kvantitativno je mnogo skromniji, zastupljen uglavnom u stalnim rubrikama s receptima, praktičnim savjetima i krojevima. Dok su krojni arci u *Knjizi za svaku ženu* redom praktični odjevni komadi za svaki dan, *Svijet* uglavnom donosi urbanu modu neprikladnu za obavljanje svakodnevnih kućanskih poslova. Aspekt “uradi sama” više se odnosi na nošenje modela krojačici nego na njegovu izradu u kućnoj radinosti. Čak kad se i dotiče odjeće za kućanske poslove, rješava je u maniri modne piste, što odražavaju već naslovi članaka u *Svijetu* poput “Modna revija u 4 kuhinjska zida”.⁴²

KUPI/“URADI SAM(A)”

U 1960-ima jugoslavenski socijalistički režim izrazitije se otvara prema habitusima američkoga potrošačkog društva: jedan je od simptoma te promjene i pojava samoposluga koje se povezuju s rastom standarda, a onodobni ženski časopisi uglavnom ih prikazuju na fotografijama u kojima je žena (eventualno u pratnji djece) u ulozu kupca. Naličje konzumerizma je princip “uradi sam(a)”: uz gotove proizvode nude se i upute (krojni arci, kuharski recepti, upute za spremanje zimnice) kako u kućnoj radinosti proizvesti ono čega na tržištu još nema u širokom asortimanu ili što je financijski nedostupno većem dijelu stanovništva. “Uradi sama” može se tumačiti u još jednom ključu: kao perpetuiranje rodnog obilježavanja uloga – sav kućanski posao žena mora uraditi sama, ne računajući na pomoć supruge ili drugih ukućana. *Knjiga za svaku ženu* uvelike se može promatrati i kroz prizmu formata priručnika karaktera “uradi

⁴² *Svijet*, br. 10, Zagreb, 1962.

sama”, što je posebno očito u pogledu šivanja odjeće. Šivači se stroj smatra neizostavnim u kućanstvu, a knjiga sadrži upute za osnove šivanja svih bazičnih odjevnih predmeta (pregača, suknja, donje rublje...). Iako se šivanje može interpretirati kao kreativni odušak, trebalo bi ga primarno promatrati u svjetlu kompenzacije ograničenja tržišta. Također se ne preporučuje ni samostalna izrada kroja s obzirom na to da službeni format zadaje određene gabarite u kojima su detalji promjenjivi. Takvu tendenciju odražava i karakter vizualnih prikaza uz upute za šivanje: skicoznost i nedefinirana lica odražavaju tek labavo postavljanje okvira.

Drugi je paradigmatički moment načela “uradi sama” spremanje zimnice. Budući da asortiman nesezonskog voća i povrća nije bio osobito raznolik ni dostupan, zimnica je bila mjesto kompenzacije i snalaženja u danim okolnostima te je postala segment u koji se upisuju konotacije kućne atmosfere, domaćeg, tradicionalnog, nacionalnog specifikuma. Konzerviranje je važno i zbog pohranjivanja prehrambenih proizvoda, kao alternativa hladnjaku koji je još uvijek nedostajao u mnogim kućanstvima. Važnost zimnice u konstrukciji nacionalnog identiteta posebno se izdvaja u poglavlju posvećenom zimnici koje je obilježeno učestalim posezanjem za pridjevom “naš/a/e” koji sugerira postojanje kolektivnog identiteta; sličan trend odražavaju i redoviti sezonski članci u *Svijetu*, poput teksta Ive Lajtmana “Zimnica na jugoslavenski način” u kojem se sučeljavaju klasična i industrijska zimnica te se lobira za potonju, čime se, simptomatično, kao najčišći izraz nacionalnoga identiteta prepoznaje podupiranje domaće industrijske proizvodnje.⁴³

Nasuprot principu “uradi sama” pozicioniran je kapitalistički potrošački model kojemu je težište na potrošaču i njegovim potrebama te žudnjama. *Knjiga za svaku ženu* detektira sve veću važnost elemenata tržišnoga gospodarstva koji u 1960-ima sve izrazitije prodiru u socijalistički režim, koji pak ideo-

