

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Odsjek za povijest umjetnosti
Odsjek za komparativnu književnost
Zagreb, 5.6.2015.

Vizualne i tekstualne reprezentacije doma u jugoslavenskoj popularnoj kulturi 1960-ih

INTERDISCIPLINARNI DIPLOMSKI RAD

Mentorice:

dr. sc. Maša Grdešić, doc.

dr. sc. Lovorka Magaš Bilandžić, v. asist.

Studentica:

Lea Horvat

Sadržaj

1. Uvod.....	2
1.1. Kulturni i povijesni kontekst šezdesetih.....	2
1. 2. Tip <i>Plattenbau</i> i stambena arhitektura u Jugoslaviji šezdesetih.....	5
2. Teorijske perspektive, metode i izvori.....	10
2.1. Struktura rada.....	10
2.2. Teorijski okviri: interdisciplinarni pristupi (socijalističkoj) materijalnoj kulturi, kulturalni studiji i feministička teorija.....	11
2.3. Primarni izvori.....	17
3. Kako do stana?.....	22
4. Dnevni boravak.....	29
5. Kuhinja.....	43
6. Kupaonica.....	61
7. Dječja soba.....	67
8. Između privatnog i javnog: granične zone doma.....	77
9. Zaključak.....	84
<i>Zahvale</i>	88
<i>Prilozi</i>	89
<i>Primarni izvori</i>	96
<i>Literatura</i>	97

1. Uvod

1.1. Kulturni i povijesni kontekst šezdesetih

Šezdesete godine XX. stoljeća u kulturnoj su i društvenoj povijesti upamćene kao burno razdoblje brojnih promjena presudnih za oblikovanje suvremenih životnih obrazaca i materijalne kulture. Toposi mitologije šezdesetih uključuju procvat konzumerizma, formiranje kontrakulturnih struja, kult mladosti, eksploziju masovne kulture i optimistično oduševljenje modernim tehnologijama. Izrazita popularnost te dekade u današnjici, paradoksalno, često umanjuje ili iskrivljava znanje o njoj te rad melankolije stvara viziju zgusnutog, „nadasve uzbuđljivog vremena“.¹ Romantiziraju se i kanoniziraju posebno kontrakulturne aktivnosti, a teme poput stanovanja često padaju u drugi plan.² Šezdesete nisu pokret strogo određen početnom i zaključnom godinom desetljeća – mnogi fenomeni korijene imaju u pedesetima, a neki od impulsa dalje se razvijaju u sedamdesetima. Isto tako, to razdoblje nije ni prostorno homogeno: kontekst SAD-a bitno se razlikuje od, primjerice, onog jugoslavenskog.

Dekada relativne ekonomske stabilnosti i prosperiteta u zapadnim je zemljama, ali i u europskim socijalističkim državama obilježena formiranjem potrošačkog mentaliteta. Privredna reforma u Jugoslaviji 1964./1965. i službeno je označila zaokret prema ekonomiji slobodnog tržišta.³ Konzumeristički refleks sadrži i pop-art, paradigmatički umjetnički pravac šezdesetih, koji poteže goruće pitanje položaja popularne kulture, njezine rastuće relevantnosti i kucanja na vrata kanonske, „visoke“ kulture. Umjetnički postupak preuzimanja vizualne građe iz svakodnevice i masovne kulture, kojim se obilato koriste Andy Warhol i Roy Lichtenstein, ne kritizira ni idealizira popularnu kulturu, već je prepoznaje kao novu relevantnu građu. Pop-art združuje otpor radikalnom modernističkom purizmu s apolitičnom fascinacijom umjetnim materijalima i spektakularizacijom društva. Artefakte popularne

¹ Briski Uzelac 2000, 11.

² Chobanian, Mucher 2006, 40.

³ Tzv. socijalistički konzumerizam koji se formira u Jugoslaviji šezdesetih anticipiran je i mitologiziran u filmu *Ljubav i moda* redatelja Ljubomira Radičevića iz 1960. U ovom se popularnom ostvarenju javlja niz toposa modernog konzumerizma: interes za modu i opća mjesta mondenosti (Sanremo, Rim), moderna prijevozna sredstva (vespa, zrakoplov, automobili), sustav domaćih i stranih zvijezda (Gabi Novak, Ivo Robić, Brigitte Bardot) i fascinacija svemirskim imaginarijem.

kulture u šezdesetima počinju koristiti i domaći umjetnici i umjetnice: *Pokazivanje Ellea*, preteča performansa i fotografski rad Tomislava Gotovca iz 1962., jedan je od pionirskih projekata u tom polju.⁴ Modernistička težnja prema čistom slikarstvu, redukciji na materijalnost i formu, supostoji s pop-artom, a javljaju se i *land art* te konceptualna umjetnost koji šire pojam umjetničkog djela na izvangalerijski prostor i filozofsku ideju. Navedenim je strujanjima zajednička težnja ukidanju granice između umjetnosti i života koja obnavlja zahtjeve povijesne avangarde.⁵

Koncept masovne kulture do pedesetih je u jugoslavenskom kontekstu bio pozitivno intoniran kao pohvalna dostupnost narodnim masama, a u pedesetima i šezdesetima u intelektualnim se krugovima sve češće izjednačava s popularnom kulturom zapadnjačke provenijencije i određuje kao ideološki i estetski negativna pojava.⁶ Sve većoj vidljivosti popularne kulture najviše doprinose masovni mediji koji homogeniziraju popularnokulturno iskustvo. Upravo su šezdesete razdoblje strelovitog uspona jugoslavenske televizije (1956. s emitiranjem počinje TV Zagreb, dvije godine kasnije TV Beograd, kad je stvorena i jugoslavenska mreža JRT)⁷ i nabavke TV uređaja u brojnim kućanstvima. Uspjeh televizije dijelom je refleks fascinacije tehnikom koja buja u šezdesetima na svim razinama – od mehanizacije kućanstava do „svemirske utrke“ između SAD-a i SSSR-a. Danas uobičajeni kućanski uređaji poput hladnjaka, usisivača i tostera tek u šezdesetima postaju svakodnevicom na Zapadu i, u nešto skromnijem opsegu, u Jugoslaviji. O tom procesu svjedoče i sjećanja sakupljena u *Ženskom biografskom leksikonu*: televizor, hladnjak i perilica rublja u pedesetima su rijetkost u prosječnom kućanstvu, a gotovo sve ispitanice spominju ih prisjećajući se šezdesetih.⁸

Procvat konzumerizma, osim što je rodno kodiran kao „univerzalno ženska želja da se bude dokonom potrošačicom koja će uljepšati sebe i svoj dom“,⁹ povezan je i sa širenjem

⁴ Ovaj konceptualni rad usložnjava odnos prema popularnoj kulturi, kako na ideološkoj osi (Gotovac lista francusko, uvozno, izdanje časopisa *Elle*), tako i na onoj rodnoj (umjetnik u stanju polunagosti, pretvoren u objekt, čita tipičan ženski časopis). Usp. Denegri 2003, 5.

⁵ Briski Uzelac 2000, 12-13.

⁶ Kolanović 2011, 85.

⁷ Vučetić 2012, 381.

⁸ Dijanić... et. al. 2004, 110.

⁹ Reid 2008, 156.

ciljane publike na tinejdžer(k)e i adolescent(ic)e – marketinškim formiranjem ideje o mladenačkoj kulturi. Ključni su impulsi došli iz glazbe: globalna popularnost *rock 'n' rolla*, pop glazbe i kontrakulturnih pokreta (beatlesomanija, Bob Dylan, The Doors, Woodstock, hipi pokret) ubrzo je marketinški zapakirana u mladenačku kulturu. Otkrivanje nove potrošačke niše obilježilo je i modu šezdesetih. Androgini *Twiggy look* koji koketira s idejom Lolite i pojava mini suknje, kreacije britanske dizajnerice Mary Quant, neki su od pokazatelja zaokreta prema fetišizaciji mladosti u prvoj polovici šezdesetih.¹⁰ Jugoslavenska je varijanta dodatno obilježena snažnom amerikanizacijom („kokakolonizacijom mladosti“, kako taj fenomen naziva povjesničarka Radina Vučetić)¹¹ koja ujedno funkcionira i kao pozicioniranje u hladnoratovskoj konstelaciji, signal desovjetizacije.¹² Mladi u ulozi katalizatora promjena (*youthquake*)¹³ snažno su prisutni i u naličju konzumerističkoga optimizma – u kontrakulturnim strujanjima od *hippie* pokreta do studentskih prosvjeda 1968. i konsolidacije nove ljevice. Razni oblici pokreta za ljudska prava kao i seksualna revolucija stasaju u kontrakulturnom ozračju koje nije bez unutarnjih proturječja: sklonost individualizmu (autoaktualizaciji, oslobođenju uma pomoću halucinogenih sredstava) supostoji s političnošću i težnjom za mobilizacijom kolektiva.¹⁴

Šezdesete su godine izrazito obilježene hladnoratovskim napetostima, političkim previranjima između kapitalizma i socijalizma. U geopolitičkoj konstelaciji Jugoslavija je nakon Titova razlaza sa Staljinom 1948. postala znatno fleksibilnijim političkim akterom, a od zaoštavanja sukoba podizanjem Berlinskog zida 1961. i deklarativno je neutralna imajući istaknutu ulogu u tada osnovanom Pokretu nesvrstanih. Svijest o ambivalentnosti jugoslavenskog položaja, kako piše Maša Kolanović, u kulturnopovijesnim se analizama manifestira u sklonosti metaforičnim formulacijama.¹⁵ Hibridnu, na momente i shizofrenu poziciju socijalističke zemlje koja često surađuje sa Zapadom povjesničarka Radina Vučetić naziva „*Coca-Cola* socijalizmom“, Maša Kolanović poseže za sintagmom „jugoslavenska

¹⁰ Jackson 1998, 43.

¹¹ Vučetić 2012, 328-336.

¹² Ibid., 16.

¹³ Jackson 1998, 17.

¹⁴ Chobanian, Mucher 2006, 41.

¹⁵ Kolanović 2011, 79.

bastardnost“,¹⁶ Tvrтко Jakovina govori o „prvom komunističkom protestantu“,¹⁷ „američkom komunističkom savezniku“¹⁸ i „socijalizmu na američkoj pšenici“, ističući obilnu financijsku pomoć koju je Jugoslavija dobivala od SAD-a. Osim hladnoratovskog konflikta živo je prisutna i unutarnja ideološka napetost između koncepta revolucije na svim poljima i *statusa quo* kasnog, realnog socijalizma, odnosno između vrhunca samoupravljanja i njegova pretvaranja u ispražnjenu birokratsku formu koja se, prema povjesničaru umjetnosti Matku Meštroviću, prelama upravo u šezdesetima.¹⁹ Ambivalentnost jugoslavenskog položaja omogućava kompleksnije nijansiranje hladnoratovskog narativa, odmak od formule dviju antagonističkih sila, riječima Maše Kolanović, „najtvrdokornijeg mentalnog proizvoda hladnoratovske politike“.²⁰

Nabrojani topisi mitologije šezdesetih, skicirani kontekst dekade, različitim intenzitetom prožimaju i diskurs o stanovanju, posebno se odražavajući u novom tipu masovne stambene arhitekture koji procvat doživljava u šezdesetima - socijalističkim višekatnicama od prefabriciranih elemenata. Aspekt koji je često zanemaren i potisnut u pogledu na ovo razdoblje te će se u nastavku teksta posebna pažnja posvetiti njegovu kontekstiranju.

1.2. Tip *Plattenbau* i stambena arhitektura u Jugoslaviji šezdesetih

Naselja sastavljena od industrijski prefabriciranih stambenih višekatnica, tipa građevine u njemačkoj povijesti arhitekture poznatih pod terminom *Plattenbau* (u doslovnom

¹⁶ Ibid., 77-80.

¹⁷ Jakovina 2012, 17.

¹⁸ Ibid., 25.

¹⁹ Meštrović 2013, 328-331.

²⁰ Kolanović 2011, 25.

značenju gradnja/građevina od ploča),²¹ standardno su rješenje za brzo i jeftino smještanje velikog broja stanovništva u socijalističkim zemljama diljem Europe. Masovno rješenje stambenog pitanja uz minimalne troškove gradi se oko „čarobnih riječi“ socijalističke (stambene) arhitekture – industrijalizacije i tipizacije.²² Nastanak koncepta *Plattenbau* ne da se fiksirati u jednu vremensku točku, već je rezultat akumulacije niza ideja iz povijesti arhitekture. Uz stečevinu međuratnog internacionalnog stila²³ materijalni se preduvjeti mogu tražiti već u drugoj polovici XIX. stoljeća, kad se konstruktivni elementi počinju industrijski proizvoditi i moderni materijali poput betona, čelika i stakla sve su prisutniji.²⁴

Gradnja novog tipa stanova od prefabriciranih elemenata u dva je vida bila podređena industrijalizaciji. Kako Robert Liebscher u kulturnopovijesnom prikazu tipa *Plattenbau* ističe, u socijalizmu su se „prvo (...) gradile tvornice pa tek onda stanovi“,²⁵ a industrijalizacija je i u Jugoslaviji imala primat pred rastom životnog standarda.²⁶ Drugi aspekt u spoju industrijalizacije i stambene politike jest prenošenje industrijskih načela na proizvodnju

²¹ Ovaj stručni termin istovremeno obuhvaća tehniku gradnje (prefabricirane, tipizirane elemente koji se na gradilištu brzo mogu sastaviti) i zgrade koje nastaju kao njezin produkt. Iako tip montažne gradnje nije isključivo vezan za socijalistički kontekst, već ima svoje prethodnike već u XIX. stoljeću kao i u internacionalnom stilu (međuratnom modernizmu), pojam se najčešće shvaća kao socijalistički specifikum. Zbog nedostatka adekvatnog ekvivalenta u hrvatskom vokabularu ovaj će se termin višestruko koristiti u radu.

²² Gruner 1996, 92.

²³ Na tu se tradiciju referira, primjerice, slovačka stambena arhitektura šezdesetih. Internacionalni stil shvaćan je kao zlatno doba slovačke arhitekture koje konotira kozmopolitizam i demokratsku misao. Hrvatska međuratna arhitektura s modernističkim pečatom također je intepretirana kao produktivno razdoblje u povijesti arhitekture, naslijeđe na koje se poziva arhitektonska misao u pedesetima i šezdesetima. U tom je aspektu ipak ključno uputiti na razlike u recipijentu: dok je u međuraću klijentela redom (viši) srednji građanski sloj, u etapi poslijeratne obnove i izgradnje socijalizma fokus je na radničkom stanovništvu čije stambeno pitanje, uslijed rapidne industrijalizacije i urbanizacije, hitno treba riješiti. Usp. Konrad, Novotny 2007, 187; Galjer, Ceraj 2011, 281-282.

²⁴ Povjesničar Robert Liebscher započinje kulturnu povijest tipa *Plattenbau* s Kristalnom palačom Josepha Paxtona izgrađenom za I. svjetsku izložbu u Londonu 1851. Ta zgrada u dotad neviđenim razmjerima otvoreno koristi čelik i staklo u konstrukciji. Usp. Liebscher 2009, 41.

²⁵ Ibid., 80 (moj prijevod).

²⁶ Duda 2005, 39.

stanova.²⁷ Prefabricirane betonske ploče²⁸ potrebno je tek sastaviti na gradilištu, u skladu s imperativom „kuće s proizvodne trake“ Waltera Gropiusa.²⁹ Standardizirana industrijska proizvodnja omogućava brzu i ekonomski efikasnu „konfekcijsku“ gradnju, što zorno utjelovljuje pjesmica popularna u DDR-u šezdesetih koja u formi antiteze konfrontira prošlost i sadašnjost: zid, a ne opeka postaje najmanjim gradivnim elementom.³⁰ Montažna je gradnja u socijalističkim zemljama u rukama države – u Jugoslaviji je pionir na tom polju bilo poduzeće *Jugomont* koje 1957. počinje eksperimentirati s prefabriciranjem građevinskih elemenata.³¹ Serijska proizvodnja različitih tipova stanova uključivala je manje varijacije u boji, materijalu i obliku, ali je i kritizirana zbog „monotonije dobrog ukusa“ te stanovitog dojma nemjesta, bezmjesnosti (*Ortlosigkeit, placelessness*), uniformnih arhitektonskih ostvarenja diljem socijalističkog bloka.³²

Teoretičar arhitekture Ákos Moravánszky rezimira dekadu šezdesetih u povijesti socijalističke arhitekture kao „svjetovni, produktivistički, pa čak i tehnokratski period određen ispunjenjem planiranih ciljeva, koji svoj adekvatni izraz nalazi u sivoj masi stambene višekatnice (*Plattenbau*)“.³³ Socijalističko rješavanje stambenog pitanja *en bloc* imalo je prioritet u arhitektonskoj djelatnosti, ali u suvremenim je povijestima arhitekture uglavnom izostavljeno ili tek usput spomenuto, dijelom zbog ideoloških konotacija i karaktera nužnosti³⁴ odričući tim projektima arhitektonsku kvalitetu.³⁵ S druge strane, projektiranje tipa *Plattenbau* u jugoslavenskom je kontekstu redovito bilo povjereno manje poznatim

²⁷ Liebscher 2009, 75.

²⁸ U početku razmišljanja o mogućnostima socijalne stambene gradnje od prefabriciranih elemenata betonu kao građevinskom materijalu konkurirao je čelik, od kojeg se konačno odustalo nakon Drugoga svjetskog rata. Beton se ispostavio jeftinijim i njegova je proizvodnja manje ovisila o sirovinama (rudama) kojima država raspolaže. Ibid., 38.

²⁹ Ibid., 46.

³⁰ „Früher fügt' man Stein an Stein, / heute setzt man Wände ein.“ Gruner 1996, 92.

³¹ Strukić 2010, 16.

³² Crowley 2008, 134.

³³ Moravánszky 2007, 196.

³⁴ Liebscher 2009, 28.

³⁵ Konrad, Novotny 2007, 188.

arhitektima.³⁶ Socijalno je osjetljiva gradnja, pak, imala iznimno važno mjesto u socijalističkom projektu još od Engelsova isticanja stambenog pitanja kao pregnantnog socijalnog problema.³⁷

Tip *Plattenbau* u početku je bio nepoželjne kozmopolitske orijentacije (naslijeđe međuratnog internacionalnog stila), a u šezdesetima se intenzivno integrira u socijalističku doktrinu.³⁸ Obrat u arhitektonskoj misli politički se poklapa s krajem staljinizma, a s njim i tzv. „slastičarske“, ornamentirane arhitekture, i dolaskom Nikite Hruščova na čelo SSSR-a. Hruščov u govoru na konferenciji građevinske struke u Moskvi 1954. implicitno definira novi politički kurs u sferi stanogradnje³⁹ odbacujući skupu arhitekturu i premještajući naglasak na kvantitetu stanova za radničku klasu.⁴⁰ Brojčano izražena obećanja i projekcije budućnosti prisutna su i u jugoslavenskom kontekstu: urbanističkim planom iz 1960. u bližoj se budućnosti predviđa gradnja čak 70 000 stanova: ta je brojka dosegnuta tek nakon raspada SFRJ-a.⁴¹

Stambene zgrade velikoga kapaciteta grade se i u kapitalističkim zemljama koje u šezdesetima također plivaju u gospodarskom optimizmu i snose posljedice poslijeratnog *baby booma*.⁴² Funkcionalistički ideali i eliminacija ornamenta modernistički su topisi podjednako prisutni u socijalističkim i kapitalističkim zemljama.⁴³ Iako je analogan tip stambene arhitekture nicao i na Zapadu, internacionalnost toga fenomena u socijalističkim je zemljama dosljedno ignorirana i promovirana kao socijalistički specifikum.⁴⁴

Kraj pedesetih i rane šezdesete godine u Jugoslaviji razdoblje su tzv. jugoslavenskog

³⁶ Renomirani arhitekti i arhitektice, kako navodi Miljenka Fischer, nisu bili poticani ni pozivani na projektiranje stambenih zgrada u Novom Zagrebu. Usp. Fischer 1985, 89.

³⁷ Liebscher 2009, 85.

³⁸ Ibid., 76.

³⁹ Ibid., 76-77.

⁴⁰ Taj se uzorak nastavlja i nakon šezdesetih: Erich Honecker je u periodu svoga predsjedanja DDR-om (1971.-1989.) obećao 100 000 novih stanova godišnje. Ibid., 85.

⁴¹ Backović 2010, 51.

⁴² Jackson 1998, 15.

⁴³ U šezdesetima se, primjerice, grade satelitska naselja uz Lyon (Les Minguettes, 1963.), Amsterdam (Bijlmermeer, 1968.) i Boston (Roxbury, 1966.). Liebscher 2009, 61-62.

⁴⁴ Ibid., 77.

privrednog čuda, stope rasta koja prednjači u Europi⁴⁵ (indeks jugoslavenskog gospodarskog rasta na početku dekade iznosio je čak 221%),⁴⁶ procvata industrije i nagle migracije nove radne snage iz sela u grad. Taj je proces ostavio traga na strukturi jugoslavenskih gradova, posebno centara industrije. „Jugoslavenska obitelj maršira u gradove i u tvornice, s mnogim posljedicama povezanima s rapidnom urbanizacijom i industrijalizacijom“, primjećuje već 1965. američka istraživačica Rose M. Somerville prilikom jednogodišnjeg studijskog boravka u Jugoslaviji.⁴⁷

U ovom će radu u prvom planu biti popularne reprezentacije urbanih transformacija metropole Beograda i Zagreba, drugog grada po veličini, kako zbog njihove geopolitičke važnosti, tako i zbog osobito snažnih procesa urbanizacije i ekspanzije uvjetovanih privlačnošću dotičnih gradova za doseljništvo. Za priljev novih radnika počele su se graditi stambene višekatnice na rubu grada, u novim gradskim četvrtima. Močvarno područje u Beogradu, na obali Save nasuprot staroj gradskoj jezgri, donedavno brisani prostor, isušuje se i niče Novi Beograd. Taj je građevinski pothvat započet neposredno nakon Drugog svjetskog rata, a odlučujuću su radnu snagu činili sudionici i sudionice radnih akcija. Transformacija Novog Beograda u primarno stambenu zonu događa se tek u šezdesetima.⁴⁸ Analogan se proces odvija i u Zagrebu – na južnoj obali Save gradi se Novi Zagreb (tad poznat pod terminom Južni Zagreb, kako se naziva i u urbanističkom planu iz 1962.).⁴⁹ Spomenuta proširenja gradskoga područja ne sjedaju na postojeću urbanu nego oskudnu ruralnu strukturu te je radikalna novost u konceptu stanovanja stoga još uočljivija.⁵⁰ Budući da je državno vlasništvo istaknut aspekt u socijalističkoj ideologiji, radikalne transformacije grada – podizanje novih naselja i rušenje postojećih građevina – bile su lakše provedive nego u

⁴⁵ Duda 2005, 44.

⁴⁶ Jakovina 2012, 11.

⁴⁷ Somerville 1965., 350.

⁴⁸ Do šezdesetih Novi je Beograd planiran kao politički i administrativni centar jugoslavenske države koji bi uključivao diplomatsku četvrt i administrativne zgrade. Musić 2013, 143-144.

⁴⁹ Pojam „Novi Zagreb“ uvriježio se tek sredinom sedamdesetih, a Novim je Zagrebom u šezdesetima nazivano samo naselje Trnsko. Strukić 2010, 11.

⁵⁰ Ipak, javljaju se i elementi kontinuiteta, iako se ne naglašavaju u javnom diskursu: prostorna matrica Novog Zagreba, ortogonalni raster, dijeli dodirne točke s Donjim gradom. Strukić 2010, 16.

zapadnim zemljama.⁵¹

Kako u jugoslavenskoj popularnoj kulturi u šezdesetima tako i u ovom radu težište će biti na uvođenju bitno novog koncepta stanovanja kondenziranog u malom stanu, socijalističkoj novogradnji u jednom od novih naselja na rubu grada, s tezom da radikalno nove stambene prilike zahtijevaju novi životni stil. Dominanta skućenog stana, zgrade tipa *Plattenbau*, u javnom i popularnom diskursu društveno-politički je specifikum socijalističkih zemalja: u SAD-u u istom razdoblju suvereno vlada idealni tip kuće u predgrađu, a obiteljska kuća prototip je elitne arhitektonske misli o stambenom prostoru i u Velikoj Britaniji.⁵²

Tip *Plattenbau* u Jugoslaviji se javlja već pedesetih, ali tek šezdesetih doživljava puni procvat. Pedesete i sam početak šezdesetih mogu se odrediti kao inkubacijska, eksperimentalna faza razvoja koncepta koji u šezdesetima poprimaju masovni karakter.⁵³ Između 1959. i 1963. grade se, primjerice, eksperimentalni blokovi na području Novog Beograda u kojima se primjenjuju načela tipizacije i prefabrikacije.⁵⁴ Izdanje kultne dječje enciklopedije *Svijet oko nas* iz 1965. pod natuknicom *Nastambe* na kraj povijesnog razvoja postavlja tipičnu socijalističku stambenu zgradu s pročeljem oblika horizontalno položena pravokutnika u prizemlju rastvorenim stupovima. Strateškom pozicijom kao i pridruženim tekstom „savremena stambena zgrada“ tip *Plattenbau* jasno se identificira kao ultimativni primjer suvremena stanovanja.⁵⁵ Ipak, valja napomenuti da istovremeno opstaju i drugi životni stilovi, prije svega život na selu (u kući), ali i građanska tradicija (primjerice, stanovi u historicističkim zgradama). Uslijed neravnomjerne modernizacije, „točkastog moderniteta“, različiti se modusi stanovanja često sudaraju u pojedinačnim domovima. Još jedan simptom moderniteta u vječnom nastajanju su i improvizirana, nedovršena naselja na periferiji grada.⁵⁶

Novi model stanovanja povezan je i s promjenom u strukturi obitelji, ustoličenjem

⁵¹ Liebscher 2009, 87.

⁵² *Decorative Art* (od sredine šezdesetih *Decorative Art in Modern Interiors*), godišnjak renomiranog britanskog časopisa za dizajn *The Studio Magazine*, u velikoj je većini objavljivao projekte upravo za obiteljske kuće. Usp. Fiell, Fiell 2000.

⁵³ Crowley 2008, 135.

⁵⁴ Backović 2010, 50.

⁵⁵ Bukša (ur.) 1965, 19.

⁵⁶ Musić 2013, 140.

nuklearne obitelji sastavljene od bračnih supružnika i najčešće dvoje djece,⁵⁷ modelom koji zamjenjuje proširenu obitelj od nekoliko generacija pod istim krovom. Brak dobiva osjetno intimniji karakter, afirmira se model sentimentalnog građanstva, a uređenje interijera postaje važnim korakom u samoostvarenju, individualizaciji i definiciji vlastitoga identiteta. U novoj se emotivnoj i obiteljskoj konstelaciji postavlja i pitanje rodni odnosa. Iz perspektive socijalističke ideologije treba težiti maksimi o jednakosti svih ljudi, prema tome, i ravnopravnosti spolova. Taj je smjer postuliran već 1945. uvođenjem prava glasa za žene, a nastavlja se deklarativno zastupati i u nadolazećim desetljećima. Usljed naglog razvoja industrije u šezdesetima javila se znatna potreba za radnom snagom te je država poticala žene na zapošljavanje.⁵⁸ S druge strane, žene nisu bile oslobođene obavljanja kućanskih poslova, tzv. „druge smjene“.⁵⁹ Sve i dalje prisutne nejednakosti tumačile su se kao neugodan reziduum prošlosti, rđavo naslijeđe prethodnog, iz socijalističke perspektive antimodernog režima i posebno su se upadljivo prelamale kroz prostor doma.

2. Teorijske perspektive, metode i izvori

2.1. Struktura rada

Nakon uvodnog razmatranja narativa o stjecanju stambenog prostora struktura rada slijedi tlocrt prosječnoga stana u novogradnji, tekst meandrira kroz prostorije analizirajući forme u interijeru (namještaj i njegovu organizaciju u prostoru), ali i njihove funkcije te kulturološko značenje. Prostor je odabran kao ključni parametar za organizaciju narativa zbog ukorijenjenosti rada u kontekst povijesti umjetnosti, dizajna i vizualne kulture u širem smislu te bi davanje primata vremenskoj aksi u analizi otežalo percepciju zasebnih prostorija kao

⁵⁷ Prostorna organizacija i veličina tipiziranih stanova uglavnom nije planirala smještanje više od dvoje djece te je predstavljala restrikcije za mnogobrojnije obitelji. Gruner, 1996, 92.

⁵⁸ Somerville 1965: 352; Massey, Hahn, Sekulić 1995: 360-364.

⁵⁹ Termin „druga smjena“ jasno identificira kućanske poslove kao neplaćeni rad koji često ostaje nevidljivim. Kao alternativan pojam za još eksplicitnije izražavanje rodni asimetrija u socijalističkim zemljama koristi se „trostruki teret“, koji uz zaposlenje izvan doma i obavljanje kućanskih poslova u obzir uzima i imperativ za političkim, društveno angažiranim sudjelovanjem u lokalnim zajednicama. Hahn, Massey, Sekulić 1995, 364.

specifičnih zaokruženih semantičkih cjelina.⁶⁰ Ipak, mjestimično će se uključivati i spoznaje proizašle iz istraživanja koja primat daju vremenskoj aksi i(li) raščlambi pojedinih funkcija: prije svega, sociološki i antropološki uvidi.

Kao zasebni prostori analizirat će se dnevna soba, kuhinja, kupaonica, dječja soba i rubne zone (hodnik u stanu kao unutrašnja rubna zona, vanjski hodnik sa stubištem, zajednički prostori stanara/ki te uža okolica zgrade). Takav imaginarni dvosobni stan, kolaž sastavljen od niza popularnokulturnih primjera iz različitih medija, poslužit će iščitavanju onodobne strukture osjećaja⁶¹ i sagledavanju sveobuhvatnih promjena u konceptu stanovanja tijekom šezdesetih. Dnevna soba, centar obiteljskog života i prostorija u kojoj se provodi najviše vremena, ključna je za razumijevanje imperativa multifunkcionalnosti te fleksibilnosti. Istovremeno, ona je mjesto dokolice (od „uradi sam(a)“ projekata do korištenja novih medija za razonodu). U kuhinjskoj dionici naglašava se problem rodne asimetrije u obavljanju kućanskih poslova, simboličke konotacije vezane za hranu (gradivna uloga na početku šezdesetih, nacionalno-ideološke napetosti upisane u jelovnike) te aspekti tehničke modernizacije domaćinstva. Kupaonica se interpretira kroz prizmu koncepata ljepote i higijene te se u tom poglavlju razmatra odnos prema ženskom tijelu. Dječja soba može nam reći nešto više o tadašnjem poimanju djetinjstva i dobrog odgoja te o projekcijama za budućnost. U zaključnom dijelu razmatrat će se rubne zone, prostori kontakta stana i njegovih stanovnika/ca s okolinom uzimajući u obzir socijalističko privilegiranje kolektiva koje se manifestira i u važnosti javnoga prostora te krhkoj ravnoteži između sfere privatnog i

⁶⁰ Primjer preferiranja akse vremena studija je povjesničara kulture Joea Morana *Queuing for Beginners: The Story of Daily Life from Breakfast to Bedtime* koja u okviru jednog imaginarnog dana analizira povijest i kulturno značenje raznih općih toposa svakodnevice poput doručkovanja, stajanja u redu, gledanja vremenske prognoze, kupovanja instant obroka i gledanja televizije sa sofe. Moran odbacuje esencijalistički pristup koji svakonevne radnje kao i moduse njihova obavljanja doživljava kao prirodne, samorazumljive te pokazuje povijesnu i kulturnu složenost tih fenomena koji, zbog svoje banalne svakodnevnosti, često nekritično prolaze ispod istraživačkoga radara. Usp. Moran 2008.

⁶¹ Ova sintagma kovanica je teoretičara birminghamskih kulturalnih studija Raymonda Williamsa koji je na sljedeći način interpretira: „ta struktura osjećaja jest kultura nekog razdoblja: to je osobita, Živa rezultanta svih sastavnica općeg ustroja. (...) [Ta] struktura nije, barem u nekom formalnom smislu, naučena, (...) nova će generacija uvijek imati vlastitu strukturu osjećaja za koju se neće moći reći 'odakle' dolazi". Kulturni su i umjetnički artefakti, prema Williamsu, posebno pogodni za iščitavanje strukture osjećaja jer predstavljaju "oblik komunikacije koja je nadživjela svoje nositelje". Analički rad sa strukturom osjećaja fleksibilniji je povezivanja umjetničkih i kulturnih objekata s empirijskom zbiljom, a gubi i nešto od ambicioznog značenja njegovih prethodnika, termina *Zeitgeist*. Citirano prema: Kolanović 2011, 11.

javnog.⁶²

2.2. Teorijski okviri: interdisciplinarni pristupi (socijalističkoj) materijalnoj kulturi, kulturalni studiji i feministička teorija

Budući da se istraživanja stanovanja uvelike oslanjaju na analizu dizajna interijera, odnosno namještaja,⁶³ važan će metodološki izvor biti spoznaje iz povijesti i teorije umjetnosti, dizajna i arhitekture. U analizi će se u obzir uzeti kako građevinska struktura koju stanari ne mogu modificirati (*fixed features*, arhitektonske datosti – dimenzije prostora, tlocrtna organizacija, proporcije), tako i promjenjivi elementi iz sfere dizajna interijera (namještaj, dekoracija zidnih ploha).⁶⁴

Zbivanja u socijalističkoj Jugoslaviji šezdesetih i tip *Plattenbau* stavit će se u širi kontekst povijesti dizajna i arhitekture prateći impulse začete u sklopu internacionalnog stila tijekom međuraća. Intenzivno bavljenje mogućnostima industrijske prefabrikacije građevnih elemenata, interes za socijalno osjetljivu stambenu arhitekturu (koncept *Existenzminimuma* i frankfurtske kuhinje) te odbacivanje arhitektonske dekoracije fenomeni su koji su uvelike oblikovali dekadu šezdesetih (ne samo) u socijalističkim zemljama Europe. Naslijeđe internacionalnog stila vidljivo je i u urbanizmu: prema odredbama Atenske povelje iz 1933. na koju je snažno utjecala Le Corbusierova misao potiče se funkcionalna separacija urbanih prostora te povećanje gradskih blokova, što je bila misao vodilja u konstrukciji Novog

⁶² Usporedivo razlaganje stambenog prostora na funkcije prema prostorijama primijenjeno je, primjerice, u istraživačkom projektu Centra za urbanu povijest srednjoistočne Europe „Dom – stoljeće promjena“ (Lavov, 2012.). Istraživači(ce) povezuju hodnike s napetošću privatno/javno, dnevnu sobu s konceptom udobnosti, kuhinju i položaj žene, kupaonicu s čistoćom i užitkom, a spavaću sobu s oslobođenjem. Iako postoje indikativne podudarnosti, primarno u interpretaciji kuhinje kroz prizmu ženskog rada i u razumijevanju kupaonice kao prostora dominantno određenog konstruktom čistoće, ova se dva koncepta također razilaze u odabiru ključnih funkcija pojedinih prostorija. Moj se model više bavi pojavnim oblicima medija u domu (što proizlazi iz fokusa na reprezentacije doma, a ne njegovu empirijsku analizu) te tehnološkim interpolacijama u kućanstvo kao i specifičnim problemima dizajna uporabnih predmeta i interijera, dok „lavovski“ pristup više reflektira političku situaciju i kao polazište uzima sovjetski kontekst. Usp. *Home: A Century of Change* 2012.

⁶³ Wichmann 2012, 11.

⁶⁴ Ibid., 31.

Beograda i Novog Zagreba.⁶⁵ Teoretičarka Susan Buck-Morrs iznosi tezu o masovnoj utopiji kao pokretaču industrijalizacije i tehničke modernizacije kako u kapitalističkom tako i u socijalističkom kontekstu tijekom hladnoratovskog konflikta.⁶⁶ Oba kulturno-povijesna kompleksa odišu vizionarskom vjerom u nastanak nove stambene kulture, životnog stila koji će se prirodno razviti iz novog tipa arhitekture i dizajna interijera.⁶⁷ Te su ideje kompleksan spoj oduševljenja modernim tehnologijama i materijalima s idealizmom, utopijskim elementima, ali i autoromantizacijom, vjerom u snagu, odvažnost i univerzalnost vlastitih rješenja.⁶⁸

Analizom različitih funkcija stambenoga prostora u jugoslavenskom kontekstu šezdesetih potkrijepit će se teza o značajnim promjenama u poimanju stanovanja, uređenju doma i strukturi obitelji tijekom te dekade. Dvije su ključne odrednice novog životnog stila ustoličenje „modernizma za mase“ i afirmacija nuklearne obitelji. Modernizacijski i industrijalizacijski procesi, prema Tvrtku Jakovini, najtrajnije su posljedice jugoslavenskog socijalističkog poretka,⁶⁹ a u šezdesetima su po prvi put masovno zahvatili prostor doma. Umjesto pričanja jedne homogene, linearne priče o modernističkom napretku ili pak socijalističkom habitusu, uputit će se i na niz unutarnjih paradoksa, prežitaka tradicije i heterogenih življenih kultura te pokušati pokazati kompleksnost dekade uvažavajući njezine lokalne specifičnosti.

Budući da, riječima teoretičara Borisa Groysa, u komunizmu svaki oblik robe može postati ideološki relevantnim iskazom (dok je u kapitalizmu situacija obrnuta – svaki iskaz može se komodificirati), posebna će se pažnja posvetiti ideološkom sloju značenja upisanom u prostor doma i njegove sastavnice.⁷⁰ Groysov se iskaz može nadopuniti opaskom teoretičara dizajna Davida Crowleyja koji socijalističke objekte interpretira primarno kao specifičnu retoriku, a ne materijalnu stvarnost.⁷¹ Za razliku od analize stanovanja iz perspektive

⁶⁵ Le Normand 2008, 142.

⁶⁶ Kolanović 2011, 25.

⁶⁷ Bullock 1988, 177.

⁶⁸ Dormer 2003, 117-118.

⁶⁹ Jakovina 2012, 46.

⁷⁰ Groys 2006, 10.

⁷¹ Crowley 2002, 191.

etnologije i kulturne antropologije koja se uglavnom temelji na intervjuima i etnografskom promatranju,⁷² u ovom će se radu koristiti primarno tekstualne i vizualne reprezentacije stanovanja, često prožete elementima fikcionalnosti. Péter Apor savjetuje oprez pri radu sa sjećanjima i živim svjedocima i svjedokinjama, upozoravajući na konstruiranje njihova narativa iz perspektive kolapsa socijalizma, teorijskog očišta kojeg se ni same istraživačice i istraživači ne mogu osloboditi, ali ga je važno osvijestiti.⁷³

Izabran tip istraživanja temeljen je na interdisciplinarnom spletu metodoloških pristupa koji se mogu obuhvatiti odrednicama poput kulturne povijesti svakodnevice,⁷⁴ analize vizualne kulture, teorijskih pristupa (socijalističkoj) materijalnoj kulturi ili antropologije dizajna. Izvori neće biti u službi povijesno plauzibilne rekonstrukcije ambijenata, već razumijevanja onodobnih kulturnih predodžaba, kulturno-povijesne artikulacije ideoloških premisa i strukture osjećaja. Cilj istraživanja nije otkrivanje kakav je prostor doma uistinu bio, već projekcija upisanih u nj koje govore o idealima, vrijednostima i fantazijama, uvriježenim kulturnim predodžbama, općim mjestima u onodobnom kolektivnom imaginariju. U obzir će se uzeti i iskustva feminističke kritike tzv. kritike „predodžbi žena“ koja upozorava na opasnost korištenja fikcionalnih tekstova (pri čemu se pojam teksta razumijeva u širem smislu, uključujući film i druge kulturne proizvode) kao empirijskih socioloških činjenica.⁷⁵ Razmotrit će se strategije koje dolaze „odozgo“, iz pozicija ideološke, kulturne i političke moći, kao i glasovi „odozdo“. Pritom će se nastojati izbjeći zamke potonjeg pristupa koji često prenaplašava moment subverzije, konstruirajući narativ u kojem je monolitna ideologija kolonizator, a svakodnevica mjesto otpora ili pak mehaničkog zrcaljenja, bezuvjetne predaje.⁷⁶

Glavni izvori korišteni u istraživanju dolaze iz polja popularne kulture, kompleksa koji u šezdesetima osjetno dobiva na značenju i ključan je za masovnu diseminaciju ideja o novom

⁷² Wichmann 2012, 15.

⁷³ Apor 2008, 199.

⁷⁴ Péter Apor kao osnovni teorijski alat povijesnih analiza socijalističke svakodnevice navodi mikroanalizu, odmak od velikih povijesnih narativa, kretanje „odozdo“ i tematsko decentriranje koje izbjegava monokauzalne interpretacije i slijepa preslikavanja političkih konstelacija na svakodnevno iskustvo. Ibid., 188.

⁷⁵ Moi 2007, 75.

⁷⁶ Apor 2008, 204.

životnom stilu i obiteljskim strukturama. Tragom definicije Raymonda Williamsa popularnom će se kulturom u ovom radu primarno smatrati „ono što se dopada velikom broju ljudi“⁷⁷ i istima je široko dostupno (financijski pristupačno te distribuirano diljem SFRJ).⁷⁸ U teoriji književnosti i umjetnosti sve urgentnije pitanje odnosa popularne i elitne („visoke“) kulture djelomično je načeto već modernističkim zahtjevom za prodorom umjetnosti u život. Za afirmaciju i nijansiranije kritičko sagledavanje popularne kulture posebno je zaslužna teorijska struja birminghamskih kulturalnih studija. Neomarksistički orijentirana grupacija inzistira na iščitavanju značenja kulturnoga proizvoda (knjige, slike, zgrade, kućanskog aparata i sl.) kroz različite faze, od proizvodnje (topos autorstva i kulturne industrije) do potrošnje (moment recepcije), uvodeći tako proizvodni moment u kulturnu sferu i udaljavajući se od strukturalističke stroge ograničenosti na tekst.⁷⁹ Naglasak se premješta s monumentalnih na (društveno, politički, kulturno) reprezentativne, simptomatične tekstove koji u različitim vidovima komuniciraju subjektivne forme, predodžbe, ideale i žudnje.⁸⁰

Popularna kultura u kulturalnim studijima ima važan politički ulog: vezana je prije svega za radničku, manje obrazovanu populaciju, masovna je i mnogo jasnije pokazuje proizvodne momente od elitne kulture. Ipak, taj se korpus tekstova neće shvaćati kao ideološki monolitan, naivan i ženstveno sentimentalno negativ „visoke“ kulture koja je konvencionalno konstruirana kao ambivalentna, samokritična i izrazito maskulina tvorevina.⁸¹ Također će se problematizirati koncept koji manihejski suprotstavlja komercijalizaciju zapadnjačke provencijencije i društveni angažman, zahtijevajući od ženskih časopisa

⁷⁷ Duda 2012, 288.

⁷⁸ Ibid., 299.

⁷⁹ Johnson 2006, 72-79.

⁸⁰ Kolanović 2011, 35.

⁸¹ Felski 1995, 29.

ideološku koherentnost te konstruirajući čitateljicu kao pasivnu recipijenticu.⁸² Umjesto isticanja binarnih opreka u ovom će se radu voditi misliti da je i popularna kultura slojevit, ambivalentan fenomen duboko ispresijecan unutarnjim proturječjima.

Koncept potrošnje teorijski razrađen u kulturalnim studijima simultano će se analizirati na dvije razine – onoj konzumacije časopisa (teksta) i „stvarne“ potrošnje, kupovanja namještaja i kućanskih potrepština. Kao komplementarni problem u polje će analize ući i proizvodnja, posebno spomen monopolističke državne industrije, upućivanje na njezina ograničenja i tržišne praznine koje se kompenziraju izradom proizvoda u kućnoj radinosti, momentom koji se može interpretirati u rasponu od osnaživanja do potrošačke žudnje. Kako Igor Duda primjećuje, konzumeristički izbori u namještanju doma pod utjecajem su niza faktora: „Izbor namještaja, tapeta ili boje za zidove, podnih obloga, tapisona i tepiha ovisio je o ponudi, blizini granice, proračunu i osobnom ukusu“.⁸³ Tom se popisu može dodati i vičnost građanki i građana izradi predmeta u kućnoj radinosti.

Odnos popularne i visoke kulture ne može se promatrati kao oštar rez, već kao prostor međusobne modifikacije i razmjene. Tako proizvodi elitnog modernističkog dizajna često nakon kraćeg vremenskog odmaka u jeftinijoj, nešto promijenjenoj varijanti dolaze na masovno tržište, estetska pravila iz teorije umjetnosti pretaču se u svakodnevicu. Posebna će se pažnja posvetiti povezivanju tih dvaju ne toliko udaljenih svjetova, detektiranju metamorfoza modernističkoga naslijeđa u prostoru prosječnoga jugoslavenskoga doma šezdesetih.

⁸² Iako je studija Nede Torodović-Uzelac o jugoslavenskim ženskim časopisima značajno pionirsko ostvarenje u tom području te nudi mnoge korisne uvide, inzistirat će se i na polezimiranju s njezinim pristupom. Posebno je problematičan zahtjev za ideološkom koherentnošću časopisa na temelju kojeg se politički angažirani sadržaji nazivaju „alibi temama“. Pozitivno konotirana figura radnice i samoupravljačice suprotstavlja se majci, domaćici i zavodnici, a postojanje unutarnjih proturječja interpretira se kao neiskrenost, neautentičnost. Teoretičarka Janice Winship, s druge strane, upućuje da je upravo analiza unutarnjih kontradikcija najkorisniji pristup ženskim časopisima, a na tu se tradiciju nastavlja i teorijski slojevita studija Maše Grdešić o hrvatskom izdanju *Cosmopolitana*. Relativizirat će se i ideja o nepromjenjivoj, pasivnoj konzumentici, „žrtvi iluzije“ koja ne pruža otpor, već „upija“ ponuđene stavove i sadržaje koje autorica eksplicitno etiketira kao štetne. Autoričin pristup doprinosi viktimizaciji i pasivizaciji čitateljice, istim taktikama koje Todorović-Uzelac zamjera ženskim časopisima. Todorović-Uzelac 1987, 82-87, 95, 98, 102; Grdešić 2013.

⁸³ Dobrivojević, Duda 2014, 48.