⁴³ *Svijet*, br. 16, Zagreb, 1966.

loški stavlja naglasak na proces planske proizvodnje, a ne na segment potrošnje. S potrošačkim zamahom javlja se i svijest o važnosti edukacije za potrošnju te ponovno uvođenje racionalističkih načela: “Kupovanje je vještina, koju treba i naučiti – i onda opet učiti. A zašto? Jer stalno pristižu novi materijali, nove sprave, a sve to treba upoznati prije nego što će ih čovjek kupiti.”⁴⁴ Iako se postavljaju temelji kritičke oštrice, ona je znatno otupljena činjenicom da reklame (za proizvode tvrtki u državnom vlasništvu) u knjizi supostojе s tekstom na način da mu semantički ne oponiraju. Tako je jezik reklame i priručnika upadljivo srodan, a konzumerizam prolazi kroz edukacijski, racionalizirajući, informativni filter.⁴⁵

SVAKODNEVICA NA TANJURU

Analiza najduljega dijela knjige, onoga posvećenog hrani – njezinu sastavu, uzgoju i pripremi – iz nekoliko je kutova indikativna za interpretiranje strukture svakodnevice ondašnjega društva. Prvi je element koji se ističe naglašavanje gradivne uloge hrane: tijelo se doživljava preko metafore stroja (analogno modernističkoj viziji kuće kao stroja za stanovanje), broj kalorija proporcionalan je s percipiranom vrijednošću hrane – izdvaja se kriterij kalorijske “hranjivosti” lišen suvremenih negativnih konotacija⁴⁶ (“Međutim, većina povrća nije toliko hranjiva, da bi moglo biti samostalna hrana. Samo neke vrste povrća su hranjive – i to su uglavnom mahunjače”).⁴⁷ Opasnost se vidi u nedostatnom unosu kalorija, a ne u drugoj krajnosti: problem debljine i ideal vitkosti spominju se tek u dijelu koji objašnjava kakva odjeća najbolje pristaje pojedinoj građi, ali nema

⁴⁴ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 14.

⁴⁵ Crowley i Reid: nav. dj., str. 11.

⁴⁶ Tivadar i Vezovnik: nav. dj., str. 392.

⁴⁷ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 342.

momenta valorizacije, izdvajanja poželjnih oblika ženskoga tijela. Graditeljski se zamah može detektirati u strukturi osjećaja 1960-ih u Jugoslaviji, razdoblju ekonomskoga procvata, intenzivne urbanizacije i brojnih građevinskih pothvata. Meso i mast prepoznati su kao ključni elementi koji daju snagu i gorivo za “građevinske radove” u organizmu.

Moment industrijski proizvedene (polu)gotove hrane također je indikativan za procvat industrije: novi se proizvodi na tržištu prezentiraju kroz prizmu uštede vremena, uz naglašeno shematičnu retoriku koja se sastoji od razuvjeravanja skeptičnih domaćica i afirmativnog odnosa prema industrijskom proizvodu. Ta je strategija jasno artikulirana na primjeru instantjuhe u kojem se tradicionalna sastavnica objeda, nerijetko i svečanije večere, spaja s modernim tehnologijama, a domaćicu se uvjerava u njezinu ravnopravnost s domaćom juhom, što se podupire (pseudo)znanstvenom argumentacijom i pozivanjem na neutralne, općenite, maglovito definirane termine ustaljeno vezane za znanost: “Kemijska analiza pokazuje da su industrijske juhe po kakvoći ravnopravne sa domaćim juhama, a da su često čak i vrednije”.⁴⁸ Sastavni je dio opsežne analize na čak tri stranice nabranje raspoloživih robnih marki, odnosno nedvosmisleno upućivanje korisnika na ponudu na tržištu. Takva agresivna komercijalna kampanja prehrambene industrije tipična je za pedesete i šezdesete godine, a potiče se i zahvalnost industriji jer je omogućila uštedu vremena, dok se kao alternativni model uštede vremena nikad ne pojavljuje ideja o muškom participiranju u kuhanju i poslovima oko njega.⁴⁹

Promotre li se поближе namirnice uporabljene u receptima, može se primijetiti da je njihov raspon relativno uzak (prvenstveno u segmentu začina – nabrojani su tek papar, paprika, luk, hren, cimet, klinčić, mažuran i senf),⁵⁰ s brašnom, šeće-

rom, masti i krumpirom kao bazom, što se kompenzira imenima jela s geopolitičkim odrednicama, nazivima prema narodima: uz jugoslavenske, domaće recepte (bosanski lonac, fileki na primorski) zastupljeni su i međunarodni primjeri (turska papazjanija, češke okruglice, ruska majoneza) među kojima se izdvaja Rusija, ali ipak ne tako izrazito kao što je to bilo prije 1948. godine i zahlađenja odnosa Jugoslavije i SSSR-a.

Knjiga za svaku ženu ima i edukacijsku ulogu u sferi kulinarstva – poučava mlade domaćice njihovoj novostečenoj ulozi (pravilna termička obrada, zdravlje), ali i razvija gastronomsku pismenost uvodeći strane kulinarske termine (*ragout*, *Eintopfgericht*). Egzotična, strana imena u kontrastu s jednostavnim izborom namirnica odražavaju jugoslavenski rascjep između “htjeti” i “moći” te taktike spajanja kapitalističke raznolikosti u danim materijalnim okvirima.

ZAKLJUČAK: FIGURA DOMAĆICE U KONTEKSTU JUGOSLAVENSKOG SOCIJALIZMA

Pozicija pregovora, treće struje, koju Jugoslavija zauzima u geopolitičkoj slici od 1948. godine u 1960-ima obilježena je jačim utjecajem zapadnjačke, kapitalističke orijentacije na potrošnju. Figura domaćice, naizgled apolitičan koncept, također je mjesto prelamanja dviju struja: ona spaja i/ili razdvaja tradiciju i modernost, ruralno i urbano, privatno i javno, potrošnju i načelo “uradi sam”. Specifikum jugoslavenskoga društvenog uređenja upravo je omogućavanje slobodnijeg posuđivanja semantema iz obaju polja, naizgled binarno postavljenoga Istoka i Zapada, pri čemu jugoslavenski primjeri potkopavaju postojanje monolitnih ideoloških blokova i mapiraju potencijalne analitičke ulaze.

Brojna mjesta ulaza javnoga u prostor privatnoga te načini njihova suživota pokazani su primjerima poput diskurzivnog

⁴⁸ *Ibid.*, str. 327.

⁴⁹ Tivadar i Vezovnik: nav. dj., str. 389.

⁵⁰ Chloupek (ur.): nav. dj., str. 328.

konstruiranja identiteta majke i dotjerane žene: esencijalno privatne sfere (majčinstvo, vlastiti izgled – tijelo) semantički se pune državnom važnošću, za što je paradigmatički primjer metafora tvornice, stroja, koja se često transponira u kućanstvo.

Tri vremenske perspektive naglašeno su različito kodirane: u prošlosti je smješten korijen svih negativnih procesa (klasna distinkcija, neravnopravnost spolova), sadašnjost je percipirana kao mjesto usavršavanja, a u budućnost se projiciraju utopijske vizije apsolutne jednakosti. Čak i u naizgled banalnom korpusu popularnih tekstova jasno se mogu iščitati konture pragmatičnoga, tehničkoga moderniteta, u ovom slučaju postavljena u dinamičan odnos s tradicijom: kroz figuru domaćice prelamaју se obje perspektive, što je čini reprezentativnim elementom za razumijevanje širih društvenih procesa.