Najveći dio primarnih izvora otpada na jugoslavenske ženske časopise⁸⁴ jer se u šezdesetima, uz manje tiražni i neredoviti specijalizirani tisak, upravo oni najintenzivnije bave problemom uređenja doma, s naglaskom na opremanje modernoga stana, a istovremeno su jedan od najdostupnijih i najkonzumiranijih medija. Pritom će se kontinuirano isticati njihova duboko žanrovska priroda. Kako piše Maša Grdešić, „[p]remda ženski časopisi na izravni način referiraju na stvarnost, svejedno se može braniti teza da ih čitamo na sličan način i zbog sličnih razloga kao i ostale ženske žanrove“ koji se temelje na protožanru bajke.⁸⁵ Već ovaj rodno obojen kontekst upućuje na percepciju doma kao „ženskog“ prostora i dužnosti, stereotipa koji korijene ima u osvitlu kapitalizma te razdvajanju radnog mjesta od doma, javne sfere od privatne. U tom se poimanju žena brine o uređenju interijera i organizaciji kućanstva, dok je muškarčeva zadaća pribaviti kapital za kupnju ili unajmljivanje nekretnine.⁸⁶ Naznačena podjela poslova signalizira shvaćanja bračnog odnosa kao komplementarnih uloga, a tek krajem šezdesetih počinje prevladavati ideja zajedničkih obiteljskih uloga.⁸⁷

Feministička teoretičarka književnosti Rita Felski u studiji *The Gender of Modernity* upozorava na opasnost simplificiranog pogleda na modernost, suprotstavljanja niza žena/tradicija/privatno onome muškarac/modernost/javno.⁸⁸ Takvoj polarizaciji, nastavlja Felski, izmiče nijansiranije razumijevanje fenomena poput ženskog rada u tvornicama kao i prodora masovno proizvedene robe u kućanstva te nastanka javnog prostora za žene (primjerice, robnih kuća) pod okriljem rađanja konzumerizma u XIX. stoljeću. Idealizacija doma kao predmoderne zone autonomne ženstvenosti odvojene od modernizirane javne sfere⁸⁹ ne može se posve primijeniti na socijalistički kontekst koji i u sferi privatnog naglašava veze s

⁸⁴ Termin „ženski časopisi“ u ovom će se radu koristiti primarno kao žanrovska odrednica, ne izjednačavajući se pritom strogo sa stvarnim rodnom čitateljstvom. Iako izabrani ženski časopisi adresiraju čitateljicu, među pismima čitatelj(ic)a nerijetko se objavljuju i pitanja ili pak komentari muškaraca. Taj se fenomen može objasniti manjim intenzitetom konzumacije medija (a pogotovo njihove nabavke), zbog čega su nerijetko svi ukućani čitali sve što se u kućanstvu zateklo. U slučaju časopisa *Elle* među čitateljstvom se našla i skupina profesionalnih arhitekata/ica, dizajnera/ica koja se o inozemnim trendovima informirala, među ostalim, posredstvom ovoga časopisa.

⁸⁵ Grdešić 2013, 114.

⁸⁶ Johnson, Lloyd 2004, 37-39.

⁸⁷ Ferguson 1983, 72.

⁸⁸ Felski 1995, 19.

⁸⁹ Ibid., 45.

ideološkim interesima države. Strukturiranje vremena u domu usko je povezano s ritmom radnoga dana, a roba proizvedena u državnim tvornicama sastavni je dio domaćinstva.

Pripisivanje uloge potrošačice ženi ima ambivalentno značenje. S jedne strane, perpetuira se rodna asimetrija i financijska ovisnost o muškarcu.⁹⁰ Istovremeno, dom postaje prostor (barem djelomične) inverzije odnosa moći, polje jačeg ženskog utjecaja, što u sebi nosi i određeni emancipacijski potencijal.⁹¹ Situacija je još kompleksnija uzme li se u obzir socijalističko (barem teoretsko) naglašavanje momenta proizvodnje nauštrb nerijetko demonizirane potrošnje. Teoretičarka Lydia Martens upućuje na združivanje kapitalizma i patrijarhata, aspekt koji se u analizama *bestsellera* Betty Friedan *The Feminine Mystique* iz 1963. često previđa, a vitalan je element u djelovanju drugovalnog feminizma.⁹²

2.3. Primarni izvori

Jugoslavenski ženski časopisi, već najavljeni kao glavni korpus primarnih izvora, u šezdesetima su ohrabivali percepciju doma kao ženskog revira te su obilato i redovito opskrbljivali čitateljice informacijama i praktičnim savjetima iz različitih segmenata doma(ćinstva). Na jugoslavenskom se tržištu u šezdesetima javljaju i značajni novi časopisi (beogradski *Bazar*, izdanje *Politike*, od 1964. i *Elle*, s uredništvom u Zagrebu, Ljubljani i Beogradu, od 1969. do 1971.), a neki kontinuirano izlaze već i u prethodnoj dekadi (*Praktična žena* od 1956., zagrebački *Svijet* od 1953.). Ova će četiri časopisa zbog svoje popularnosti i dostupnosti diljem Jugoslavije poslužiti kao ključni primarni izvori.

Popularna kultura nije imuna na stvaranje unutarnjih hijerarhija i vrijednosne diskriminacije, fenomena koji se uglavnom vežu za elitnu kulturu.⁹³ Onodobni se časopisi mogu podijeliti u tri osnovne kategorije prema cjenovnom razredu koji implicira i ciljano čitateljstvo. U prvoj, najskupljoj kategoriji je *Elle*, kratka epizoda jugoslavenske franšize istoimena pariškog časopisa. U ovom se hibridu zapadnjačke popularne kulture i

⁹⁰ Martens 2009, 36.

⁹¹ Slični se procesi javljaju i u drugim društvima, o čemu svjedoče i primjeri iz britanskih ženskih časopisa. Ferguson 1983, 50.

⁹² Martens 2009, 43.

⁹³ Duda 2012, 299.

jugoslavenskog konteksta ideološke napetosti pokušavaju neutralizirati i pomiriti u uredničkom uvodniku. Viši financijski razred časopisa dobro ilustrira sljedeća paralela: za 500 dinara, cijenu jednog broja časopisa *Elle*, *Bazar* slaže jelovnik za četveročlanu obitelj.⁹⁴ Jedna od unutarnjih napetosti u časopisu *Elle* u aspektu stanovanja (ali i mode) jest ona između inozemnih proizvoda nedostupnih na jugoslavenskom tržištu predstavljenih u reportažama i člancima redom stranih autor(ic)a te reklamne dionice koja sadrži isključivo domaće proizvode. Promovirani domaći namještaj stilski se radikalno razlikuje od onog prezentiranog u glavnom dijelu časopisa, što govori u prilog tezi Nede Todorović-Uzelac o reklami koja je, naizgled paradoksalno, često bila pragmatičnija i realističnija od drugih sadržaja jugoslavenskih ženskih časopisa.⁹⁵ Jedan od razloga relativne skupoće časopisa *Elle* je i njegova luksuzna grafička oprema koja je pod utjecajem aktualnih umjetničkih strujanja poput fotografije Helmuta Newtona, minimalizma ili pak psihodelije, još jedan argument u prilog interpretacije toga časopisa kao „popularne visoke kulture“. Vizualna raskoš uvelike doprinosi omiljenosti časopisa, što u pismu redakciji (1969.) navodi i jedna čitateljica: „Revija mi se vrlo sviđa. Prilično je skupa, ali je ipak kupujem jer, između ostalog, bolji je i papir nego kod drugih naših časopisa, a izvanredne su i fotografije i sva oprema.“⁹⁶ Težnja distingviranosti od ostatka tržišta i posvećenost estetizaciji svakodnevnog prisutna je i u današnjem ruhu časopisa *Elle*.⁹⁷

U drugu kategoriju svrstani su zagrebački *Svijet* i beogradski *Bazar* koji, mnogo više od časopisa *Elle*, pokazuju spremnost za pregovaranje između žudnji i praktične realnosti čitateljica; pozicija koju Neda Uzelac-Todorović naziva „skromnim luksuzom“ ili „skromnim hedonizmom“.⁹⁸ Oba časopisa simbolički nasljeđuju svoje imenjake građanske orijentacije s fokusom na modu i mondeni urbani život: *Svijet* se nastavlja na međuratnu tradiciju vizualno raskošnog građanskog časopisa,⁹⁹ a *Bazar* prve beogradske „novine za modu i zabavu“ koje

⁹⁴ *Bazar* 3/1965.

⁹⁵ Todorović-Uzelac 1987, 110.

⁹⁶ *Elle* 12/1969, 3.

⁹⁷ Više u: Grdešić 2013, 165-230.

⁹⁸ Todorović-Uzelac 1987, 75-76.

⁹⁹ U tom kontekstu valja izdvojiti razdoblje uredničkog djelovanja Otta Antoninija (1926.-1933.) koji je profilirao časopis kao modernu mondenu reviju. Više u: Kolveshi, 2006

počinju izlaziti 1883.¹⁰⁰ Luksuzna, vizualno atraktivna grafička oprema časopisa kao i prilozi iz inozemnih medija učinili su *Svijet* prepoznatljivim na ondašnjem jugoslavenskom tržištu. Iako se uz mondenu komponentu ističe i interes za „život i rad naše žene“,¹⁰¹ *Svijet* je u međuraću, kao i u socijalističkoj Jugoslaviji uvelike funkcionirao kao eskapistička revija koja promovira (visoki) građanski stil nedostupan većini stanovništva. Posebno *Svijet* odlikuje popularnokulturni prestiž¹⁰² te je glasovit po raskošnoj vizualnoj opremi, u pedesetima djelom renomirana hrvatskog umjetnika Aleksandra Srneca, člana grupe EXAT 51.¹⁰³ *Svijet* je redovito donosio trendove i krojeve iz inozemnih modnih centara, a u aspektu stanovanja kombinira inozemne i domaće impulse s težištem na potonjima. Također, kao i u ovom tekstu, fokus je na urbanom stanovanju u novim stambenim zgradama. *Bazar* u šezdesetima karakterizira, doduše, nešto skromnije vizualno oblikovanje, ali i analogan interes za životne stilove u gradskim sredinama.

Treća je kategorija najpristupačnija, a kao reprezentativni primjer poslužit će časopis *Praktična žena*. Skroman grafički dizajn i crno-bijeli tisak smanjuju troškove proizvodnje te se na taj način časopis prilagođava skromnijem budžetu. Nadalje, tekst uglavnom adresira ruralno stanovništvo i njegove (često predmoderne) životne prilike te praktično-savjetodavni sadržaji prevladavaju nad zabavnima.¹⁰⁴ U usporedbi s prethodnim dvjema kategorijama ton teksta još je izrazitije zapovjednički, preskriptivan, a manje intiman, prijateljski, čime se naglašava autoritativno didaktična funkcija ženskih časopisa. Jedna od njihovih bitnih zadaća bila je privođenje kućanstava (posredstvom figure domaćice) modernitetu, strpljivo podučavanje korištenju novih tehnologija i uvjeravanje u njihovu nužnost u domaćinstvu.

Analognu su ulogu imali i priručnici za vođenje domaćinstva, fenomen koji će se analizirati na primjeru *Knjige za svaku ženu*, priručnika popularnoprosvjetiteljskog tipa za vođenje domaćinstva koji je doživio niz izdanja od pedesetih do osamdesetih godina XX.

¹⁰⁰ Ibid., 54, 76.

¹⁰¹ Kolveshi 2006, 30.

¹⁰² Duda 2012, 299.

¹⁰³ Srnec dinamizira dvodimenzionalne plohe stranica revije uporabom apstraktnih geometrijskih oblika preuzetih iz naslijeđa povijesne avangarde, posebice dadaizma i ruskog konstruktivizma (primjerice, tipografija pod utjecajem tehnike kolaža). U njegovu se grafičkom dizajnu *Svijeta* spajaju modernističke tendencije i popularni sadržaj ženskih časopisa. Galjer 2004, 181-182.

¹⁰⁴ Todorović-Uzelac 1987, 79.

stoljeća.¹⁰⁵ Za analizu je izabrano izdanje iz 1962. (deveto prošireno izdanje). Jednostavne, utilitarne ilustracije, jeftin papir i crno-bijeli tisak¹⁰⁶ kao i u slučaju *Praktične žene* doprinose financijskoj pristupačnosti, a savjeti o stanovanju primjenjivi su gotovo isključivo na ruralni kontekst, o čemu svjedoče i pozamašni prilozi o temama poput peradarstva i svinjogojstva. Budući da je ciljana publika teksta ruralno stanovništvo, taj će se priručnik koristiti i kao kontrastna podloga za životni stil u socijalističkoj stambenoj zgradi, vodeći se tezom o modernizacijskom raskolu između sela i grada,¹⁰⁷ ali uputit će se i na mjesta dodira tih dvaju bitno različitih modusa stanovanja. *Praktična žena* i *Knjiga za svaku ženu* više se od ostalih nabrojanih tiskovina oslanjaju na inkubacijsku fazu ženskog tiska u XIX. stoljeću koji pokreću muškarci, stručnjaci s autoritetom, s ciljem odgajanja, prosvjeđivanja žena.¹⁰⁸ *Knjigu za svaku ženu* tako uređuje liječnik Drago Chloupek, specijalist za zdravstveno prosvjeđivanje koji je surađivao i na nizu edukativno-propagandnih filmova te tematike.

Ženski su časopisi preuzimali edukativnu, informativnu funkciju koju kombiniraju sa zabavnim sadržajima. Te se dvije nakane u različitim omjerima miješaju u navedenim kategorijama časopisa (u trećoj kategoriji prevladava prosvjetiteljski moment, a u prvoj i drugoj on je zapakiran u zabavu). Živa prisutnost savjetodavnih rubrika u svim cjenovnim razredima časopisa te njihova popularnost, konstatira Neda Todorović-Uzelac, upućuju na neefikasnost brojnih državnih institucija zbog čega njihovu ulogu preuzima popularni tisak.¹⁰⁹ Za razliku od ženskih časopisa u kapitalističkim zemljama koji su izrazito obilježeni

¹⁰⁵ Iz ove kategorije valja spomenuti i priručnik *Savršena domaćica* autorice Gertrud Oheim, prijevod s njemačkog koji se u izdanju Mladosti na jugoslavenskom tržištu javlja 1966. (usp. Duda 2005, 69). Posebno je zanimljiv *Domaćin u kući*, dopunjeni prijevod francuskog priručnika *Monsieur dans sa maison* (1967.) na jugoslavenskom tržištu objavljen 1973. u izdanju zagrebačke Mladosti.

¹⁰⁶ Američka tiskovina *Popular Science* koja izlazi od 1872. u pedesetima je upakirana u vizualno slično ruho, ali s mnogo više ilustracija te fotografijama koje u *Knjizi za svaku ženu* izostaju. Usp. Kinchin, O'Connor 2011, 42.

¹⁰⁷ Igor Duda dalje argumentira: „Ovisno o uređaju, poljoprivredna su kućanstva kasnila deset do dvadeset godina (...). Toliko pa i više jugoslavenski je prosjek kasnio za podacima o proširenosti pojedinih kućanskih uređaja u razvijenijim zemljama“. Dobrivojević, Duda 2014, 49.

¹⁰⁸ Todorović-Uzelac 1987, 50.

¹⁰⁹ Ibid., 91.

antikolektivističkim, individualističkim etosom¹¹⁰ njihovi jugoslavenski pandani redovito ističu kolektivističke ideale i važnost doprinosa žene (majke, domaćice, supruge) državnom prosperitetu. Hegemonijski upliv u pitanja vođenja domaćinstva nedvosmisleno je artikuliran u uredničkom uvodniku *Svijeta* s početka 1964.: „Željeli bismo da servirate kako vam preporučuje ‚Svijet‘, da se odijevate kako za vas odabire ‚Svijet‘ – ukratko da živite onako kako vam savjetuje ‚Svijet‘!“¹¹¹ Iako je ton iskaza prisan te uporaba konjunktiva i glagola „željeti“ ublažavaju poruku, osnovno je poslanstvo teksta tendencija sveobuhvatnom utjecaju časopisa na životni stil čitatelj(ic)a.

Tekstovi o dom(aćinstv)u uglavnom se nalaze u posebnim rubrikama koje se bave stanovanjem i dizajnom interijera, komponentama koje su u šezdesetima neizostavne u ženskim časopisima. Za istraživanje recepcije dragocjeni će izvor biti pojedini komentari čitatelj(ic)a iz njihovih pisama redakciji, a iz rubrike s receptima iščitat će se kulturna povijest hrane i kuhinjskih konvencija u šezdesetima. Uslijed eksplozije popularnokulturnog interesa za stanovanje ti se sadržaji nerijetko prelijevaju i u druge segmente časopisa (primjerice, naslovnica prvog broja *Bazara* ujedno je i apologija socijalističke arhitekture).

Važan korpus izvora čine i jugoslavenski filmovi iz šezdesetih koji najčešće u komičnom registru tematiziraju novu stambenu situaciju i ubranu industrijalizaciju. Žudnja za vlastitim stanom artikulirana je u filmu Branka Bauera *Martin u oblacima* (1961.). Kratki film Zvonimira Berkovića *Moj stan* (1962.) u ironičnom tonu, iz perspektive djeteta, prikazuje selidbu obitelji iz starog građanskog stana u centru Zagreba u novozagrebačko naselje u izgradnji. Još jednu komičnu perspektivu nudi komedija Marijana Vajde *Zajednički stan* (1960.) iznoseći stanarske konflikte u nedovršenom stanu. Kratki film Kreše Golika *Od 3 do 22* (1966.) bez riječi prati jedan dan u životu mlade supuge, majke i radnice Smilje Glavaš i njezino putovanje iz ruralne, modernizacijom gotovo netaknute margine u urbano tkivo na posao, povratak i obavljanje kućanskih poslova. Još jedan alternativan kontekst koji odstupa od dominante socijalističkog stana u velegradu nudi film *Glasam za ljubav* Tome Janića (1965.) fokusirajući se na mladenaštvo buntovnog tinejdžera Slobodana u provincijskom

¹¹⁰ Do takvih je rezultata došla, primjerice, analiza najtiražnijih britanskih časopisa *Woman*, *Woman's Own* i *Woman's Weekly* u razdoblju od 1949. do 1974., ističući pritom upadljiv nesklad sadržaja tih časopisa s idealima perioda obilježenog socijalnim inicijativama i konceptom države blagostanja. Ferguson 1983, 51, 70.

¹¹¹ *Svijet* 1/1964, 3.

gradiću te njegovu žudnju za oslobođenjem od utjecaja obitelji i selidbom u Beograd.

Nacionalni i međunarodni sajmovi i izložbe stanovanja još su jedan vrijedan izvor informacija o popularnim konceptima stanovanja te njihovoj recepciji u onodobnom jugoslavenskom društvu. Ciklus izložaba *Porodica i domaćinstvo* održanih na Zagrebačkom velesajmu od 1957. do 1960. redovito donosi modele stambenih rješenja u prirodnoj veličini te fingira kao „najneposredniji oblik komuniciranja“ koji posjetitelji(ca)ma zorno predočava nova arhitekonska rješenja.¹¹² Kako Jasna Galjer i Iva Ceraj dalje navode: „Prikazati, naime, stanove minimalne kvadrature u stvarnom mjerilu značilo je iskušati razinu njihove estetske funkcionalnosti i predstaviti ih kao svojevrsni izazov publici, odnosno, krajnjem korisniku“.¹¹³ Kao i artefakti popularne kulture, i ovaj medij bitno je obilježen didaktičkim poslanstvom i zaokupljen mogućnostima preodgoja stanara i njihove prilagodbe novom životnom stilu. Kako Andrija Mutnjaković ističe: „funkcioniranje ovih stanova moguće [je] samo kod ljudi koji znaju stanovati, koji imaju suvremenu stambenu kulturu“.¹¹⁴ Modernistički racionalističko-prosvjetiteljski sentiment humanističkoga predznaka često završava u procjepu između želja i stvarnosti ne uzimajući u obzir materijalne uvjete i mogućnosti, razinu obrazovanja i financijskih mogućnosti stanovništva, ali i praktična ograničenja asortimana državne industrije u sferi dizajna te industrijskoga oblikovanja.

U analizu će ući i nekoliko primjera iz (popularne) književnosti te reklama (objavljivanih u tisku). Kako piše David Crowley, reklame, konvencionalno funkcija kapitalizma, u razdoblju ojuženja na kraju pedesetih i u šezdesetima sve su prisutnije u socijalističkom kontekstu, pod uvjetom da mogu koristiti socijalističkim interesima (u prvom redu promociji državne industrije).¹¹⁵

Istraživanje svjesno zapostavlja ekstenzivnije bavljenje specijaliziranim revijama za uređenje doma (npr. *Naš dom*) zbog njihove manje tiraže i uže publike koja nema karakter masovnih, općih mjesta popularne kulture i koje su intenzivnije prisutne na tržištu tek krajem dekade, kad je čitateljstvo već skupilo dovoljno iskustva s takvim sadržajima posredstvom

¹¹² Galjer, Ceraj 2011, 279.

¹¹³ Ibid., 282.

¹¹⁴ Citirano prema: ibid., 282.

¹¹⁵ Crowley 2008, 130.

upravo ženskih časopisa.¹¹⁶

Povremeno će se referirati i na usporediva iskustva drugih europskih socijalističkih zemalja (u prvom redu SSSR-a, Čehoslovačke, Poljske i DDR-a), ali i kapitalističkih velesila (među kojima će SAD imati primat zbog izrazitog globalnog utjecaja na popularnu kulturu). Korištenjem žanrovski heterogenih materijala pokušat će se što cjelovitije obuhvatiti stanovanje prelomljeno kroz prizmu popularne kulture te se osloboditi okvira jednoga medija i njegovih zakonitosti, otvoriti interpretaciju prema interdisciplinarnoj kuturnoj povijesti. Tri glavne metodološke paradigme – kulturalni studiji, interdisciplinarni pristupi (socijalističkoj) materijalnoj kulturi i feministička teorija – neće se shvaćati kao odvojeni monoliti, već će se, s ciljem upućivanja na njihove kompleksne međuovisnosti, ispreplitati u tekstu.

3. Kako do stana?

Stupanjem socijalističkog režima na vlast u Jugoslaviji nacionalizacija imovine nije dosljedno provedena, ali posjedničko je pravo znatno ograničeno (na dva veća ili tri manja stana), a iznajmljivanje stana izvan državnih struktura gotovo onemogućeno. U teoriji, državni je stambeni fond trebao osigurati stanove za nove doseljenike u grad, a kao presudni kriteriji definirani su broj članova obitelji i radni staž podnositelja zahtjeva.¹¹⁷ Pritom je nuklearna obitelj bila preferirani, državno subvencionirani oblik zajednice, dok su samci mnogo teže dolazili do vlastita stana koji ih je i stajao više.¹¹⁸ Druge su investicije imale prioritet i rast fonda nije pratio nagli gospodarski procvat i intenzivnu industrijalizaciju u Jugoslaviji na početku šezdesetih te je potražnja za stanom u gradovima, industrijskim centrima, daleko nadmašivala ponudu. Problem rješenja stambenog pitanja intenzivirala je i politika koncentracije industrije u veće centre, što dovodi do preopterećenja urbane

¹¹⁶ Revija *Naš dom* počinje izlaziti 1967., a reklamira se u *Bazaru* krajem dekade. *Bazar* 115/1969, 68.

¹¹⁷ Musić 2013, 141.

¹¹⁸ Rose M. Somerville uspoređuje visinu najma u Beogradu 1963. za obiteljski stan (oko 4 000 dinara mjesečno, nešto manje od petine prosječne plaće) s onim samačke sobe (čak do 20 000 dinara). Značajan je nedostatak potonje manjak privatnosti uslijed suživota s vlasnicima stana pod njihovim uvjetima (često prigovaranje zbog gostiju, trošenja električne energije i sl.). Somerville 1965, 359.

infrastrukture.¹¹⁹

Proces dobivanja stana zbog asimetrije ponude i potražnje često je bio dugotrajan i neizvjestan te dodatno otežan diskriminacijom i korupcijom.¹²⁰ Dodjela stanova bila je, paradoksalno za socijalističku državu, duboko obilježena klasnim nejednakostima: zaposlenici na višim funkcijama (stručnjaci poput inženjera te upravitelji) češće su dobivali stanove, i to u centralnim gradskim općinama, a važan je faktor bila i ekonomska snaga tvrtke.¹²¹ O općoj važnosti stambenog pitanja i kvalitetnog stanovanja svjedoči i činjenica da je među povodima za studentske prosvjede u Beogradu tijekom ljeta 1968. bilo i nezadovoljstvo životnim uvjetima i nepravednom distribucijom stanarskoga prava koja pojačava društvene nejednakosti.¹²² U komediji *Zajednički stan* Marijana Vajde ismijava se nejasna državna logika dodjele stanova, a nadležni se organ figurativno predstavlja kao božanstvo (obitelj tek useljenih stanara zaklinje se riječima: „Tako mi pomogo Stambeni odsek“).¹²³ Stambeni je odsjek u filmu izrazito hirovite, nepredvidive, gotovo kafkijanske prirode. Nakon što se kaotični konflikt većinom ilegalno useljenih stanara riješio trostrukim uparivanjem (koje, praktično, reducira broj potrebnih soba) na samom kraju komedije pojavljuje se novi stanar, trubač s troje djece, koji poremećuje tek uspostavljenu ravnotežu i stanari se, izravno gledajući u kameru, obraćaju publici riječima: „Molimo vas, primite nas na stan“.¹²⁴

Istovremeno je u popularnoj kulturi sve izraženija i glasnija formulacija žudnje za stanom, potreba za intimnim prostorom za samce, mlade parove i nuklearne obitelji.¹²⁵ Ženski časopisi morali su taj problem i na ideološki adekvatan način prezentirati i izbjeći stvaranje

¹¹⁹ Čaldarović 1985, 10-11.

¹²⁰ Musić 2013, 141-2.

¹²¹ Dobrivojević, Duda 2014, 46.

¹²² Musić 2013, 148.

¹²³ *Zajednički stan* 1960, 18:28-18:35.

¹²⁴ *Ibid.*, 94:58-95:03.

¹²⁵ U filmu *Martin u oblacima* studentski par bezuspješno traga za trunkom privatnosti. Rastuća važnost intimnog stambenog prostora tematizirana je i u komediji Billyja Wildera *The Apartment* (1960.) u kojoj glavni lik C.C. Baxter, newyorški službenik, svoj stan povremeno prepušta kolegama u zamjenu za profesionalno napredovanje. Problem očajničke potrage za privatnim kutkom javlja se u kontroverznom i naposljetku zabranjenom romanu *Osmi Dzień Tygodnia* (*Osmi dan u tjednu*) poljskoga autora Mareka Hłaska iz 1956. (usp. Crowley 2002, 192-193).

utiska o zakazivanju države u rješavanju stambenog pitanja. S jedne strane, naglašava se moguće poduže trajanje postupka, ali tekstovi redovito imaju sretan završetak, donose iskustva onih koji su uspjeli i konačno su se uselili u svoj dugo očekivani stan.¹²⁶ Optimističan narativ dominantna je pripovjedačka struktura u ženskim časopisima još od početka XX. stoljeća, ali može se tumačiti i kao poslijeratno orijentiranje na svijetlu budućnost¹²⁷ ili pak kao refleks „[o]zračj[a] naivnosti, kolektivnog entuzijazma i vjerovanja u čudo“ tipičnog za rane šezdesete, razdoblje ekonomskog procvata Jugoslavije.¹²⁸ Isti narativni obrazac Susan E. Reid analizira u kontekstu ideološkog ojuženja u SSSR-u šezdesetih, za vrijeme Hruščovljeve vladavine, primjećujući da je useljenje u novi stan u onodobnom tisku slavljeno kao „sjajno, radosno kolektivno iskustvo perioda“ te popraćeno fotografijama građevinskog procvata.¹²⁹ Lynne Attwood, također se referirajući na kontekst hruščovljevskog SSSR-a, uvjerljivo tvrdi da je aktivna uloga u podnošenju zahtjeva za stanom pripisana muškarcu (suprugu), ali da je, istovremeno, u tisku zastupana ideja o većoj važnosti rješavanja stambenog pitanja za njihove supruge koje bi time dobile veću autonomiju u organizaciji kućanstva (posebno u prostoru kuhinje i pri odlukama o opremanju interijera).¹³⁰

Reportaža Pere Zlatara „Skopska mladost 1964.“ objavljena u *Svijetu* nosi podnaslov „Na spisku želja nije ‚Fićo‘. Želja br. 1: VLASTITI STAN!“ koji upućuje na rastuću važnost mladenačkog subjekta u šezdesetima, ali i na jasnu artikulaciju potrebe za vlastitim stambenim prostorom već u adolescentskom uzrastu.¹³¹ U tekstu se željeni stambeni prostor i konkretizira: „Prije svega tu je montažna kuća, a do nekoliko godina i ona 'prava', koja će niknuti u nekom od novih skopskih naselja“.¹³² Iskaz zorno pokazuje napetost između sadašnjosti (pri čemu treba uzeti u obzir i kontekst potresa koji je te godine pogodio Skopje) i

¹²⁶ Takva narativna struktura, uobičajena u polju popularnih časopisa, naziva se *T.O.T.* ("triumph over tragedy") te šalje poruku optimizma i prevladavanja problema aktivnim investiranjem u njihovo rješavanje. Ferguson 1983, 51.

¹²⁷ Todorović-Uzelac 1987, 75, 107.

¹²⁸ Duda 2005, 48.

¹²⁹ Reid 2004, 163.

¹³⁰ Attwood 2004, 185, 194.

¹³¹ *Svijet* 3/1964, 5.

¹³² *Ibid.*, 5.

obećanja o boljoj budućnosti.¹³³ U reportaži se miješaju termini „stan“ i „kuća“, moderni i tradicionalni tip stambenoga prostora. Spominjanje grupe novogradnji koje tek trebaju niknuti u novim naseljima sugerira da će ipak biti riječ o stanu.

Još je konkretniji put do stana demonstriran u reportažama o pojedinačnim sudbinama. Članak Kreše Špeletića „Trnski ‚pereulki‘“, također objavljen u *Svijetu* 1964., bavi se rješavanjem stambenoga pitanja nastavnice Rozike Lajtman, njezina supruga i dvaju sinova školskog uzrasta.¹³⁴ Pripovjedni glas uglavnom je Rozikin, s tek sporadičnim upadicama supruga i sina. U prvi se plan stavlja žensko iskustvo, u skladu s kontekstom objavljivanja u ženskom časopisu. Tekst počinje navođenjem motivacije za preseljenje iz Čakovca u novozaagrebačko naselje Trnsko (velegradska ponuda bolja je za djecu), u središnjem dijelu obrađuje se problematika stjecanja stana (dizanje dvaju potrošačkih kredita i uplaćivanje u stambenu zadrugu prosvjetnih radnika) s otegotnim okolnostima u vidu višegodišnjeg otezanja s rokovima, a završni dio govori o konkretnim problemima (neredovit javni prijevoz, nedovršenost naselja, otuđenost među stanarima). Narativ napretka koji će se u potpunosti doseći prema budućnosti združuje se s optimističnim dojmom brzog kretanja prema obećanoj vremenskoj točki:

*Znate (...), na kraju te ledine bila je neka kućica. Imali su i konja. Inače, uokolo nije bilo ničega. Bila sam spremna da odustanem od selidbe kad sam sve to vidjela. Sve se činilo tako dalekim, nedokučivim. (...) Slijedeće godine već nije bilo tako pusto. Prostor se ispunio novim zgradama. Odjednom više nisam mogla pronaći našu. (...) Počelo mi se sviđati, bilo je, eto, sve novo.*¹³⁵

Poruka napretka i oduševljenost novime postulira se i u ilustraciji uz tekst: crno-bijela fotografija uključuje nekoliko stanovnika koji se kreću prema tek sagrađenim stambenim zgradama u pozadini koje ispunjavaju gotovo čitav obzor, a mogu se identificirati kao tip Tučkorić i tip Bartolić koje karakterizira pročelje oblika horizontalno položenog pravokutnika

¹³³ Retorika usmjerena na budućnost Živo je prisutna, primjerice, i u DDR-u. Standardizirani tip stana P 2 nastao 1962., druga verzija tipa *Plattenbau*, koji je, nakon eksperimentalne faze, tipa P 1, ušao u masovnu proizvodnju te je u popularnom je tisku šezdesetih redovito nazivan „stanom budućnosti“ i „stanom sutrašnjice“. Ironičnim čitanjem ove tvrdnje u doslovnom ključu dolazi se do zaključka da će mnogi građani i građanke još neko vrijeme morati pričekati na vlastiti stambeni prostor. Gruner 1996, 95.

¹³⁴ *Svijet* 1/1964, 5.

¹³⁵ *Ibid.*, 5.

(sl. 1).¹³⁶ Najviša od prikazanih zgrada još je u procesu izgradnje te funkcionira kao vizualna metonimija graditeljskog zamaha, bolje, grandioznije budućnosti kojoj valja stremiti. Nije slučajno da je izabrana reportaža smještena upravo u Trnsko: ovo je naselje reprezentativno kao prvo cjelovito planirano novozagrebačko naselje u koje prvi stanovnici dolaze 1961., a građevinski su radovi u punom jeku sve do 1966.¹³⁷

Sličnu poruku monumentalizacije građevinskog zamaha šalje i naslovnica prvog broja *Bazara* koja prikazuje jugoslavensku glumicu Irenu Kolesar s novim neboderom u pozadini (sl. 2). Kao što se Irena Kolesar proslavila glumom u filmovima o partizanskoj borbi i postala licem revolucije, simbolom nove države, neboder je također nabijen simboličkim značenjem kao bitna forma (buduće) jugoslavenske arhitekture. Oba označitelja, monumentalizirana uporabom donjeg rakursa, upućuju na okretanje novog lista, radikalno usmjerenje prema budućnosti i gradnju vlastitih kanona. Izbor perspektive nije slučajna; teoretičar dizajna David Crowley interpretira ga kao tipično socijalistički fetišizam vizure koji uključuje i promišljanja o vidljivosti pojedinih važnih zgrada te o njihovim pročeljima, odnosno vizualnim porukama koje arhitektura šalje.¹³⁸ Socijalistička stambena arhitektura zbog monumentalnih dimenzija i ogoljenosti od arhitektonske plastike i danas je markantna pojava u tkivu mnogih gradova bivšeg Istočnog bloka.

U svim je navedenim primjerima privilegirana ideja gradnje od nule, „bijeje stranice“¹³⁹ – ignoriranje povijesne slojevitosti i zatečenih struktura (građevinskih objekata ili pak poljoprivrednih ili neobrađenih zemljišta). Socijalistička stambena arhitektura ne percipira se kao eventualni kontinuitet, nastavljanje na tekovine tradicije (primjerice, nainternacionalni stil iz međuraća), već kao odlučan rez, prekid s tradicijom. Neke su od najupadljivijih manifestacija toga stava u onodobnoj popularnoj kulturi ideja „brisanog prostora“, fizički i semantički praznog poligona koji se ispunjava tek socijalističkom arhitekturom, fokus na novim naseljima te izbjegavanje reminiscencija na prošlost korisnika i korisnica tih novih stambenih prostora podignutih u socijalističkom duhu.

Moj stan, kratki film Zvonimira Berkovića, u tom je aspektu iznimka te živo

¹³⁶ Strukić 2010, 31-32.

¹³⁷ Ibid., 11, 39.

¹³⁸ Crowley 2002, 185.

¹³⁹ Backović 2010, 45.

dijalogizira s arhitektonskom prošlošću prateći selidbu četveročlane obitelji iz historicističke zgrade u zagrebačkom Donjem gradu u stan u novogradnji. Priču u *offu* pripovijeda djevojčica, što proizvodi efekt začudnosti i česte komično-ironične momente apostrofirane izražajnim sredstvima *slapstick* komedije nijemoga filma (samo pripovjedačica ima glas u filmu). Selidbu je, u skladu s već spomenutom tezom Lynne Attwood o asimetriji rodni uloga u dobivanju socijalističkoga stana, inicirala supruga vršeći konstantan verbalni pritisak na supruga. U uvodnoj sceni, djevojčica gleda kroz prozor novoga stana, na blatnjavo dvorište u kojem se igraju djeca te počinje svoju priču riječima: „Ja imam lijepi stan. Moj stan je u jednoj velikoj novoj kući. Ranije sam stanovala u jednoj staroj ružnoj kući. Prije rata u našoj zemlji gradili su samo stare ružne kuće.“¹⁴⁰ Iskaz „stare ružne kuće“ vizualno je uparen s kadrom tipične donjogradske ulice, a apologija novog stana s vizurom urbanog prostora u nastajanju. Tipična je taktika filma kontrastiranje teksta (dječjeg viđenja shvaćenog kao nepouzdana pripovjedačke instance) i slike. U sceni dolaska u novo naselje pripovjedačica komentira:

*Naš novi stan je u budućem centru grada. To je lijepi kraj, samo su trgovine tako daleko da mama mora izgubiti cijelo jutro ako hoće kupiti nešto za ručak, ali tata kaže da će za dvadeset godina ovdje biti mnogo lijepih kuća i velika Nama. Moj tata vidi daleko naprijed.*¹⁴¹

Istovremeno, gledatelj(ica) vidi pretežno ruralne elemente: krave uz utabani, neasfaltirani put i žene u tradicionalnoj odjeći (sl. 3). Takva dvostruka perspektiva jasno demonstrira mehanizme tzv. komprimirane, nadoknadne modernizacije¹⁴² nabijene unutarnjim proturječnostima i napetostima između modernog i predmodernog, prošlosti i sadašnjosti, koje se ne mogu instantno izbrisati. U *Zajedničkom stanu* jedan od likova ironično dobacuje: „a ko je još video da se neko useli kad je zgrada tek gotova“,¹⁴³ useljavajući se u stan kojem nedostaju zidovi, prozori i vrata. Sukobi među stanarima koji su se uglavnom ilegalno uselili podsjećaju na strukturu odnosa u sovjetskim komunalnim stanovima u kojima stanari dijele kuhinju, kupaonicu, a ponekad i dnevni boravak, istovremeno aludirajući i na ruralne prilike

¹⁴⁰ *Moj stan* 1962, 0:23-0:35.

¹⁴¹ *Moj stan* 1962, 3:39-3:56.

¹⁴² Duda 2012, 298.

¹⁴³ *Zajednički stan* 1960, 10:06-10:09.

multigeneracijskih obitelji pod istim krovom.

Manjak stambenoga prostora i osnovne infrastrukture doprinio je ruralizaciji gradova, fenomenu posebno akutnom u pedesetima kad se započinje s velikim državnim projektima socijalističke stanogradnje koji su uglavnom bili nedovršeni, polufunkcionalni stanovi bez struje i vode.¹⁴⁴ Nedostatak infrastrukture i resursa, ali i stare navike potiču ruralizaciju gradova: u filmu *Zajednički stan* koza jedne od stanarki živi u kupaonici, a drugi stanar u svojoj sobi cijepa drva.¹⁴⁵ Nositelji tradicionalnih modusa življenja u oba su primjera pripadnici stari(ji)h generacija. Ironiziranje socijalističke stambene utopije javlja se i diljem Istočnog bloka: u DDR-u su, primjerice, stanarke i stanari stanove u socijalističkim novogradnjama kriomice posprdno nazivali „radničkim ormarićima“ ili pak „WC-ima za stanovanje s kuhinjskom nišom“.¹⁴⁶

Moj stan problematizira i postojanje razlika među socijalističkim novogradnjama. Djevojčica tako primjećuje:

*Ima mnogo kuća kao što je naša, ali još mnogo više ima kuća s velikim balkonima, sa širokim prozorima, s bijelim kuhinjama. Tamo mirisi hrane ne idu u sobu i tamo nema dugačkih hodnika gdje svi vide svakoga. (...) Pitala sam tatu zašto kod nas grade i ovakve i onakve stanove, a tata je rekao da je to zato što u našoj zemlji još mnogi ljudi nemaju stana pa zato treba graditi jeftino.*¹⁴⁷

U tom se iskazu diskretno naznačava pitanje nejednakosti unutar načelno egalitarnog društva, ali i gorući problem masovnog rješavanja stambenog pitanja.

Kako Petra Gruner ironično komentira izložbu *Besser leben – schöner wohnen* (Živjeti bolje – stanovati ljepše) održanu 1953. u Istočnom Berlinu, za masovno poboljšanje kvalitete stanovanja prvi je nužan preduvjet rješenje stambenog pitanja.¹⁴⁸ Nakon faze nabavke stana slijedi novi izazov, kao što to prištinska čitateljica *Bazara* formulira 1965.: „Dobila sam nov

¹⁴⁴ Dobrivojević, Duda 2014, 46.

¹⁴⁵ *Zajednički stan* 1960, 69:18-69:28.

¹⁴⁶ Liebscher 2009, 89.

¹⁴⁷ *Moj stan* 1962, 12:13-12:50.

¹⁴⁸ Gruner 1996 91.

stan i rešila se jedne velike brige, ali sada imam nove“.¹⁴⁹ Nove brige tiču se adekvatnog namještanja najčešće skućenog stambenog prostora. Na takve prigovore *Svijet* odgovara uvođenjem serije priloga s primjerima tlocrta stvarnih stanova i njihova optimalnog uređenja. Autor uvodnog članka „Stan naš svagdašnji“ (1964.), potpisan kao „R. S. ing. arh.“ (muški se rod daje iščitati iz gramatičkih oblika u tekstu) kritizira „zastarjele“ žudnje stanara novih stanova koji se ne prilagođavaju socijalističkim idealima jednakosti. Za takvu jednakost, R. S. ističe, nužno je razumijevati stan kao masovni industrijski proizvod, a ne umjetničko djelo. R. S. ipak priznaje da, osim konzervativnih shvaćanja, ima i drugih prepreka optimalnom namještanju stana: „Na žalost, naša industrija nam najčešće ne pruža baš ono što trebamo. A ukoliko i pruža, pitanje je cijene i informiranosti potrošača“.¹⁵⁰

Isti autor u sljedećim brojevima daje savjete o namještanju konkretnih stanova, tipskih objekata „Tempo T-43“ jugoslavenskog poduzeća *Tempo*, dvosobnog stana građenog u novozagrebačkom naselju Siget.¹⁵¹ Čitateljica *Svijeta* iz Novske poslala je tlocrt svoga budućeg stana tražeći stručan savjet za njegovo opremanje. R. S. u uvodnom dijelu brani uniformnost tlocrta koju mnogi negativno karakteriziraju kao monotonu, ističući njegovu praktičnost u procesu gradnje, ali i homogenizaciju stanovanja koja njegove prijedloge čini univerzalnijima, korisnima za više čitatelj(ic)a. U članku se predlažu i konkretni komadi namještaja domaće tvrtke *Exportdrvo*: nacionalni se ekonomski interesi naziru u cjelovitom programu promocije – od državnog stana do državnog mobilijara.

Zadaća popularne kulture, kako se daje iščitati iz ovog primjera, jest pregovaranje s mogućnostima i željama potrošač(ic)a, uključivanje savjeta stručnjak(inja), težnja poboljšanju kvalitete stanovanja uz manje preinake te žustro promoviranje modernog životnog stila. Ta će se problematika u nastavku detaljnije analizirati krećući se kroz pojedine prostorije i razmatrajući najčešće njima pridružene funkcije.

4. Dnevni boravak

¹⁴⁹ *Bazar* 2/1965, 3.

¹⁵⁰ *Svijet* 12/1964, 11.

¹⁵¹ *Svijet* 14/1964, 11.

Novi model stanovanja privilegiran u jugoslavenskim medijima presudno je obilježen fleksibilnošću pojedinih komada namještaja i namjene pojedinih prostora. Posebno je dnevna soba bila nositeljem ideala fleksibilnog i komunikativnog stana.¹⁵² Taj je prostor, osim u simboličkom, centralan i u doslovnom, topografskom smislu – smješta se u središte stana¹⁵³ i u pravilu je najveća i najizrazitije multifunkcionalna soba u stanu.

U ovom će se segmentu prvo pobliže razmatrati ideali multifunkcionalnosti i racionalnog raspolaganja prostorom oprimjereni na kauču, komadu namještaja koji u šezdesetima ubrzano dobiva na značenju. Zatim će se na primjeru televizora analizirati uloga novih medija u strukturiranju prostora. Treći aspekt od interesa za konstrukt jugoslavenske dnevne sobe jesu „uradi sam(a)“ aktivnosti koje se često smještaju upravo u taj dio stana. Detaljnije će se analizirati šivanje, paradigmatička ženska aktivnost između razonode i dužnosti, a bit će riječi i o izradi namještaja i drugim srodnim djelatnostima. Četvrti segment u analizi odnosi se na pitanje o „dobrog“, „ideološki ispravnog“ stanovanja i estetike u namještanju doma na koje će se odgovoriti razmatranjem dekorativne umjetnosti poželjne u domu.

Dnevni je boravak svakodnevno bio poligonom za bitno različite aktivnosti, poput intelektualnog rada (čitanje, pisanje, učenje), konzumacije medija (novine, televizija, radio, slušanje ploča), socijalizacije, „uradi sam(a)“ hobija (pletenje, šivanje i drugi „do it yourself“ projekti u kućnoj radinosti) te spavanja. Takva je polifunkcionalnost trebala biti olakšana (omogućena) adekvatnim namještajem koji se brzo i lako može transformirati ovisno o trenutnoj funkciji prostora

Među prioritetima u uređenju jugoslavenskoga doma u šezdesetima racionalno je raspolaganje prostorom, njegova ušteda koja se postiže bilo reduciranjem broja soba, bilo

¹⁵² Hain 2004, 7.

¹⁵³ Ellen Lupton i J. Abbott Miller u studiji o kulturnopovijesnom značenju prostora kupaonice i kuhinje u psihoanalitičkim terminima interpretiraju dnevni boravak kao „ispravno“, reprezentativno središte, „srce“ stambenog prostora suprotstavljajući mu potisnutu kuhinju i kupaonicu konceptualizirane u freudovskoj oralnoj i analnoj fazi. Lupton, Abbott Miller 1992, 8.

izborom adekvatnog namještaja i njegovim optimalnim razmještajem.¹⁵⁴ Građanska je kultura od XIX. stoljeća sve jače naginjala jasnom razdvajanju funkcija, počevši od izmještanja radne iz stambene zone, a zatim inzistirajući na zasebnoj spavaćoj sobi i blagovaonici.¹⁵⁵ Martin Warnke iznosi tezu o upisanosti prošlih funkcija u modern(ističk)e dnevne sobe: oniski stolić uz kauč, kao i vitrina, preostaci su funkcije blagovanja¹⁵⁶ Predsocijalistički, građanski stambeni modus uključivao je odvojenu spavaću sobu za supružnike, prostor koji se koristio tek osam sati dnevno, luksuz kakav u skućenim socijalističkim novogradnjama više nije moguć, ali ni ideološki nužan.¹⁵⁷ Multifunkcionalnost stambenih prostorija preporuka je i stručnih krugova: Prvo savjetovanje o stambenoj izgradnji i stanovanju (Ljubljana, 1956.) promovira fleksibilnije promišljanje funkcija pojedinih prostorija posebno se osvrćući na razlike između dnevnog i noćnog ritma.¹⁵⁸ Eliminacija spavaće sobe pokušava se ublažiti i semantički transformirati u popularnim medijima; njihova je zadaća strpljivo „privesti“ stanovništvo modernizaciji.¹⁵⁹ Ideja modernističkog racionalizma, maksimalnog učinka, glavni je argument za ukidanje posebnog spavaćeg prostora i ubacivanje te funkcije u dnevni boravak (s druge strane, dječja soba ipak se u pravilu zadržava). Tekst „Ni vaš stan nije teskoban“ u prvom broju beogradskog *Bazara* (15. prosinca 1964.) gorljivo promiče ukidanje spavaće sobe:

Svakako smatrate da treba imati sasvim posebnu prostoriju za spavanje, koju ste opremili sa dva bračna ležaja, noćnim ormarićima, trokrilnim ormarom, toaletom i sličnom. Ili možda u stanu od dve sobe jednu određujete za spavanje, a drugu

¹⁵⁴ Neki elementi toga modernističkog racionalizma vuku podrijetlo iz povijesnih avangardi s početka XX. stoljeća ili su, pak, još jače usidreni u tradiciju (npr. kulturna konvencija o postavljanju namještaja paralelno sa zidovima javlja se već sredinom XIX. stoljeća, u stilu koji se u povijesti dizajna naziva bidermajerom). Wichmann 2012, 32.