PRILOZI



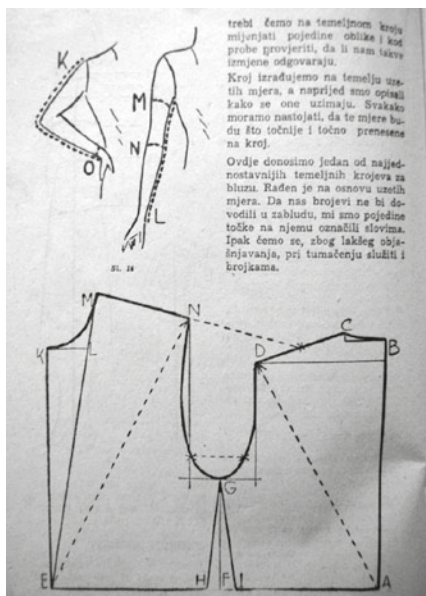
sl. 1 – *Knjiga za svaku ženu* (ur. Drago Chloupek), unutrašnjost korica, Znanje, Zagreb, 1962.



sl. 2 – *Svijet*, br. 8, str. 17, 1962.



sl. 3 – *Knjiga za svaku ženu* (ur. Drago Chloupek), str. 6, Znanje, Zagreb, 1962.



sl. 4 – *Knjiga za svaku ženu* (ur. Drago Chloupek), str. 86, Znanje, Zagreb, 1962.

BIBLIOGRAFIJA

Primarni izvori

Knjiga za svaku ženu (ur. Drago Chloupek), Znanje, Zagreb, 1962.

filmovi:

Zvonimir Berković: *Moj stan*, 1966.

Krešo Golik: *Od 3 do 22*, 1962.

časopisi:

Svijet, br. 8, Zagreb, 1962.

Svijet, br. 10, Zagreb, 1962.

Svijet, br. 16, Zagreb, 1966.

Sekundarna literatura

Adamović, Mirjana, “Dosezi vanjske moći”, “Usklađenost karijere s privatnim životom”, u: *Žene i društvena moć*, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2011.

de Certeau, Michel, “Strategije i taktike”, u: *Invenicija svakodnevice*, Naklada MD, Zagreb, 2003.

Crompton, Rosemary, “Households, domestic work, market work and happiness”, u: *Employment and the family: the reconfiguration of work and family life in contemporary societies*, Cambridge University Press, Cambridge, 2006.

Crowley, David, Reid, Susan, “Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe”, u: *Style and socialism: modernity and material culture in post-war Eastern Europe* (ur. David Crowley i Susan Reid), Berg, New York, 2000.

Dijanić, Dijana et. al., *Ženski biografski leksikon. Sjećanje žena na život u socijalizmu*, Centar za ženske studije, Zagreb, 2004.

Duda, Igor, “Životni standard i potrošačka kultura”, u: *U potrazi za blagostanjem: o povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb, 2005.

Genette, Gerard, “Introduction”, u: *Paratexts: thresholds of interpretation*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

Groys, Boris, "Povratak iz budućnosti", u: *Učiniti stvari vidljivima: strategije suvremene umjetnosti*, Muzej suvremene umjetnosti, Zagreb, 2006.

Hobson, Dorothy, "Housewives and the mass media", u: *CCCS Selected Working Papers, vol. 2* (ur. Ann Gray, Jan Campbell, Mark Erickson, Stuart Hanson, Helen Wood), Routledge, London – New York, 2007.

Katalinić, Ksenija, "Kućanski aparati i naprave od kraja 19. stoljeća do potrošačkog društva u Hrvatskoj", u: *Ah, ti kućanski poslovi!* (ur. Ksenija Katalinić, Radmila Biondić, Marina Vinaj), Muzej Slavonije, Osijek, 2009.

Partington, Angela, "The Designer Housewife in the 1950s", u: *A View from the interior: feminism, women, and design*, Women's Press, London, 1988.

Tadić, Zoran, "Zaboravljeni Chloupek", *Vijenac*, br. 279, Zagreb, 2004.

Tivadar, Blanka, Vezovnik, Andreja, "Cooking in Socialist Slovenia: Housewives on the Road from a Bright Future to an Idyllic Past", u: *Remembering Utopia: The Culture of Everyday Life in Socialist Yugoslavia* (ur. Breda Luthar i Maruša Pušnik), New Academia Publishing, Washington, 2010.

Vučetić, Radina, *Koka-kola socijalizam: Amerikanizacija jugoslovenske popularne kulture šezdesetih godina XX veka*, Službeni glasnik, Beograd, 2012.

Williams, Raymond, "Analysis of Culture", u: *The Long Revolution*, Penguin, Harmondsworth, 1965.