¹⁵⁵ Warnke 1979, 674.

¹⁵⁶ Ibid., 674-675.

¹⁵⁷ Problem skućenosti, osim skromne kvadrature stambenog prostora intenzivirao je i čest suživot više generacija pod istim krovom, u stanovima koji su bili planirani za nuklearnu obitelj. David Crowley analognu situaciju u Varšavi krajem pedesetih i u šezdesetima opisuje metaforom sardina u konzervi. Više u: Crowley 2002, 182.

¹⁵⁸ Galjer, Ceraj 2011, 283.

¹⁵⁹ Ipak, prema istraživanju Jugoslavenskog instituta za gradsko planiranje i izgradnju provedenom 1974. u Novom Beogradu stanovnici su se i dalje pretežno žalili na skućenost prostora i nuždu multifunkcionalnosti u većini prostorija. Musić 2013, 149.

*smatrate sobom za primanje, te se čitav život porodice praktički odvija na relaciji predsoblje-kuhinja. (...) klasična garnitura nameštaja u sobi za spavanje isključuje mogućnost da se i ova prostorija upotrebi kao korisni stambeni prostor.*¹⁶⁰

Lobiranjem za ukidanje razgraničenja na osnovi ukućani-gosti korjenito se mijenja odnos (polu)javnog i privatnog prostora u domu, kolektivno dobiva važniju ulogu od privatnosti koja se povezuje s prethodnim režimom i građanskim mentalitetom.¹⁶¹ Problematici komadi namještaja jasno se imenuju (noćni ormarići, glomazni trokrilni ormar, dva bračna kreveta) i prokazuju kao relikti prošlosti neprilagođeni novom životnom stilu.¹⁶² „Prijekor“ *Bazara* ima dvočlanu strukturu tipičnu za mehanizme preodgoja aktivne u onodobnim ženskim časopisima Prvi dio u drugom licu jednine (modusu direktnog obraćanja recipijenticama) iznosi pogrešno uvjerenje, problem, a u drugom se dijelu, posežući za naoko objektivnim, neosobnim trećim licem jednine, nastoji opovrgnuti i korigirati ukorijenjeno vjerovanje ili običaj. Pritom se problem narušavanja bračne intimnosti i seksualnog života prešućuje, iako je on latentno prisutan u popularnoj kulturi.

Na sličan se način obračunalo i s idejom zasebne radne sobe. *Svijet* 1960. upozorava čitatelji(ce): „Čak i u najmodernijim građevinama teško je predvidjeti jednu posebnu prostoriju, koja bi isključivo služila kao studio za pisanje“.¹⁶³ Umjesto nerealistične odvojene radne sobe predlaže se organizacija „kuta za pisanje“ u dnevnom boravku. Koncept kutka ili niše iskorištava se i za rješavanje problema blagovaonice kojoj isto tako nema mjesta u socijalističkim novogradnjama te se zamjenjuje „kutkom za jelo“, u pravilu također u dnevnoj sobi.¹⁶⁴

¹⁶⁰ *Bazar* 1/1964, 15.

¹⁶¹ U stambenoj politici SSSR-a nalaze se još radikalniji primjeri. Već je Lenjin osudio stanove u kojima je broj soba veći ili jednak broju ukućana (kao i u jugoslavenskom slučaju, koristeći argument anakronističnog prežitka prošlog društveno-političkog sustava), a uzmicanje privatnog prostora nastavljeno je u tzv. „komunalnim stanovima“ u kojima su ne samo spavaća ili pak radne sobe, već i dnevni boravak otpisani kao „dekadentni luksuz“. Svi su stanari zgrade dijelili kupaonicu, kuhinju i hodnik, a kao prostor za obitelj preostala je tek multifunkcionalna soba. Boym 1994, 123-125.

¹⁶² Nekompatibilnost starog repertoara namještaja s novim stanovima istovremeno je bila i predmetom kritike jer implicira nužnost počinjanja od nule, financijski zahtjevne nabavke novog mobilijara. Gruner 1996, 95.

¹⁶³ *Svijet* 10/1960, 6.

¹⁶⁴ *Svijet*, 2/1964.

Dvije osnovne grupe namještaja primjenjive na različite slučajeve jesu skladištenje stvari (regali, police, komode) i smještanje osoba (stolci, ležajevi). Prvi problem rješava se modularnim zidnim regalima od niza pretinaca. Za zadovoljavanje druge potrebe zdušno je promoviran kauč – fleksibilan komad namještaja koji preko dana služi za sjedenje, a noću se pretvara u krevet. Sjedeća garnitura, tipičan namještaj za dnevnu sobu, razvija se u XIX. stoljeću kao protuteža građanskom salonu koji je primarno reprezentativan prostor, a ne mjesto svakodnevne interakcije članova obitelji.¹⁶⁵ Kauč ili sofa pritom ukidaju hijerarhiju među pojedincima, postavljajući ih na istu visinu.¹⁶⁶ U šezdesetima kauč i elementi uza nj (naslonjač(i), stolić) postaju geometrijski strogi, četvrtasti, oštih bridova, i predstavljaju protureakciju na zaobljene forme pedesetih utjelovljene u paradigmatskom asimetričnom stoliću oblika bubrega.¹⁶⁷ Modernistički etos, racionalističko razlaganje na funkcije i potraga za optimalnom formom manifestira se u prilogu *Svijeta* (1967.) koji čitatelj(ic)e upućuje kako izraditi jedan takav ležaj: „Da bi mogli sami izraditi ležaj, moramo ga dokraja pojednostavniti, drugim riječima, moramo ga svesti na minimum njegovih funkcionalnih dijelova.“¹⁶⁸ Industrijska logika efikasne i brze proizvodnje, odbacivanje dekorativnih elemenata koji usložnjavaju proizvodni proces, preslikava se u kućnu sferu i manualnu proizvodnju. Kauč na razvlačenje ujedno znači i uštedu prostora, a njegova se ekonomičnost nerijetko nadopunjuje i ladicom za skladištenje ispod sjedišta. *Praktična žena* već 1961. predlaže ležaj koji se preko dana pretvara u klupu, već naslovom („Moderan ležaj ne zauzima mnogo prostora“) apostrofirajući uštedu prostora i modernost kao dva vodeća prioriteta.¹⁶⁹

Mjestimično se objavljuju i prilozi koji se odmiču od pragmatičnosti i funkcionalnosti te uvode moderne dizajnerske komade namještaja. Tekst „I nameštaj ima ‚visoku modu‘“ (1965.) *Bazarove* stalne suradnice, arhitektice Radmile Peronje predstavlja nekonvencionalan spoj ležaja, fotelje i kanapea koji je rad neimenovanog danskog dizajnera predstavljen na međunarodnom sajmu namještaja u Kölnu prethodne godine (sl. 4). Objekt se sastoji od kompleksa intenzivno crvenih jastuka ovalnoga presjeka i metalnih šipki te aludira

¹⁶⁵ Warnke 1979, 680.

¹⁶⁶ Martin Warnke oprimjeruje egalitarne implikacije pozivanjem na suvremene reprezentacije visokopozicioniranih političara koji su često fotografirani kako sjede na sofi. Ibid., 678.

¹⁶⁷ Ibid., 683.

¹⁶⁸ *Svijet* 4/1967, 27.

¹⁶⁹ *Praktična žena* 120/1961, 37.

na metaforiku kozmosa i bestežinskog stanja posebno popularnu u šezdesetima obilježenima „svemirskom utrkom“ SAD-a i SSSR-a. Izostavljanje imena dizajnera kao i činjenica da se tekst referira na, za novinske pojmove, odavno prošao događaj, demonstrira kašnjenje za „modom“. Sam se komad namještaja predstavlja kao začudan „krik mode“ koji izaziva zbunjenost publike, a taj dojam pojačavaju i crveno-bijele fotografije objekta kojima nije svrha transparentnost, eksplikativnost, već dodatno mistificiranje objekta. Članak se poentira fokusom na praktične pouke koje čitatelji(ce) mogu izvući iz ovog primjera: „Preterano ‚ambiciozan‘ i originalan, ovaj nameštaj će nam ipak, možda, dati koju želju za improvizaciju sa jastucima umesto fotelja, za slobodnija shvatanja o predmetima koji nas okružuju“.¹⁷⁰ Izrazita originalnost namještaja vidi se kao nedostatak zbog otežane industrijske proizvodnje i neuklapanja u tipizirane stambene objekte te je autorica vrlo dobro svjesna fikcionalne, a ne doslovne prirode ovoga komada namještaja koji u jugoslavenskom kontekstu može biti tek inspirativan materijal za fantazije čitateljstva.

Od dizajnerskih komada namještaja u zrelih se šezdesetima na više mjesta pojavljuje modernistički stolac u obliku tulipana iz 1956., rad Eera Saarinen za tvrtku *Knoll*. U *Bazarovu* članku „Leto na vašim prozorima“ (1965.) dva stolca ovoga tipa uključena su u scenu, ali funkcioniraju samo kao scenografija, rekviziti u prozračnom bijelom ambijentu koji ilustrira učinak zavjesa obrađivanih u tekstu (sl. 5).¹⁷¹ Pojava dizajnerskih komada namještaja koji odudaraju od drugih priloga u istom časopisu upućuje na interpretaciju ove fotografije u boji kao uvoznog materijala. Varijacija istog stolca javlja se i u *Svijetu* 1967.,¹⁷² također kao dio izrazito modernog ambijenta djevojačke sobe, bez spomena imena dizajnera ili bilo kakvih informacija o konkretnim mogućnostima nabavke ovoga objekta što još jednom potvrđuje tezu o interpretiranju „visokog dizajna“ u jugoslavenskim ženskim časopisima kao generatora fantazija, a ne poticaja na konketnu potrošnju.

Projekti istaknutih domaćih dizajnera također su često bili usmjereni na budućnost i izlagani u verziji prototipa. Jedan od takvih primjera jest i „Stan bliske budućnosti“ hrvatskog arhitekta Bernarda Bernardija izložen na III. izložbi *Porodica i domaćinstvo* (Zagreb, 1960.) inspiriran modernističkim premisama (posebno mondrianovskim neoplasticizmom) i

¹⁷⁰ *Bazar* 8/1965, 34.

¹⁷¹ *Bazar* 17/1965, 34.

¹⁷² *Svijet* 5/1967, 31.

japanskom kulturom stanovanja manifestiranom u niskom namještaju i adaptabilnim zidovima inspiriranim paravanima.¹⁷³ Bernardijev projekt prezentiran je u obliku makete u prirodnoj veličini te vodi računa o ekonomičnosti gradnje posežući za prefabriciranim elementima.¹⁷⁴ Njegov prototip u masovnu je komunikaciju ušao putem iznimno dobro posjećene izložbe namijenjene širim slojevima građanstva, ali nije došao do faze industrijske proizvodnje te više fingira kao ideja i poticaj za razvoj moderne kulture stanovanja koji se nije izravno implementirao u nove socijalističke stanove.

Valja razlikovati preskriptivne modele stanovanja, primjere „ispravnog“ namještanja doma „s ukusom“ od njihovih konkretizacija, individualnog osmišljavanja interijera često uvjetovanog raznolikim mikrokontekstima i obiteljskim prilikama. Primjerice, u mnogo slučajeva u prostoru namijenjenu za stanovanje nuklearne obitelji živi više članova ili, pak, tradicionalni ukus još uvijek igra važnu ulogu u željama stanara pri osmišljavanju vlastita životnog prostora. Socijalistička ideja varijabilnog stanovanja tako se, paradoksalno, nerijetko pokazuje nefleksibilnom fikcijom.¹⁷⁵ U filmu *Moj stan* spajanje „kutaka“ različitih namjera pretvara se u opći kaos, kondenziran u komičnoj sceni primanja gosta visoka rasta koji se jedva može okrenuti oko sebe.¹⁷⁶ Multifunkcionalnost u praksi prikazuje se kao nemogućnost zajedničkog večeranja za jednim stolom (djeca jedu za šivaćim strojem, odrasli za konvencionalnim stolom) te pretrpanost namještajem (kauč ostaje u dnevnoj sobi i kad se ona pretvara u blagovaonicu).¹⁷⁷

Novi su mediji s primarnom funkcijom zabave, razonode, ispunje slobodnoga vremena, u prvom redu televizor i uređaji za reproduciranje glazbe, osim na strukturi socijalne interakcije, ostavili traga i na topografiji stana. Teoretičarka medija Lynn Spiegel primjećuje da su ženski časopisi u razdoblju nakon Drugoga svjetskog rata prostornu organizaciju doma sve češće koristili kao raster za predviđanje i harmonizaciju obiteljskih odnosa, čemu je

¹⁷³ Galjer, Ceraj 2011, 290-291.

¹⁷⁴ Ibid., 289.

¹⁷⁵ Hain 2004, 9.

¹⁷⁶ *Moj stan* 1962, 10:02-10:48.

¹⁷⁷ "U našem novom stanu mi nikada ne ručamo zajedno. Tata i mama jedu za stolom, a ja i Veljko za šivaćom mašinom. Mama je zbog toga uvijek žalosna. Ona bi htjela da možemo postaviti pravi stol i da svi zajedno jedemo, kao ljudi. Samo, ako bi postavili pravi stol, onda bi kauče trebalo preseliti u drugu sobu., ali to ne bi bilo baš jako otmjeno." Ibid., 9:34-9:56.

značajno doprinijelo uvođenje televizora u kućanstva.¹⁷⁸ Za razliku od kućanskih uređaja koji štede vrijeme, lociranih uglavnom u kuhinji, električni aparati u dnevnoj sobi redom su namijenjeni trošenju vremena, strukturiranju dokolice.¹⁷⁹

Uređaji za reprodukciju glazbe bili su financijski pristupačniji od televizora i njihova važnost raste procvatom popularne glazbe i glazbene industrije usmjerene na mladu publiku. Reklame za ove uređaje fokusirale su se na njegovu funkciju dokolice i opuštanja obećavajući eskapistički užitak. Oglas za magnetofon „Tesla sonet B3“ prikazuje mladu djevojku skupčanu uz aparat kao označitelja idealnog recipijenta i marketinšku figuru identifikacije (sl. 6). Referenca na klasičnu glazbu u imenu, kao i apostrofiranje njegove široke primjenjivosti izvan doma („pogodan je i za kazališta, kancelarije, propagandne svrhe, a svoju upotrebu će naći i u industriji, školama i pri predavanjima“),¹⁸⁰ sugerira tradicionalno shvaćanje korisnosti i glazbene vrijednosti kojem oponira figura individualne, sanjarske slušateljice. Plastično plavo-bijelo kućište uređaja materijalom i oblikovanjem izrazito je moderno, odmičući se od u tekstu istaknutih referenci na tradiciju (kazalište, sonet).

Posebno intrigantan splet odnosa popularne i visoke kulture dade se iščitati iz marketinške politike renomiranog književnog časopisa *Republika* iz 1959. Ova tiskovina, naime, svoje buduće pretplatnike nastoji privući obećavanjem poklona, uvezenog elektrogramofona *Soleta*.¹⁸¹ Popularna kultura i komercijalne strategije sve su relevantnije u kontekstu elitne kulture, a na suučesništvo u promociji popularne kulture kapitalističke provenijencije upućuje i isticanje ultimativne modernosti, novosti proizvoda i njegova inozemnog podrijetla.

Industrija zabave u šezdesetima je doživjela procvat ne samo u kontekstu kapitalističkoga Zapada, već i u socijalističkim okvirima, a njezino je paradigmatičko utjelovljenje u domu bio upravo televizor. Visok prioritet u nabavci, nauštrb uređaja koji bi rasteretili domaćice, odražava patrijarhalnu strukturu u kojoj muškarac zarađuje više i odlučuje o većim nabavkama u domaćinstvu, a ženi preostaju male svakodnevne kupnje. Televizor je u tom periodu bio i statusni simbol, znak kupovne moći obitelji te kućanski

¹⁷⁸ Spiegel 2002, 219.

¹⁷⁹ Duda 2005, 62-63.

¹⁸⁰ *Svijet* 2/1964, 40.

¹⁸¹ Kolanović 2011, 94.

aparat koji je uživao najveću popularnost. Igor Duda ovako objašnjava taj fenomen:

[P]rvo, novac su u većini obitelji zarađivali samo muškarci, neopterećeni radom u kući, pa su odlučivali da će „svojim“ novcem kupiti uređaj koji će im prikratiti slobodno vrijeme; drugo, želja žena za popularnom zabavom zbog koje su bile voljne još neko vrijeme, bar dok se ne otplati televizor, rublje prati ručno.¹⁸²

Klasnu obilježenost televizora odražava i onodobna popularna kultura. Tako se u *Svijetu*, časopisu koji je u uvodnoj klasifikaciji svrstan među skuplje i prestižnije tiskovine, posjedovanje televizora već 1960. prešutno podrazumijeva, iako je na početku šezdesetih televizor stajao čak sedam prosječnih jugoslavenskih plaća (tek u drugoj polovici sedamdesetih televizor se moglo dobiti za jednu prosječnu plaću).¹⁸³ U članku „Ima li televizija utjecaj na djecu“ (1960.) polazi se od pretpostavke o redovitoj konzumaciji televizijskih sadržaja u vlastitom kućanstvu te se već javljaju prvi kritički glasovi i skeptičnost prema novom mediju.¹⁸⁴ Ambivalentan stav prema tehnici, istodobno oduševljenje novim kućanskim uređajima i strah (od gubitka kontrole nad njima, pogubnog utjecaja na zdravlje i psihi djece), tipičan su fenomen u periodu inicijacije televizora (npr. u američkom društvu u četrdesetim i pedesetim godinama XX. stoljeća).¹⁸⁵ S druge strane, u domu radnice Smilje Glavaš čiji radni dan prati film *Od 3 do 22* Kreše Golika ne samo da nema televizora, već nedostaje i osnovna infrastruktura poput električnih instalacija i tekuće vode. Život Smilje Glavaš, osim u tvorničkom radu, izuzet je iz modernizacijskih procesa, ali i iz popularnog medijskog diskursa.

Zajedničko gledanje televizije bilo je aktualno u periodu kad je novi medij još bio u povojima, funkcionirajući, s jedne strane, kao metoda uštede (većina stanovništva nije si mogla prišutiti privatni televizor), a s druge strane nudeći kolektivno iskustvo i socijalizaciju. Ta je praksa, usprkos svojim ograničenjima u vidu relativno malog ekrana, bila osobito omiljena u nacističkoj Njemačkoj, ali s većom financijskom pristupačnošću televizora postupno iščezava.¹⁸⁶ Gledanje televizije u jugoslavenskom kontekstu primarno je društveni

¹⁸² Duda 2005, 63.

¹⁸³ Dobrivojević, Duda 2014, 49.

¹⁸⁴ *Svijet* 3/1960, 23.

¹⁸⁵ Spiegel 2002, 228-230.

¹⁸⁶ Hickethier 1993, 165.

akt, često se ne ograničava tek na obiteljsku zajednicu,¹⁸⁷ već uključuje i susjede te prijatelj(ic)e koji nisu posjedovali TV prijemnik. Centralna pozicija televizora koji sabire sve poglede u prostoriji i služi kao kohezivno sredstvo može se usporediti s tradicionalnom funkcijom ognjišta,¹⁸⁸ ali i interpretirati kao konzumeristički motivirano postavljanje produkta u središte.¹⁸⁹ U američkoj reklamnoj retorici pedesetih i šezdesetih TV prijemnik se doslovno upisuje u obiteljski krug (zajedništvo u gledanju televizije), ali i personificiranjem se transformira u novog člana obitelji simbolički usporedivog s novorođenčetom ili pak kućnim ljubimcem.¹⁹⁰

U prilog interpretaciji aktivnosti gledanja televizije u socijalizacijskom ključu idu i tekstovi u časopisima poput prijedloga jelovnika prikladnog za posluživanje uz grupno gledanje televizije. „Ma koliko ponekad bile prijatne večeri kraj televizora one su i jedna mala briga za domaćicu – naročito ako često dolaze gosti“, piše *Bazar* 1965. u članku „TV-recepti“, predlažući sendviče i peciva kao najprikladnije obroke za „televizijske večere“.¹⁹¹ Gledanje televizije prezentira se kao naglašeno društvena aktivnost primarno zabavnog, neobaveznog karaktera. Fotografija uz navedeni članak prikazuje dvoje djece koja sjede na podu, pred televizorom, prostorno odvojenih od (na fotografiji neprisutnih) odraslih. Daljnja mikrostratifikacija daje se iščitati iz adresiranja domaćice u trećem licu jednine, signala rodne asimetrije. Žena je zadužena za pripremu obroka te se tako smješta na granicu između sudionice i izvanjske promatračice događaja. Rodne napetosti oko televizije u domu odražava i članak u *Praktičnoj ženi* „Volite ga iznad svega, ali...“ (1961.) koji detektira različite ukuse u televizijskom i radijskom programu kao poprište bračnoga sukoba.¹⁹²

Dizajn televizora u početku je bio izrazito antimoderan – polirano drveno kućište

¹⁸⁷ Gledanje televizije kao primarno obiteljska aktivnost tipična je za američki kontekst u početnoj fazi uspona televizije (1948.-1955.). Teoretičarka televizije Lynn Spiegel iznosi tezu o unutarnjim proturječnostima između televizora kao nositelja obiteljskog zajedništva i njegova razarača tipičnima za djetinjstvo toga medija u američkim kućanstvima. Spiegel 2002, 215.

¹⁸⁸ Vučetić 2012, 383. Parodiranje momenta socijalizacije uslijed gledanja televizije izraženo je u filmu Jacquesa Tatija *Playtime* iz 1967. u kojem jedan od likova pozove gospodina Hulota na obiteljsko, ali i otuđeno gledanje televizije u što gledateljstvo ima voajeristički uvid zahvaljujući transparentnosti četvrtoga zida stana.

¹⁸⁹ Spiegel 2002, 224.

¹⁹⁰ Ibid., 231.

¹⁹¹ *Bazar* 2/1965, 35.

¹⁹² *Praktična žena* 117/1961, 14-15.

trebalo se s lakoćom uklopiti u namještaj dnevne sobe, a sâm je uređaj bio smješten u ormar koji se zatvarao kad televizor nije bio uključen.¹⁹³ Ulazak televizora u standardni repertoar mnogih jugoslavenskih kućanstava u šezdesetima (u velikoj većini upravo u dnevnu sobu)¹⁹⁴ značio je i potrebu za adekvatnim namještajem koji računa s tim uređajem. Posebno su popularni bili veliki zidni regali koji su, uz centralni, simbolički najvažniji pretinac namijenjen televizoru, uključivali kompleksan splet ormarića i polica te često prekrivali čitav zid. Unošenje takvog masivnog komada namještaja (pogotovo ako je izveden u tradicionalnom stilskom registru) činilo je već prilično tijesan prostor manjim te se, s dizajnerske strane, preporučala zamjena laganim, kompozitnim, slobodno kombinirajućim regalima koji bi korespondirali s prostornim ograničenjima i potrebom za maksimalnom funkcionalnošću.¹⁹⁵

Drugu značajnu skupinu aktivnosti u slobodno vrijeme čine „uradi sam(a)“¹⁹⁶ djelatnosti. „Do it yourself“ sintagma je skovana na Londonskom sajmu trgovine 1953. i odražava rastući značaj istoimenoga pokreta u poslijeratnoj zapadnoj Europi koji se širi primarno putem naputaka objavljivanih u ženskim časopisima, a, zajedno s istovremenim interesom za državnu stambenu gradnju, funkcionira kao reakcija na ratnu oskudicu i nudi alternative beskompromisnom kapitalizmu.¹⁹⁷ *DIY* djelatnosti često imaju dvojnu funkciju zabave i rada i uglavnom su rodno kodirane te se ubrajaju u domenu ženskosti (uz iznimku rada na električnim uređajima koji se, u duhu krilatice „sam svoj majstor“, nerijetko

¹⁹³ Hickethier 1993, 173-177.

¹⁹⁴ Anketa iz 1954. pokazala je da je u 85% američkih kućanstava televizor upravo u toj prostoriji. Tloert prosječnoga američkog doma ipak se bitno razlikuje od našeg modela socijalističkoga stana i uključuje više prostorija, ponekad čak i zasebnu prostoriju za gledanje televizije, što ovom visokom postotku daje još veću semantičku težinu. Spiegel 2002, 245.

¹⁹⁵ Jedan od pokušaja „preodgoja“ ukusa prosječnoga stanovnika socijalističke novogradnje predstavlja izložba *neues leben – neues wohnen* upriličena 1962. u DDR-u koja u 15 izložbenih stanova demonstrira poželjne modele stanovanja. Više u: Hopf, 6-7.

¹⁹⁶ Izbor ovoga termina taktika je rodnog osviještavanja u tekstu, ali konotira i ambivalentnost takvih aktivnosti koje istovremeno osnažuju ženu pružajući izvjestan prostor za samostalnost, ali i ističu činjenicu da je taj posao uglavnom na njoj, a ne na muškarcu.

¹⁹⁷ Dormer 2003, 127.

pridružuje muškoj sferi).¹⁹⁸ *Svijet* utvrđuje rodnu asimetriju sugerirajući u članku „Kako rasporediti pokućstvo?“ (1960.) razdvajanje rekvizita za mušku i žensku rasonodu u različite košare. Muškarac u toj podjeli dobiva „svoje“ revije i knjige te pušački pribor, a žena potrepštine za ručni rad te „svoje“ časopise.¹⁹⁹ Scena iz filma *Moj stan* još je jedan primjer jasne rodne demarkacije: dok majka šije za šivaćim strojem, otac se bavi izradom dječje igračke – drvenih kolica.²⁰⁰

Proizvodnja odjeće i kućanskih potrepština u kućnoj radinosti može se promatrati kroz društveno-političku prizmu. Budući da na državno kontroliranom tržištu razni proizvodi često nisu bili dostupni, jedna od taktika građanstva bila je popunjavanje praznina u ponudi *DIY* aktivnostima. „Uradi sam(a)“ projekti u onodobnoj su jugoslavenskoj popularnoj kulturi oduševljeno poticani i nerijetko interpretirani kao doprinos građana državnoj ekonomiji, uzoran socijalistički habitus. Kako povjesničarka socijalističke svakodnevice Dominique Krössin konstatira, odbacujući fokus na monolitno negativnoj recepciji socijalističke svakodnevice, nedostatnost (siromaštvo, disfunkcionalnost pojedinih državnih proizvoda i usluga, uniformnost, bezbojnost, dosada, manjak) je transformirana u vrline (kreativnost, snalažljivost, osjećaj korisnosti, optimizacija postojećih proizvoda).²⁰¹ „Improvizujte“, „pokušajte“, „kombinujte“, jezgrovito formulira *Bazarova* rubrika sa savjetima za održavanje domaćinstva pod naslovom „1001 ideja“ (1965.), premještajući težište s ekonomskih prilika i kupovne moći na vještinu, snalažljivost i „smisao za lijepo“.²⁰² Ženski su časopisi otvoreno

¹⁹⁸ Tradicionalno muške djelatnosti u sferi „uradi sam(a)“ vezane su za električne uređaje i glomaznije objekte (poput izrade namještaja), čime je muškarcu pripala jedna važna zadaća u kućanstvu pri obavljanju koje može demonstrirati svoju tehničku verziranost i fizičku snagu. Većina tekstova u priručniku *Domaćin u kući* otpada upravo na tehniku (film, glazbene uređaje, električarske popravke). Ipak, situacija se u popularnoj kulturi komplicira kontekstom objavljivanja naputaka za izradu i preradu predmeta u kućnoj radinosti. Činjenica da su u Jugoslaviji šezdesetih takvi tekstovi redovito objavljivani u ženskim časopisima na dva načina relativizira rodne opreke: tzv. ženske časopise čitali su i muškarci, a više tehnički orijentiranih *DIY* projekata laćale su se i žene. Usp. Krössin 1996, 164.

¹⁹⁹ *Svijet* 9/1960, 6.

²⁰⁰ *Moj stan* 1962, 6:03.

²⁰¹ Krössin 1996, 160-162.

²⁰² *Bazar* 2/1965, 39.

ohrabrivali taktike pregovaranja²⁰³ s tržišnim okolnostima bez podizanja političkih tenzija, ističući afirmativne aspekte poput kreativnosti i rada, prezentirajući ih kao hobi,²⁰⁴ te su redovito objavljivali predloške za šivanje, pletenje i krojenje, računajući s osnovnim predznanjem čitateljica u tom segmentu. Jedna je od takvih apologija *Svijetov* redakcijski uvodnik „Trenuci koji nisu izgubljeni“ (1964.):

*Mi želimo da svako poslijepodne u kojem će vaše ruke biti zabavljene veselom igrom pletaćih igala – za vas bude korisno utrošeno vrijeme; sat u kojem nestrpljivo tražite odgovarajući model – trenutak zadovoljstva obavljenog posla; čitanje našeg zabavnog priloga – minute bezbrižne razonode.*²⁰⁵

Svijet inzistira na funkciji zabave nauštrb ekonomske prinuđenosti, a moment razonode ne da se razdvojiti od časopisa koji nudi okvir, predloške koje čitateljice trebaju slijediti.

Šivanje se može uzeti kao paradigmatička aktivnost toga tipa – njegova je korisnost najneupitnija, a proces izrade odjevnoga predmeta zahtijeva mnogo skromniju vremensku investiciju od, primjerice, pletenog pulovera. Istražujući kulturnu povijest šivanja u XX. stoljeću Sherry Schofield-Tomschin izdvaja pet osnovnih motivacija koje, ovisno o kulturnopovijesnom kontekstu, u različitim omjerima imaju udjela u interesu za ovom aktivnošću: ekonomičnost (ušteta, odgovor na nestabilnu ekonomsku situaciju), kvaliteta (materijala i kroja), savršeno, „kao saliveno“ pristajanje, razvoj vlastite kreativnosti i zabava.²⁰⁶ Kućni šivaći stroj koji je 1853. izumio Isaac Singer u XX. stoljeću pronalazi mjesto u mnogim kućanstvima, tako i u jugoslavenskim domovima u šezdesetima. Schofield-Tomschin primjećuje da je u XIX. i na početku XX. stoljeća prevladavala ekonomska motivacija, pragmatična želja za uštedom, odgovor na skromnu tržišnu ponudu, posebno u

²⁰³ U ovom se aspektu osobito korisnim pokazuje razlikovanje teoretičara Michela de Certeaua između strategije (institucionalno jasno definiranog načina poželjnog, „pravilnog“ korištenja objekata i društvenih shema) i taktike (individualne, često i subverzivne aproprijacije strategija). De Certeau, 90-91.

²⁰⁴ U poljskom je časopisu *Ti i ja*, spoju modernističkih tendencija Zapada i Istoka, osnovanom 1960., stalna rubrika nosila indikativno ime – „Moj stan je moj hobi“ – predstavljajući poznate Poljak(inj)e te pritom kombinirajući standardizaciju s individualnim ukusom, govoreći u de Certeauovim terminima, strategije (državni gabariti socijalističke stambene arhitekture) i taktike (reakcija pojedinaca na zadane okvire). Crowley 2002, 199-201.

²⁰⁵ *Svijet* 1/1964, 3.

²⁰⁶ Spomenuta studija američkog konteksta koja se s oprezom i ugrađenim ograničenjima može primijeniti i na jugoslavenski kontekst upućuje na važnost transnacionalne interpretacije uzimajući u obzir i paralele između različitih društveno-političkih konteksta. Usp. Schofield-Tomschin 1999, 98-105.

ruralnim sredinama ili u kriznim, odnosno ratnim razdobljima, a u drugoj polovici XX. stoljeća jačaju težnje kreativnosti i kvalitetnom ispunjavanju slobodnoga vremena.²⁰⁷ Zbog specifičnosti jugoslavenskoga konteksta ekonomska motivacija prevladava i duboko u XX. stoljeću. U takvom se amaterskom proizvodnom modelu spajaju moment proizvodnje i potrošnje, subjekt postaje tzv. *prosumer* (potrošačica koja kupuje sirovine za vlastitu proizvodnju).²⁰⁸

U duhu „uradi sam(a)“ projekata jest i uređenje interijera, zadatak koji je također često prepuštan ženama. Od umjetničkih djela preferiraju se jeftine reprodukcije modernih umjetničkih djela,²⁰⁹ izbjegavanje goblena i sličnog kućnog kiča, estetskih neprijatelja modernizma.²¹⁰ Dok je šivanje dominantno pragmatično-funkcionalnog karaktera, „fenomen goblenomanije“, kako piše Neda Todorović-Uzelac, irelevantan je za zadovoljavanje osnovnih potreba ukućana. Todorović-Uzelac sa skepsom primjećuje: „U ambijentu stana u soliteru i modernog nameštaja, goblen predstavlja svojevrsni anahronizam, dvostruki simbol: jednog davno prošlog vremena i ženinog današnjeg otuđenja ne samo u procesu rada nego i u dokolici, u porodici.“²¹¹ Goblen je otpisan kao kič suprotstavljen „istinski umjetničkim predmetima“, a predbacuju mu se i ukorijenjenost u malograđanski svjetonazor, aristokratski korijeni (eponimska veza s francuskom kraljevskom manufakturom tapiserija *Gobelin*) te otuđujuća repetitivnost koja asocira na fordističku monotoniju u tvornici.²¹² Popularni tisak u ovom je aspektu bremenit dubokim unutarnjim proturječjima: s jedne strane, ženski časopisi donose tekstove koji kritiziraju vezenje goblena kao zastarjelu, neukusnu praksu, istovremeno

²⁰⁷ Schofield-Tomschin 1999, 98.

²⁰⁸ Ibid., 100.

²⁰⁹ Odnos socijalističke Jugoslavije prema apstraktnom slikarstvu ambivalentne je prirode. U šezdesetima, po uzoru na Hruščovljeve stavove, Tito se protivi slikarskoj apstrakciji, ali dopušta njezinu dekorativnu ulogu prigodnu „za ukrašavanje sobe“. O tom je odnosu iz perspektive povijesti umjetnosti opsežnije pisala Ljiljana Kolečnik, a problematiziraju ga i povjesničari Tvrtko Jakovina te Radina Vučetić. Kolečnik 2006; Jakovina 2012, 13-14; Vučetić 2012, 230-240.

²¹⁰ *Svijet* tako odgovara na upit jedne čitateljice o najboljem izboru slike za interijer stana: „Smatramo da u modernu sobu ne bi pristajao goblen. Radije stavite neku kvalitetnu reprodukciju slike nekog slavnog slikara, kakvu možete dobiti u knjižari“. *Svijet* 24/1968, 48.

²¹¹ Todorović-Uzelac 1987, 89.

²¹² Ibid., 89.

objavljajući predloške za njihovu izradu.²¹³

Glavna sastavnica dobrog ukusa, kako u odijevanju, šminkanju, kuhanju, tako i u uređenju doma, bila je umjerenost u duhu racionalizacije, pri čemu se dodatno isticala veza između razumnosti i ideološke podloge.²¹⁴ Pritom valja distingvirati općeniti konstrukt „dobrog ukusa“ od vlastita, individualnog ukusa, današnjeg dominantnog shvaćanja tog pojma. Osobne preferencije uglavnom su bile podređene navodno općevažecim pravilima, a manifestirale su se diskurzivnim taktikama poput obraćanja „svakoj ženi“,²¹⁵ što je vidljivo iz naslova priručnika *Knjiga za svaku ženu*.

Već u tekstu Adolfa Loosa *Ornament i zločin* (1908.) najavljuje se modernistička netrpeljivost prema afunkcionalnoj dekoraciji koju postulira i premisa Miesa van der Rohea „manje je više“. Racionalistički ideal internacionalnog stila iz međuratnog perioda nastavlja se i dalje razrađuje u kontekstu modernističkih strujanja u šezdesetima.²¹⁶ Industrijska logika, masovna proizvodnja (npr. reprodukcije) ideali su zajednički modernizmu i socijalizmu koji se spajaju u tzv. „modernizmu za mase“, formalno bliskom modernističkim djelima, ali obilježenim industrijskom jeftinom reprodukcijom i umjetnim materijalima. Reforma ukusa, prodor ublažene varijante modernizma u domove, fenomen je tipičan za šezdesete kad se estetski ideal transformira iz tradicionalne udobnosti u racionalizaciju i modernizaciju,²¹⁷ a inzistiranje na stilskim odrednicama poput „suvremenog“ i „modernog“ konotira distancu od bliže (socijalističke) i dalje (pedsocijalističke) prošlosti. Predlošci za uređenje doma ipak su ponešto razvodnjena, ublažena varijanta modernizma križanog s popularnom kulturom i širokom dostupnošću. Apstraktno slikarstvo izgubilo je svoj avangardni potencijal i koristi se kao dekorativni element u uređenju interijera.

²¹³ Paradoksalno oponiranje kiču i potrošačkoj kulturi upareno s užitkom u njoj fenomen je prisutan i u korpusu popularnih jugoslavenskih romana iz šezdesetih, posebno u žanru tzv. proze u trapericama (npr. roman *Mladić* Zvonimira Majdaka iz 1965. ili pak *Čangi* Alojza Majetića iz 1963.). Kolanović 2011, 278.

²¹⁴ Susan E. Reid potvrđuje ideološku težinu ukusa artikuliranu u pedesetima i osobito u šezdesetima: „Isticanje estetske kvalitete svih aspekata sovjetskog života bilo je preduvjetom za tranziciju iz socijalizma u konzumerizam.“ Reid 2004, 156 (moj prijevod); Chloupek (ur.) 1962, 475.

²¹⁵ Crowley 2002, 190.

²¹⁶ Bony 2004, 119.

²¹⁷ Sličan fenomen Susan E. Reid uočava u sovjetskom kontekstu, definirajući šezdesete kao prekretnicu u ukusu, zaokret od historijskog vokabulara prema modernističkom. Reid 2004, 153, 156-157.

Uz modernističke vrijednosti mjestimično se pojavljuju reference na tradicionalne, folklorne prežitke, elemente koji korijene imaju u ruralnoj, predmodernoj kulturi. Jugoslavenski *Elle* rehabilitira tradicionalne ručne radove (vez, čipku) reducirajući ih na pročišćene geometrijske forme, gotovo u duhu redukcije slikarstva na osnovna izražajna sredstva, kretanja prema čistom slikarstvu. U prilogu „Starinski prekrivači za moderne postelje“ (1969.) donose se predlošci tradicijom inspiriranih prekrivača prilagođenih modernom duhu (sl. 7).²¹⁸ Preferiranje monokromije (bijele neboje) i strogih geometrijskih likova (romb, paralelogram, trokut) sukus je tradicionalnih elemenata prilagođenih modern(istič)om interijeru, a modernističko usmjerenje odražavaju i formalne kvalitete fotografije i grafičkog oblikovanja članka – redukcija na crno-bijelu optiku, kadar koji naglašava geometrijsku strogoću i simetriju kao i izbor modernog sans-serifnog fonta. Tekst nije opremljen detaljnim, praktičnim uputama o izradi prekrivača u kućnoj radinosti (navodi se samo masa pamuka potrebnog za bračni i krevet za jednu osobu) te prilog više funkcionira kao vizualna senzacija nego kao upotrebljiv predložak za „uradi sam(a)“ projekt.²¹⁹

Drugi je pristup tipičan za *Elle* žudnja za egzotičnošću. Elementi poput indijskog cvjetnog uzorka i tahićanske navlake za jastuke s apstraktno-geometrijskom motivikom²²⁰ transformiraju se u artefakte koji omogućuju putovanje u daleke zemlje, ako već ne u stvarnosti, onda barem u fantaziji čitatelj(ic)a. Interes za egzotičnost ovoga tipa može se intepretirati i u kontekstu druge polovice šezdesetih. Za razliku od bučnog optimizma na početku dekade, prema kraju je sve izraženije nostalgичno, na momente i eskapističko raspoloženje, mješavina triju različitih značenja revolucije²²¹ („dizajna revolta“, radikalno

²¹⁸ *Elle* 9/1969, 70-73.

²¹⁹ Nesporazum između čitateljstva časopisa *Elle* i njegove redakcije bolno je artikuliran u jednom od pisama čitateljica u kojem se kritiziraju fotografije smanjene oštine koje čitateljici predstavljaju teškoće jer se detalji odjeće ne vide dobro i onemogućavaju kopiranje, njihovu rekreaciju u kućnoj radinosti. Odgovor redakcije docirajuće je intoniran, upućujući čitateljicu da je riječ o fotografiji najsuvremenijeg tipa, inspiriranoj djelom Helmuta Newtona, a ne o grešci uredništva. Jaz između vizualne spektakularizacije (estetizacije) i pragmatičnih potreba čitateljstva u ovom je primjeru posebno upadljiv te signalizira socijalnu neosjetljivost časopisa *Elle* koji imidž gradi na konceptu „visoke popularne kulture“ i elitizmu. Usp. *Elle* 12/1969, 3.

²²⁰ *Elle* 12/1969, 82-83.

²²¹ Lesley Jackson dizajn šezdesetih interpretira kao troznačnu revoluciju: politički angažman (protest protiv dominantnih centara moći), radikalna promjena i rotacija (recikliranje fenomena i elemenata iz povijesti dizajna). Jackson 1998, 10.

novog antidizajna i povijesnog revivalizma)²²² a interes za indijsku kulturu korespondira sa zanimanjem za istočnjački misticizam u formativnom periodu *new age* kulture.²²³ Budući da su svi prilozi u časopisu *Elle* uvezeni iz francuskoga izdanja, kontrast između tog i drugih časopisa u aspektu stanovanja još više ističe promjenu značenja u novom kontekstu. Dok su u francuskom kontekstu takva putovanja, ali i njihovi nadomjesci (namještaj, dekoracije) znatno dostupniji većem dijelu populacije, u jugoslavenskom slučaju oni mogu služiti kao poticaj eskapističkoj fantaziji ili pak kao predložak, inspiracija za stvaranje tih objekata u kućnoj radinosti.

Topografija dnevne sobe pokazala se kao najizraženije poprište križanja različitih funkcija: društvene interakcije, ručnog i intelektualnog rada, konzumacije medija, odmora i spavanja. Ključni su komadi namještaja oni fleksibilni, koji (barem načelno) omogućavaju takvu polifunkcionalnost, u prvom redu regal s pretincem za televizor i kauč, objekti koji prije šezdesetih nisu bili uvriježeni u kućanstvu. Struktura rodne asimetrije u bračnom odnosu i obitelji općenito naznačena je već u ovom centralnom prostoru, kako pri konzumaciji medija (gledanje televizije, slušanje ploča), tako i u razgraničenju ženskih od muških „uradi sam(a)“ zadataka, ali do punog izražaja dolazi tek aspektu kuhinje, prostora koji slijedi u analizi.

5. Kuhinja

Rješenje kuhinje i kupaonice sve do duboko u XIX. stoljeće nije osobito zanimalo arhitekta i dizajnere. Kuhinja je u imućnijim obiteljima bila rubni, „nečisti“ prostor (tzv. *Kochküche*) rezerviran za posluhu i maksimalno odvojen od reprezentativnih i privatnih prostorija.²²⁴ S druge strane, u ruralnim predjelima bila je integrirana u životni prostor (tzv. *Wohnküche*) koji se nerijetko sastojao od tek jedne sobe, te je zbog topline peći okupljala ukućane u svim dijelovima dana.²²⁵ Ta su dva modela preteče dvaju ustaljenih rješenja

²²² Bony 2004, 174-181.

²²³ Ibid., 211.

²²⁴ Lupton, Abbott Miller 1992, 42.

²²⁵ Bilian, Dyak 2012, 113.

kuhinje – otvorenog prostora (u pravilu povezanog s dnevnom sobom) i kuhinje interpretirane kao zasebne prostorije.

Na početku XX. stoljeća praksa unajmljivanja posluge znatno se prorjeđuje; bivši kućni radnici i radnice radije traže posao u industrijskom sektoru te si srednji, građanski sloj sve rjeđe može priuštiti njihove usluge.²²⁶ Zadaću obavljanja kuhinjskih (i kućanskih) poslova morao je preuzeti netko iz obitelji – u pravilu žena (supruga, majka). U tom periodu bujaju i arhitektonska te dizajnerska rješenja za kuhinju u duhu modernizma. Posebno utjecajna bila je tzv. „frankfurtska kuhinja“ prve austrijske akademski obrazovane arhitektice Grete Schütte-Lihotzky izvorno planirana za socijalnu stanogradnju u Frankfurtu na Majni (1926.), stambeni model namijenjen radničkoj klasi s niskim primanjima koji je na početku 1930-ih smještao više od 10% frankfurtskog stanovništva.²²⁷ Schütte-Lihotzky, prema načelu jasne separacije funkcije, kuhinju planira kao zasebnu prostoriju minimalnih dimenzija (5.5 m²),²²⁸ u skladu s konceptom *Existenzminimuma*.

U brojnim je izvorima, poput priručnika Christine Frederick *Scientific Management in the Home* (1915.) koji je bitno utjecao na američka domaćinstva, ali i modernističke impulse u međuratnoj Europi (Schütte-Lihotzky Frederickin priručnik naziva svojom Biblijom),²²⁹ kuhinja detektirana kao ključno mjesto uvođenja industrijske logike u domaćinstva.²³⁰ Frederick razlaže kuhinjske poslove na niz manjih radnji i optimira rute za njihovo obavljanje. Primjena industrijske logike taylorizma i fordizma s podjednakim je oduševljenjem prihvaćena u kapitalističkom SAD-u i u socijalističkim zemljama.²³¹ Koncept *Kochküche*

²²⁶ Lupton, Abbott Miller 1992, 14.

²²⁷ Model je bio toliko uspješan da je 1930. i SSSR pokazao interes za nj te je tim u kojem je bila i Schütte-Lihotzky posjetio Sovjetski Savez prenoseći svoja znanja i iskustva s frankfurtskom kuhinjom. Kinchin, O'Connor 2011, 19.

²²⁸ Bilian, Dyak 2012, 126.

²²⁹ Kinchin, O'Connor 2011 9.

²³⁰ Bullock 1988, 180.

²³¹ Frankfurtska je kuhinja kasnije kritizirana iz feminističke perspektive zbog doprinosa fizičkoj i psihičkoj izolaciji žene u domu te nefleksibilnog konstrukta funkcija koje domaćica mora obavljati (primjerice, ne uzima se u obzir nužnost obavljanja više poslova istovremeno poput kuhanja i brige za djecu). Reid 2008, 308; Kichin, O'Connor, 67.

odnio je pobjedu nad idejom *Wohnküche*,²³² dijelom zbog jasnog razlaganja na funkcije, a dijelom zbog mogućnosti uštede vremena i stambenog prostora (manja kuhinja skraćuje rute među radnim postajama).²³³ Isti je tip dominantan i u jugoslavenskim stanovima iz šezdesetih (s izuzetkom jednosobnih stanova koji se sastoje od jedne veće prostorije i kupaonice te hodnika) što potvrđuju i tlocrti objavljeni u jugoslavenskim ženskim časopisima.²³⁴

Aspekt kuhinje bit će analiziran iz triju perspektiva, kao prostor tehnološke modernizacije, perpetuiranja patrijarhalne matrice i projiciranja ideala i žudnji upisanih u aspekt prehrane. U prvom će se segmentu proučavati tehnološki noviteti koji u šezdesetima masovno ulaze u jugoslavenska kućanstva (posebno hladnjak) te pristupi popularne kulture tim novim fenomenima, s naglaskom na edukativnu kampanju u kojoj stručnjaci ili pseudostručnjaci nastoje restrukturirati uvriježenu organizaciju domaćinstva i autoritativno uvesti novi životni stil.²³⁵ Upliv profesionalaca (najčešće muškaraca) u sferu domaćinstva Susan E. Reid interpretira kao rodno obilježen oblik paternalizma, oduzimanje autoriteta „običnim“ domaćicama, ali i u ključu parole „osobno je političko“, državnog upliva u dotad manje kontroliran prostor doma i oslobađanja od autoriteta majke, odnosno svekrve.²³⁶ U tom prosvjetiteljski, didaktično orijentiranom pokretu posebno je značajnu ulogu odigralo formiranje domaćinstva („ekonomije doma“, „kućne znanosti“) kao nove discipline s korijenima u fenomenu „scientific home managementa“ začetom krajem XIX. stoljeća.²³⁷ Drugi dio analizirat će i dalje netaknute rodne asimetrije u obavljanju kućanskih poslova (posebno kuhanja i čišćenja) te uputiti na diskurzivne, tekstualne strategije popularnih izvora pune unutarnjih proturječnosti koji pokušavaju neutralizirati jaz između načelne rodne ravnopravnosti proklamirane u socijalističkoj Jugoslaviji i još uvijek izraženih rodni nejednakosti u praksi. Rodna će se asimetrija pratiti i u aspektu namještaja, odnosno dizajna

²³² Manje poznata „münchenska kuhinja“, tip „kuhinje za stanovanje“, također nastala u 1920-ima u sklopu projekta za socijalnu gradnju. Projektantica Erna Mayer odlučila se za drugačije tlocrtno rješenje koje integrira kuhinju u prostor dnevnoga boravka. Bilian, Dyak 2012, 128.

²³³ Bullock 1988, 182-185.

²³⁴ Usp. R. S.: „Dvosobni stan od 53,55 m²“, *Svijet* 14/1964, 11.

²³⁵ O politizaciji institucije obitelji pomoću savjeta stručnjaka može se govoriti i u onodobnim američkim kućanstvima, pri čemu, kao i u socijalističkom kontekstu, obitelji postaju sve ovisnije o eksternom znanju eksperata. Spiegel 2002, 235-236; Reid 2004, 296-297.

²³⁶ Reid 2004, 156, 163, 169.

²³⁷ Ibid., 299.

interijera tipičnog za kuhinju. U trećem će se segmentu hrana interpretirati kao indikator žudnji i mitova, od retorike gradnje dominantne u prvoj polovici šezdesetih (tijelo kao stroj koji treba pogonsko gorivo, metafora koja korespondira s građevinskim zamahom u ondašnjoj Jugoslaviji) do konotacija egzotičnosti ostvarenih objavljivanjem recepata koji se referiraju na pojedine strane zemlje. „Politika hrane“ neće se razumijevati doslovno, nutricionistički i (li) medicinski,²³⁸ već prije svega kao metoda pristupa onodobnom kolektivnom imaginariju.

Susan E. Reid iznosi tezu da je upravo kuhinja prostor kroz koji se u SSSR-u u hruščovljevim šezdesetima intenzivno promiču mehanizmi racionalizacije i znanstvene modernizacije²³⁹ te je ističe kao mjesto za „selektivno pomirenje socijalizma s internacionalnim modernizmom“.²⁴⁰ David Crowley na primjeru Varšave šezdesetih povezuje modernizaciju socijalističkoga projekta sa simboličkom modernizacijom različitih aspekata doma.²⁴¹ Analogni se procesi dadu iščitati i iz istovremene jugoslavenske popularne kulture. Iako kuhinja sadrži i konotacije tradicije koje sežu sve do mitskog toplog ognjišta, ona je istovremeno i poligon za uvođenje novih tehnologija te efikasnije organizacije kućanstva. Pritom valja na umu imati rodnu asimetriju: većina u proizvodnji modernih kućanskih aparata otpada na muškarce, a koriste ih pretežno žene.²⁴² Vjera u znanost dio je duhovne klime početka šezdesetih koja je u popularnom imaginariju osnažena „svemirskom utrkom“ između hladnoratovskih velesila, SAD-a i SSSR-a. Dok je na početku dekade SSSR „vladao svemirom“, u aspektu doma pobjedu je odnio SAD, o čemu svjedoče i iznimno posjećene izložbe američkoga stanovanja u kojima je glavnu ulogu redovito igrala najsuvremenije opremljena kuhinja.²⁴³

Metaforika za kojom jugoslavenska popularna kultura šezdesetih poseže u opisu

²³⁸ Nutricionistička disciplina rađa se sredinom XIX. stoljeća kao reakcija na formiranje društava blagostanja i rastuću prehrambenu industriju. U ranoj fazi nutricionizam se usredotočio na edukativnu komponentu upozoravajući na opasnosti pokvarene hrane i neadekvatnih prehrambenih obrazaca kod nižih klasa. Mennell, Murcott, van Otterloo 1998, 43.

²³⁹ Reid 2008, 289.

²⁴⁰ Ibid., 308.

²⁴¹ Crowley 2002 194.

²⁴² Bilian, Dyak 2012, 119.

²⁴³ Američka nacionalna izložba održana 1959. jedan je od ključnih primjera za nadmetanje hladnoratovskih velesila u aspektu doma. Američka ugradbena kuhinja centar je prezentiranog američkog doma, ali i, slobodnije shvaćeno, američkoga sna. Reid 2008, 308.

kuhinje duboko je prožeta industrijskom logikom – kuhinja se nerijetko shvaća kao „radionica“ ili „tvornica“, čime dom postaje mjesto proizvodnje, a ne (samo) kapitalističke potrošnje.²⁴⁴ Kretanje domaćice kroz prostor te dizanje tereta preračunavaju se u industrijski učinak,²⁴⁵ a mehanicističke figure konotiraju veze s modernističko-racionalističkim impulsima na tragu Le Corbusierove interpretacije kuće kao stroja za stanovanje, ali i korespondiraju sa socijalističkim idealom radnika zaposlenog u industriji. Radno se mjesto tako upisuje u dotad intiman prostor doma. Ključna ideološka razlika između američkog i socijalističkog tipa kuhinje upravo je u aspektu rada. U socijalističkoj ideologiji ženska je zaposlenost izvan doma, rad „na dva kolosijeka“,²⁴⁶ poželjna i gorljivo poticana, a njezin se radnički identitet samo produžuje na kuhinju. Američki je ideal, pak, onaj kućanice, žene kojoj je primarna zadaća briga za obitelj i kućanstvo, „profesionalne domaćice“.²⁴⁷ Tehnicizam američke kuhinje ambivalentan je fenomen koji, kontradiktorno retorici pomoći domaćici, istovremeno dovodi i do njezine alijenacije u obliku mehaničkog, repetitivnog rada za koji nisu potrebne posebne vještine.²⁴⁸

Još je jedan trag industrije u domu, a posebno u prostoru kuhinje te kupaonice, promicanje sintetičkih materijala, u prvom redu različitih pojava oblika plastike, materijala koji je u šezdesetima bio istovremeno živo prisutan u elitnom i masovnom dizajnu.²⁴⁹ Plastika je uživala podjednaku popularnost u zapadnim i socijalističkim zemljama, ali iz različitih razloga. Raymond G. Stokes u analizi značenja plastike u DDR-u tijekom pedesetih i šezdesetih ističe da je u istočnoj Njemačkoj odbacivana kapitalistička uporaba plastike kao bezvrijedne, potrošne robe koja se brzo zamjenjuje novim, jednako jeftinim masovno proizvedenim objektom.²⁵⁰ Plastika je u socijalističkoj optici trebala istovremeno konotirati

²⁴⁴ Crowley 2002, 190.

²⁴⁵ „U 30 godina rada domaćica prenosi 54 vagona vode, 18 vagona drva, 7 vagona povrća i kolonijala...“.
Chloupek (ur.) 1962, 6.

²⁴⁶ *Bazar* 2/1965, 39.

²⁴⁷ Reid 2008, 309.

²⁴⁸ Reid 2004, 160-161.

²⁴⁹ Dormer 2003, 168-169.

²⁵⁰ Roland Barthes plastiku simbolički interpretira kao „zamisao o beskonačnoj preobrazbi“ između krajnosti prirodne sirovine i ljudskog proizvoda. Barthes inzistira i na svakodnevnosti, banalnosti novoga materijala: „To je prva čarobna materija koja pristaje da bude prozaična, ali zato što je upravo prozaičnost trijumfalan razlog da postoji: umjetni predmet po prvi put teži da bude običan, a ne rijedak“. Barthes 2009, 125-126.

modernost, ali i pristupačnost, široku dostupnost te trajnost.²⁵¹ Sintetički su materijali imali i nacionalni značaj: njihova se proizvodnja nastavljala na uspješnu tradiciju njemačke kemijske industrije i istovremeno bila reakcija na ograničene mogućnosti uvoza – korišteni su kao panacea za istodobno rješavanje ekonomskih i političkih problema.²⁵²

Plastični se materijali mogu promatrati i kroz prizmu nadomjestka (*Ersatz*) za skuplje prirodne materijale poput drva ili kamena te se nastavljaju na fenomen ratne oskudice, što je djelomično uzrokovalo zazor stanovništva prema plastici i u poraću.²⁵³ Sintetički su materijali imali raznorazne primjene – u kućnom tekstilu (stolnjaci, prekrivači za ležajeve i slično), posuđu, kućištima kućanskih aparata, podovima i radnim površinama. U *Knjizi za svaku ženu* umjetni se materijali uvode kombiniranom strategijom noviteta i referiranja na dobro poznate tkanine („Po izgledu su umjetna svila i umjetna vuna slične prirodnim vlaknima“),²⁵⁴ ponekad čak i imenom (npr. lanital). Taj umjereni, oprezni pristup sugerira da je adresat skeptična, tradicionalna domaćica koju tek treba uvjeriti u prednosti novih materijala. Među reference na poznate tkanine i njihova svojstva postupno se miješaju i novi materijali (npr. tiolan, perlon,²⁵⁵ dyonel). U tekstu se nekritično izdvajaju samo pozitivna svojstva sintetičkih materijala te njihov širok asortiman na domaćem tržištu.²⁵⁶

Za promoviranje novih materijala korištene su različite strategije. Uz već spomenutu ideju o unaprijeđenoj verziji tradicionalnih materijala javlja se i argumentacija o uštedi vremena i higijenskim prednostima sintetičkih proizvoda. Potonja se dva argumenta daju sažeti u često ponavljanoj sintagmi „lako za održavanje“, kvaliteti koja je osobito na cijeni u prostorima kuhinje i kupaonice, žarišnih točaka održavanja čistoće u domu. Kroz tu se prizmu može, primjerice, interpretirati plediranje za zamjenu drvenih (ili, u *Knjizi za svaku ženu*, zemljanih) podova linoleumom.

Dizajnerski je ideal kuhinje šezdesetih u onodobnoj jugoslavenskoj popularnoj kulturi

²⁵¹ Stokes 2000, 75.

²⁵² Ibid., 70, 78.

²⁵³ Ibid., 67.

²⁵⁴ Chloupek (ur.) 1962, 70-71.

²⁵⁵ Posebno je zanimljivo da se poseže upravo za terminom „perlon“, uvriježenim u Zapadnoj Njemačkoj, dok se u DDR-u, kao sredstvo distinkcije, koristio pojam dederon, izveden iz nacionalnog akronima. Crowley 2008, 138.

²⁵⁶ Chloupek (ur.) 1962, 70.

„bijela kuhinja“ koju, primjerice, priželjkuje majka djevojčice iz filma *Moj stan*. U reklami za tjesteninu mariborske tvornice *Intes* (1967.) tradicionalno prikazana domaćica koja frizurou i grafičkim oblikovanjem više podsjeća na ideal pedesetih upisana je u kuhinju u kojoj je sve – od radne površine preko kuhinjskih ormarića do zidnih pločica – blistavo bijelo (sl. 8).²⁵⁷ Pojam „bijela kuhinja“ može interpretirati u nekoliko smjerova. Prvo, signalizira važnost novih kućanskih aparata u idealnom jugoslavenskom domu koji su u reklamama i novinskim člancima redovito bili bijeli, djelomice i zbog ograničenoga repertoara jugoslavenske industrije. Ta se veza do danas održala u pojmu „bijela tehnika“. Drugo je moguće tumačenje ono u duhu unifikacije i standardizacije, percepcije kuhinje kao kompaktne cjeline (tzv. kontinuirane kuhinje – linearnog niza radnih postaja kakav su razradile Christine Frederick i Margarete Schütte-Lihotzky)²⁵⁸ koja je planirana kao ansambl, a ne niz zasebnih, odvojenih komada namještaja i kućne tehnike. Treći aspekt odnosi se na higijenu. Ideja da bi kupaonica i kuhinja trebale biti u svijetlim bojama (najčešće u bolničkoj bijeloj) jača krajem XIX. stoljeća te omogućuje veću kontrolu nad odmah vidljivom prljavštinom. U tom se ključu može intepretirati i popularnost tvrdih materijala jednostavnih za održavanje poput keramike (osobito keramičkih zidnih pločica).²⁵⁹

Ipak, bijela boja nema apsolutni monopol u kuhinjskom mobilijaru. Mjestimično se, sve intenzivnije u drugoj polovici dekad, pojavljuju i kuhinjske garniture jednako geometrijski pročišćenih linija, unificirane visine bez reljefnih dekoracija, ali u jarkim bojama. Zamor sterilnošću i jednoobraznošću bijele boje podudara se sa sklonošću pop-arta prema vedrim, čistim, intenzivnim bojama. Takva je, primjerice, kuhinja mariborskoga proizvođača *Marles* s jarkocrvenim vratima kuhinjskih ormarića.²⁶⁰ Bijela je boja pritom zadržana na radnim plohama, površinama koje se u kuhinji najintenzivnije koriste i prljaju.

Industrijsku logiku racionalizma, minimizacije troškova proizvodnje i maksimalne standardizacije slijedi i kuhinjsko posuđe te jedaći pribor. Povjesničar dizajna Peter Dormer za dotičnu kuhinjsku opremu kaže da je najčešće na rubu vidljivosti, ni dobar ni loš dizajn

²⁵⁷ *Svijet* 11/1967, 57.

²⁵⁸ Lupton, Abbott Miller 1992, 3.

²⁵⁹ *Ibid.*, 26, 32.

²⁶⁰ *Svijet* 1/1969, 70.

koji se koncentrira na utilitarnost, a ne na pružanje estetskoga užitka.²⁶¹ Ipak, Dormer primjećuje osjetne promjene u pristupu jedaćem priboru i kuhinjskom inventaru između pedesetih i sedamdesetih godina XX. stoljeća: zaokret prema apstraktnoj skulpturalnosti koja često ne vodi računa o ergonomiji kao i rapidnu popularizaciju nehrđajućeg čelika koji diktira jednostavne forme i odsutstvo detalja.²⁶² Kićenost i razvedene forme odbacuju se zbog nekompatibilnosti s jeftinim modusom industrijske proizvodnje, a Dorner iznosi tezu da ulogu alegorijsko-simboličkog narativnog dizajna preuzimaju masovni mediji (časopisi, televizija), kao i efemerni kuhinjski objekti, poput afunkcionalnih figurica ili kićenih posuda za kekse.²⁶³

Bazarov članak „Kupci i trgovci“ (1965.) pledira za širu dostupnost suvremenih formi koje Dormer spominje. Fotografijama dvaju setova jedaćeg pribora, geometrijski pojednostavljenih oblika industrijski proizvedenih u jednom komadu, pridružuje se kritički intoniran tekst: „Malo je fabrika koje kod nas proizvode ovakav jednostavan, elegantan i funkcionalan pribor za jelo“.²⁶⁴ Sraz teksta i vizuala odražava konflikt želja i mogućnosti (jugoslavenskog) socijalističkog društva: želju za modernim, a ujedno i široko dostupnim proizvodom tržište ne može ispuniti te se između otvara prostor za žudnje, imaginaciju i projekcije za budućnost. U prilogu „Sto u savremenom ruhu“ objavljenom u *Bazaru* 1965. u ilustraciji se konstitira ideal suvremenog jedaćeg pribora i kuhinjskog posuđa kao ansambl obilježen svedenošću na jednostavne, pročišćene forme (sl. 9). Odbacivanje tradicionalnog asortimana odlučno se savjetuje („Ona vrsta stonog posuđa oblikovana pre više od pet decenija potpuno je iščezla sa stolova u zemljama gde se vodi računa o kulturi ishrane“),²⁶⁵ a starije varijante opravdavaju se u velikim institucijama (poput dječjih odmarališta), zbog financijskih razloga, a u domu se zahtijeva podizanje standarda. U argumentaciji se ističe naprednost drugih (zapadnih) zemalja za kojima Jugoslavija ne smije zaostajati.

Model uvođenja tehničkih inovacija u kućanstvo u duhu parole „tehnika narodu“ iz faze formativnog socijalizma²⁶⁶ analizirat će se na primjeru hladnjaka. Dok je u pedesetima

²⁶¹ Dormer 2003, 153.

²⁶² Ibid., 153-155.

²⁶³ Ibid., 156-157.

²⁶⁴ *Bazar* 18/1965, 5.

²⁶⁵ *Bazar* 15/1965, 36.

²⁶⁶ Dobrivojević, Duda 2014, 49.

taj kućanski aparat bio iznimkom u jugoslavenskim kućanstvima, u šezdesetima se sve više Jugoslavena odlučuje na tu nabavku.²⁶⁷ Popularnokulturni izvori imali su mješovitu ulogu propagande (nagovora na kupnju, često popraćena imperativom poticanja nacionalne industrije) i informiranja potrošač(ic)a o kupovini hladnjaka te njegovu optimalnom korištenju. Pristup toj zadaći bitno je određen ciljanom publikom popularnoga medija. *Knjiga za svaku ženu* 1962. ovako predstavlja hladnjak: „Svakom je domaćinstvu potreban hladnjak (frižider). Oni se proizvode u našoj zemlji i dobiju se na otplatu“.²⁶⁸ Iste godine u *Svijetu* izlazi članak „Poznajete li svoj frižider?“²⁶⁹ koji čitatelji(ca)ma daje pregršt savjeta o optimalnoj organizaciji namirnica unutar hladnjaka te „pravilnim“ metodama njegova čišćenja. *Praktična žena* godinu ranije kritična je prema ovom novitetu: „Znam da su frižideri mnoge naterali da gladuju. Zbog čega? Da li je u takvim domaćinstvima zaista postojala neophodna potreba za frižiderom?“²⁷⁰ Dok *Svijet* računa s prisutnošću hladnjaka u domaćinstvu, *Knjiga za svaku ženu* pretpostavlja da ciljana publika još ne posjeduje taj kućanski aparat te popularni priručnik preuzima funkciju nagovora na kupnju (autoritativno artikuliranog u izjavnoj, naoko neutralnoj rečenici), koristeći se argumentima fleksibilnog plaćanja u skladu s platnim mogućnostima građana te podupiranja nacionalne proizvodnje. Oba se pristupa koriste retorikom potrebe, nužde posjedovanja hladnjaka, ne interpretirajući ga kroz prizmu luksuza i potrošačkih žudnji. Znatno je oprezniji pristup onaj *Praktične žene* koja također kreće od pozicije ruralnog stanovništva i ne tretira hladnjak kao nužnost u prosječnom kućanstvu. Krajem šezdesetih otvoren hladnjak pun živežnih namirnica opće je mjesto u reklamama te signalizira klimu (žudeog) blagostanja. Isti je motiv čest u američkoj popularnoj kulturi nakon Drugoga svjetskog rata te se može tumačiti kao vizualizacija američke varijante društva obilja.²⁷¹

Obavljanje kuhinjskih poslova i u šezdesetima neprikosnoveno je ženska domena, što

²⁶⁷ Miroslav Krleža ovako ironizira novonastali potrošački zanos: „U prognozama, hoće li biti rata ili ne, prosječan čovjek nije siguran. 37% misli da će ga biti, a 44% da ga neće biti, više se interesiraju za frižidere nego za intelektualno-moralnu slobodu“. Konzumeristička žudnja za najnovijim proizvodima direktno je suprotstavljena intelektualnoj misli i slobodi te se negira politička važnost svakodnevice. Citirano prema: Hadžihasanović 2008, 24.

²⁶⁸ Chloupek (ur.) 1962, 41.

²⁶⁹ *Svijet* 8/1962.

²⁷⁰ *Praktična žena*, 35.

²⁷¹ Kinchin, O'Connor 2011, 40-41.

zorno dokazuju već spomenuti prikazi reklama – primjerice, za tjesteninu *Intes* sa znakovitim sloganom „dobra domaćica ne razmišlja“ te za kuhinju *Marles*. U potonjem je primjeru žena smještena uz radne plohe, a muškarac sjedi za stolom čekajući na pripremljeni obrok. Jedan od rijetkih protuprimjera jest ilustracija uz rubriku recepata u *Svijetu* koja uz ženu za štednjakom prikazuje muškarca pri pranju suđa (sl. 10).²⁷² Iako su nasmiješeni partneri suučesnici u kućanskim poslovima, ipak su naznačene i razlike među njima. Dok je žena opasana pregačom, odjevnim komadom čvrsto vezanim za prostor doma, muškarac je odjeven u bijelu košulju i kravatu, izdanje koje više podsjeća na poslovni svijet, čime se njegova reprezentacija ne zaustavlja samo na obavljanju kućanskih poslova.

Problem rodne asimetrije u obavljanju kućanskih poslova u jugoslavenskoj je popularnoj kulturi šezdesetih nedosljedno tretiran, krećući se od ignoriranja do otvorenih zahtjeva za ravnopravnijim angažmanom u kućanstvu. Socijalistički je službeni stav bio da je uvođenjem prava glasa 1945. Jugoslavija jasno proklamirala rodnu ravnopravnost koja se treba nastaviti i u drugim segmentima života, posebno u aspektu zapošljavanja žena izvan sfere doma, odnosno, njihove aktivne potpore nacionalnoj industriji. Ukoliko su bile registrirane, daljnje nejednakosti uglavnom su bile objašnjene ukorijenjenošću predratnih, nesocijalističkih praksi i sporim mijenjanjem ustaljenih životnih navika. Ipak, žene su i dalje za obavljanje istog posla bile plaćene slabije od muškaraca, a radna su mjesta bila rodno segregirana: žene su uglavnom zapošljavane u tekstilnoj industriji i uslužnom sektoru, a muškarci u tehničkim i građevinskim tvrtkama.²⁷³ Ženska je podređenost i u socijalističkom kontekstu strukturalno određena logikom patrijarhata te je rodno određenje često bilo presudnije od klasnog u reproduciranju i kontinuitetu rodne diskriminacije.²⁷⁴ Rodne su asimetrije i doslovno upisane i u prostor doma: visine kuhinjskih radnih površina bile su prilagođene prosječnoj ženskoj visini.²⁷⁵

Rodna se asimetrija u kuhinji i u domaćinstvu općenito najčešće nije tretirala kao ozbiljan problem već kao zabavni sadržaj u efemernim dionicama ženskih časopisa poput

²⁷² *Svijet* 5/1964, 31.

²⁷³ Hahn, Massey, Sekulić 1995, 360.

²⁷⁴ *Ibid.*, 361.

²⁷⁵ Ovaj se moment može tumačiti kao perpetuiranje rodnog jaza, ali i kao dizajn senzibiliziran za potrebe krajnjeg korisnika, pretežno žena. Kinchin, O'Connor 2011, 42.

karikature i vica, elemenata koji računaju s uvriježenim stavovima čitateljica (bez čega bi ti elementi izgubili komičnu komponentu) implicitno potvrđujući rodnu neravnopravnost kao neuralgičnu točku. Muškarci su redovito prikazani kao nesposobni i infantilizirani akteri koji ovise o ženskoj pomoći i ne snalaze se u kućanstvu te uzrokuju više problema nego koristi. Taj je stav posebno snažno izražen u seriji članaka „Kako vaspitavati muža“ (1965.) u kojoj *Bazar* ironično obrađuje muško nesnalaženje u domaćinstvu, a prizor kulminira u ilustraciji uz članak, prikazu muškarca u dječjim kolicima, ovisnog o supruzi, nedvosmisleno izjednačenom s majkom.²⁷⁶

Svijest o vlastitim manjkavostima u iznimnim slučajevima artikuliraju i sami muškarci. U *Bazarovoj* rubrici za pisma čitatelj(ic)a 1965. je objavljena želja jednog čitatelja za savjetima za domaćinstvo na razumljivi način izloženima muškarcima.²⁷⁷ Taj je sadržaj prikazan ambivalentno: uz iznimno afirmativan odgovor redakcije koja cijeni muškarčevu agilnost objavljena je karikatura muške nevičnosti kućanskim poslovima, zbunjena muškarca koji istovremeno kuha, čisti i posprema. Članak iz *Svijeta* (1968.) koji se u blago komičnom, ali i suosjećajnom tonu bavi švicarskim konceptom muške domaćinske škole zaključuje se riječima: „Na kraju se moramo upitati nije li poslovična nespretnost muškaraca u domaćinskim poslovima samo posljedica toga što ih nitko u tome ne podučava i nema u njih povjerenja?“²⁷⁸ Iako se progresivno demontira ideja o rodnom esencijalizmu (urođenoj nesposobnosti muškaraca za kućanske poslove), krivica za rodne asimetrije antifeministički se prebacuje na nepovjerljive žene koje se ne angažiraju dovoljno oko svojih supruga, previđajući strukturalne silnice patrijarhata.

Među najčešćim taktikama za rješavanje problema preopterećenosti žena kućanskim poslovima, drugom smjenom koja bi ih dočekala nakon tvorničkog dana, bilo je inzistiranje na skraćivanju vremena potrebnog za obavljanje kućanskih poslova, a ne na njihovoj preraspodjeli među ukućanima. Novi kućanski aparati i tehnike prehrambene industrije (primjerice, instant proizvodi) te efikasna organizacija kuhinjskog prostora po racionalističkim, tvorničkim principima prikazani su kao mogući načini uštede vremena koje domaćica treba dočekati sa zahvalnošću. Glasovi koji, na tragu marksističke misli, zahtijevaju

²⁷⁶ *Bazar* 25/1965, 27.

²⁷⁷ *Bazar* 4/1965, 3.

²⁷⁸ *Svijet*, 18/1968, 39.

državno subvencioniranje rada domaćice u obliku plaće bili su osjetno manje prisutni u ondašnjoj popularnoj kulturi. Jedan od rijetkih kritičkih priloga onaj je Pere Zlatara objavljen u *Svijetu* 1967. pod naslovom „Vaša supruga ne radi, zar ne?“ u kojem se analizira „najzaposlenija neplaćena radna snaga“ i donose komentari žena te iskustva kućanica.²⁷⁹ Tom problemu *Bazar* prilazi znatno plakativnije i simplificiranije: u članku „Domaćica zlata vredi“ (1969.) iznosi se izračun Zürškog statističkog zavoda koji desetogodišnjem radu domaćice za obitelj pridružuje protuvrijednost od 182 kilograma zlata.²⁸⁰ Tekst se zadržava na momentu pohvale, ne videći konfliktni potencijal u aktualnoj društvenoj situaciji.

Jedini časopis koji se udaljava od dosad predstavljenih ignorantnih ili kompromisnih pristupa je *Elle*. U tom se časopisu mogu pronaći i eksplicitno feministički tekstovi, prijevodi iz francuske verzije časopisa. Odvažan članak francuske spisateljice Benoîte Groult „Jedan 'pravi' muškarac i jedna 'prava' žena ne čine pravi par“ (1969.) odlučno se obračunava s rodnim ulogama objašnjavajući kako one vode do rodne neravnopravnosti i nesklada u vezi. Groult se nedvosmisleno i eksplicitno deklarira kao feministica i detektira kućanske poslove kao žarišnu točku rodnih asimetrija:

*Oni [spolovi] se neće dovoljno približiti sve dotle dok žena jednog dana ne bude mogla nedjeljom poslije podne otići na pecanje, ostavivši muža kod kuće s djecom i gomilom rublja za glačanje, a da taj postupak, toliko prirodan za muža, ne izgleda sraman u očima cijelog svijeta!*²⁸¹

Osim feminističke argumentacije, Groult se implicitno dodiruje i ideološke osi: cilj zamjenjivanje odnosa sluškinja-gospodar drugarstvom, pojmom koji u socijalizmu označava pozitivne vrijednosti kolektiva, ravnopravnog zajedništva. Budući da je upravo *Elle* bio najskuplji ženski časopis na onodobnom tržištu, namijenjen nešto imućnijim čitatelji(ca)ma, a posebno su ga rado čitali i intelektualci/ke dizajnerske i arhitektonske struke ne čudi da je upravo u tom okviru progresivna feministička misao dobila više prostora.

Tematski kompleks prehrane stalno je mjesto ženskih časopisa u šezdesetima, a uglavnom se manifestira u rubrici s receptima i savjetima za domaćinstvo, ali ne manjka ni članaka koji se bave novitetima na domaćem tržištu i industrijskim metodama proizvodnje

²⁷⁹ *Svijet* 1/1967, 4-5.

²⁸⁰ *Bazar* 104/1969, 6.

²⁸¹ *Elle* 13/1969, 38-39.

(polu)gotove hrane. Interpretacija tipičnih jelovnika i namirnica nema samo nutricionističku komponentu, već se može analizirati i iz kulturnopovijesne perspektive koja otkriva mnogo o onodobnoj strukturi osjećaja i ideološkim te kulturnim konceptima.²⁸² U jugoslavenskoj je prehrani šezdesetih ključnu ulogu imala konstruktivna uloga hrane shvaćene kao goriva, gradivnog materijala. Kako nutricionist Aleksandar Đaja piše za *Praktičnu ženu* (1961.): „Pitanje ishrane našeg radnog čovjeka postavlja se, danas, kao jedan od najvažnijih problema. Jer, njegov radni efekat u mnogome će povećati – pravilna ishrana“.²⁸³ U tom su smislu šezdesete nastavljajući ratne percepcije prehrane kao dragocjenog, ograničenog izvora energije. Osnovna je kategorija za vrednovanje obroka njihova „hranjivost“, odnosno, energetska vrijednost,²⁸⁴ a od skupina namirnica prioritet imaju ugljikohidrati, odlučujući gradivni materijal,²⁸⁵ ali se sve više upozorava i na važnost voća i povrća te vitamina. *Knjiga za svaku ženu*, tradicionalniji tekst, upozorava da „većina povrća nije toliko hranjiva, da bi moglo biti samostalna hrana“.²⁸⁶

U skladu s interpretacijom tijela kao gradilišta je i ilustracija ljudskoga organizma iz jugoslavenske dječje enciklopedije *Svijet oko nas* koja uz presjek tijela s organima u komplementarnoj ilustraciji prisposobljuje tijelo sa strojem, a hranu s gorivom.²⁸⁷ Probavni se proces ilustrira metaforama izgaranja u kojima se ponovno nazire imaginarij pogona strojeva.²⁸⁸ Problematika oskudice, financijskih i tržišnih ograničenja, naličje je ekspanzionističkih, konstruktivnih težnji i u popularnoj se kulturi često izostavlja ili tek diskretno naznačuje: „[b]ez pečenja se može (ponekad i mora)“, navodi, primjerice, *Bazar*.²⁸⁹

²⁸² Analitički interes za naizgled efemeran fenomen prehrambenih navika među prvima je pokazao njemački sociolog Georg Simmel početkom XX. stoljeća koji posebnu pažnju poklanja ritualu zajedničke konzumacije obroka te modusima serviranja hrane. Simmel razlikuje između neposrednog unosa obroka, bez jedaćeg pribora, i pojedinačnih porcija omeđenih tanjurom, ansambla prostrtog stola koji podliježe kompleksnoj estetici i prelazi u sferu artifičnosti. Simmel 1910, 1-2.

²⁸³ *Praktična žena* 116/1961, 34-35.

²⁸⁴ Put standardiziranom mjerenju energetske vrijednosti utrt je 1892. otkrićem metode za njezino brojčano izražavanje u kalorijama, postignućem Amerikanca Wilbura Atwatera. Bilian, Dyak 2012, 123.

²⁸⁵ Tivadar, Vezovnik 2010, 397.

²⁸⁶ Chloupek (ur.) 1962, 342.

²⁸⁷ Bukša (ur.), 22.

²⁸⁸ Ibid., 23.

²⁸⁹ *Bazar* 3/1965, 4.

Preferiranje energetske i gradivne vrijednosti obroka postupno jenjava krajem dekade i ženski se časopisi sve izrazitije bave dijetama i promoviraju ideal vitkosti ženskoga tijela.

Iako se na prvi pogled prehrana čini efemernim, potpuno utilitarnim životnim sadržajem, ona nipošto nije lišena ideološke komponente. Industrijski proizvedeni gotovi obroci bili su popularni i na drugom polu – u kapitalističkom SAD-u – te su služili kao indikator društva blagostanja i prefiguracija futurističke, potpuno automatizirane kuhinje. Jugoslavenska se prehrambena industrija ambivalentno odnosi prema zapadnim proizvodima, ne nudeći ih na tržištu, ali istovremeno razvijajući njihove zamjene i kopije (*Ersatz*), kao i u već analiziranom primjeru uvođenja sintetičkih materijala.²⁹⁰ Utjecaj industrijskog zamaha na prehrambenu kulturu očituje se i u afirmaciji industrijski proizvedenih instant proizvoda koji skraćuju vrijeme potrebno za pripremu obiteljskoga obroka, ali i potpomažu gospodarski rast socijalističke Jugoslavije. Istovremeno se javljaju i kompleksniji pogledi na taj fenomen. Već podnaslov reportaže Ivanke Bešević u *Bazaru* „Meso iz kesica“ (1965.) – „Jedna mučna degustacija“ – najavljuje pretežno kritički stav prema instant-juhama.²⁹¹ U članku se posebno naglašava napetost između tradicije (juhe kao bitnog djela jugoslavenskoga jelovnika) i njezine industrijske verzije. Žiri zaključuje:

[S]ve bistre supe jednoličnog su ukusa, sličnog mirisa, preslane, suviše se osećaju na ekstrakt. Nedovoljno su masne. Bolje bi bilo usavršiti nekoliko vrsta nego zatrpavati tržište novim. Potaži su neodređenog ukusa. Da bi im se povećala hranljivost treba im dodati mleko, jaja, prženi hleb, peršun, šargarepu, paradajz.²⁹²

Iako je u reportaži naglašen širok asortiman (17 ocjenjivanih instant-juha na jugoslavenskom tržištu), njihova se kvaliteta pokazala poraznom. Čak i pobjednička *Podravkina* juha od graška nije oduševila žiri koji nije mogao odrediti ni njezin glavni sastojak. Domaće su juhe pozicionirane kao nedosegnut ideal i referentna točka za usporedbu. Ozbiljna je primjedba i nedostatak hranjivosti, odnosno, niska kalorijska vrijednost testiranih juha, već istaknut prioritet jugoslavenske ishrane u šezdesetima, što se poentira zaključkom da instant-juhe nisu pogodne za posluživanje u školama i bolnicama.

²⁹⁰ Peter 2009, 196.

²⁹¹ *Bazar* 3/1965, 4-5.

²⁹² *Ibid.*, 5.

S druge strane, *Knjiga za svaku ženu* bez dileme promovira uvođenje instant-juha na jugoslavenske stolove uz asertivnu tvrdnju: „Kemijska analiza pokazuje da su industrijske juhe po kakvoći ravnopravne sa domaćim juhama, a da su često čak i vrednije“.²⁹³ Izrazito afirmativan tekst na čak tri stranice iznosi neodređene pseudoznanstvene argumente i nabraja robne marke dostupne na jugoslavenskom tržištu funkcionirajući kao nedvosmislen nagovor na kupnju. Razlika u pristupu ovih dvaju medija može se objasniti ciljanom publikom: *Knjiga za svaku ženu* obraća se primarno ruralnom čitateljstvu koje sporije uvodi novitete u svoje kućanstvo (sumnjičavim recipijenti(ca)ma tipičnim za jugoslavenske pedesete),²⁹⁴ a *Bazar* cilja na urbanu publiku kojoj su (polu)gotovi prehrambeni proizvodi vjerojatno već poznati. Budući da je prehrambena industrija važna komponenta nacionalne ekonomije, razumljivo je poticanje na potrošnju elaborirano u *Knjizi za svaku ženu*, ali istovremeno se dopuštaju i kritični glasovi koji ne odbacuju instant-proizvode u potpunosti, ali savjetuju njihovu ograničeniju uporabu. Prvi je tip teksta naglašeno propagandan, s jasno postavljenim tezama i jednosmjernom argumentacijom, drugi je kompleksnije strukture i ne zagovara samo jednu stranu.²⁹⁵

Političnost hrane u jugoslavenskom kontekstu posebno je upadljiva u raspravi oko zimnice. Konzerviranje hrane, osim konotiranja tradicije nacionalne kuhinje, imalo je i nezanemarivu praktičnu ulogu, posebno u domaćinstvima koja si nisu mogla priuštiti hladnjak. Dilema između pravljenja zimnice u kućnoj radinosti i kupovne verzije izazvala je živu diskusiju u popularnim medijima, pitajući se o pravom značenju pojma „domaće“. Pojam zimnice redovito je uparen s posvojnomo zamjenicom „naša“, čime se osnažuje njezina važnost za kolektivni jugoslavenski identitet. Je li domaće, „naše“ ono čim se bavi domaćica u okrilju svoga doma ili taj pojam valja shvatiti u smislu domoljublja, poticanja domaće

²⁹³ Chloupek (ur.) 1962, 327.

²⁹⁴ Tivadar, Vezovnik 2010, 387.

²⁹⁵ Nagovor na kupnju industrijski prerađene hrane javlja se i u drugim socijalističkim zemljama. U DDR-u je u šezdesetima zdušno promovirana konzervirana riba, nacionalni produkt koji rješava problem kronične nestašice mesa. Tradicionalni zazor stanovništva prema ribi nastoji se pobijediti objavljivanjem članaka u popularnim tiskovinama koji afirmativno izvještavaju o smrznutoj ribi te pogotovo onoj konzerviranoj kao odgovoru na „zahtjeve moderne znanosti o prehrani“. Navedeni tekst u knjižici ribljih recepata objavljen u Leipzigu 1965. popraćen je naručenom fotografijom u boji koju potpisuje Kurt Schwarzer, scenom aranžiranog stola, u središtu kojeg se smještaju otvorene konzerve, čime se njihova industrijska proizvedenost ne pokušava kamuflirati, već naglasiti. Ispunjenost kadra od vrha do dna bogatom trpezom u službi je konotiranja obilja, socijalističkoga blagostanja. Voigt 2014, 44.

industrije? U ovoj se aporiji intrigantno redefiniiraju prostori privatnog i javnog te se ideološka mreža širi i na dotad uglavnom zanemarenu sferu domaćinstva. Ivo Lajtman u tekstu „Zimnica na jugoslavenski način“ (1966.) sučeljava zimnicu iz kućne radinosti i onu industrijski proizvedenu lobirajući za potonju, uvjeravajući čitateljstvo u njezinu kvalitetu i praktičnost te osobitu korist za nacionalnu industriju.²⁹⁶

Ideološki je upliv posebno vidljiv u gastronomskom imaginariju koji se u zemljama socijalističkoga bloka provodi prije svega u (više načelnom, deklarativnom nego realnom) okretanju receptima iz različitih socijalističkih zemalja, prije svega, SSSR-a. „Varšavski pakt na štednjaku“²⁹⁷ uključuje recepte poput boršča i soljanke, istovremeno provodeći političku čistku u imenima jela.²⁹⁸ U receptima iz šezdesetih često se pojavljuju i strana imena u izvornoj transkripciji koja pridonose gastronomskoj pismenosti jugoslavenskih domaćica (primjerice, *ragout*).²⁹⁹ Strana imena često egzotična prizvuka u kombinaciji sa skromnim repertoarom namirnica u receptu odraz su jugoslavenskoga rascjepa između „htjeti“ i „moći“, treći put koji pokušava pomiriti kapitalističku raznolikost na tržištu sa socijalističkim vrijednostima. Jedino se *Elle* eksplicitno pozicionira kao promotor jedne zapadne – francuske – nacionalne kuhinje te se otvoreno i elitistički od domaćeg tiska: „Recepte iz domaće kuhinje često objavljuju naši dnevni listovi. Mi, međutim, želimo da vas upoznamo sa specijalitetima poznate francuske kuhinje koji su prihvatljivi i za naš ukus“.³⁰⁰ *Elle* se pritom upušta i u (barem deklarativno) pregovaranje s jugoslavenskim kontekstom. Barthes kuhinji prezentiranoj u časopisu *Elle* u kontekstu Francuske pedesetih pridružuje atribut „ukrasna“ nazivajući je „kuhinjom čistog vida“, naglašavajući njezinu artificijelnost i sklonost radikalnoj estetizaciji.³⁰¹

Osim tad aktualnih hladnoratovskih pozicija jugoslavenski jelovnik u šezdesetima sadrži i reference na prošlost jugoslavenskoga teritorija – prije svega austrijsku te tursku

²⁹⁶ *Svijet* 16/1966.

²⁹⁷ Peter 2009, 194.

²⁹⁸ Peter Peter u kulturnopovijesnoj analizi njemačke kuhinje u razdoblju DDR-a navodi primjere poput gubitka kneza Pücklera iz istoimene slastice ili pak zamjenu Bismarckove politički neutralnom delikatesnom haringom. Ibid., 193.

²⁹⁹ Chloupek (ur.) 1962, 330.

³⁰⁰ *Elle* 9/1969, 3.

³⁰¹ Barthes 2009, 95.

tradiciju. Prva se očituje u nizu germanizama i tradicionalnih jela iz austrijske kuhinje koji su se zadržali kao opća mjesta gastronomskog vokabulara (npr. knedle, štrudla), a drugi se, osim za jela koja se javljaju i u osmanskoj kuhinji (poput sarme), posebno manifestira u diskursu o kavi. Potonji će pobliže biti analiziran kao primjer ideološkog obilježavanja jedne namirnice koja na jugoslavenskom prostoru ima različite tradicije.

Ovaj napitak koji je već sam po sebi duboko obilježen kolonijalnom prošlošću³⁰² redovito se povezuje s konotacijama tradicije i orijentalizma, upućujući na egzotizirajuće elemente jugoslavenskoga kulturno-nacionalnog identiteta. Američka znanstvenica Rose M. Somerville u sociološko-etnografskoj analizi jugoslavenske obitelji čak na dva mjesta spominje i dalje uvriježen i omiljen običaj spremanja kave na turski način u većini jugoslavenskih domaćinstava.³⁰³ U šezdesetima se formira i protuteža ovom diskursu u obliku instant kave koja se nastoji približiti prije svega mlađoj publici kojoj se prodaje novi mladenački imidž, odmak od dzezve i običaja roditeljske i starijih generacija, poput proricanja budućnosti iz taloga, detalja koji se javlja u filmu *Zajednički stan*.³⁰⁴

Reklama za kavu marke *Jacobs* (s *Podravkom* kao distributerom za domaće tržište) objavljena u *Svijetu* 1969. prikazuje pet mladih, moderno odjevenih (mini-suknja!) i friziranih žena, od kojih tri sjede na amorfnoj sofi intenzivno crvene boje, a dvije stoje pred žutom pozadinom (sl. 11).³⁰⁵ Crveno u kombinaciji s žutim punokrvni je označitelj modernosti, s referencama na suvremeni dizajnerski vokabular, mladenačku kulturu i estetiku pop-arta. Izabrana kompozicija kao i mimika djevojaka (smijeh, otvorena usta kao afektirana začuđenost) sugerira da je riječ o tradicionalno ženskom prijateljskom razgovoru uz šalicu kave, koju svaka djevojka, zajedno s pripadnim tanjurićem, drži u ruci. Priprema i nabavka kave, kao i socijalizacija uz taj napitak stereotipno je ženska domena³⁰⁶ koju ova marketinška

³⁰² Kava, poput čokolade i nekih začina, se do sredine XX. stoljeća nabavljala u trgovinama egzotičnom robom iz kolonija (tzv. *Kolonialladen*), a tragovi orijentalizma i kolonijalističkog diskursa i danas su vidljivi, primjerice, u logotipu austrijskoga proizvođača kave Julius Meinl, morčiću kojeg je 1924. oblikovao austrijski grafičar Joseph Binder.

³⁰³ Somerville 1965, 355, 358.

³⁰⁴ *Zajednički stan* 1960, 42:25-42:42.

³⁰⁵ *Svijet* 6/1969, 52.

³⁰⁶ U njemačkom jeziku postoje i termini za ovaj oblik socijalizacije. *Kaffeekränzchen* (kružok – doslovno, „vjenčić“ – uz kavu) i *Kaffeeklatsch* (brbljanje, čavrljanje uz kavu) odnose se primarno na ženska druženja, a s tim se rodnom stereotipno povezuje i neobavezan razgovor spomenut u potonjoj riječi. Sigmund 2015, 148.

strategija pokušava transponirati u suvremeno društvo. Napetost između tradicije i modernosti odražava se u kulturnoj povijesti kave tijekom cijele dekade, a ova reklama očito staje na stranu suvremenosti. Pakiranje vakumirane kave u limenke, koje je i grafički istaknuto u tekstu reklame, navodi se kao „posebna novost“. Princip otvaranja sličan limenci piva posebno je razvijen za targetiranje mladenačke publike³⁰⁷ i predstavlja pobjedu nad tradicionalnim taborom skeptičnim prema mljevenoj kavi te nastoji istisnuti ručno mljevenje, kućni ritual koji je konotirao udobnost doma, ali i umješnost domaćice.³⁰⁸

Kako Monika Sigmund u kulturnopovijesnoj komparativnoj studiji konzumacije kave u objema njemačkim državama tijekom Hladnoga rata ističe, kava je u šezdesetima u BRD-u, ali i u DDR-u transformirana iz cijelih zrna koja se prodaju u rinfuzi u robnu marku.³⁰⁹ Pritom zemlja podrijetla više ne igra istaknutu ulogu u imaginariju potrošačica i potrošača te se zamjenjuje vjerom u standardiziranu kvalitetu robne marke.³¹⁰ U romanu Ivana Slamniga *Bolja polovica hrabrosti* (1972.) proces formiranja i konsolidacije robnih marki već je u odmakloj fazi te se, uz *Jacobs*, spominju i brendovi *Minas* i *Santos*.³¹¹ Primjer reklame za *Jacobs* dodatno je usloženjen prijenosom u jugoslavenski kontekst i ilustrira ambivalentan položaj Jugoslavije između Istoka i Zapada: inozemna (zapadna) robna marka ulazi na socijalističko tržište pod okriljem domaće tvrtke. Uz tradiciju turske kave i tržišni novitet vakumiranog proizvoda važnu su ulogu u Jugoslaviji, usporedivo s drugim socijalističkim kontekstima, imale kavovine, različiti nadomjesci za kavu na biljnoj bazi (ječam, cikorija i

³⁰⁷ Ibid., 147.

Problem neomiljenosti kave među adolescenti(ca)ma našao je rezonanciju i u današnjoj popularnoj kulturi te je artikuliran u američkoj seriji *Momci s Madisona*. U sedmoj epizodi druge sezone naslovljenoj kao *The Gold Violin* klijent – Martinson Coffee – želi redefinirati svoj imidž i privući mlađu publiku. Budući da marketinška agencija na početku šezdesetih još nema kadar za adekvatan pristup *youthquakeu*, zapošljava dva mladića upravo iz te generacije.

³⁰⁸ Ibid., 138.

³⁰⁹ Rastuća važnost robnih marki i njihova prevlast u šezdesetima posebno je izražena u američkom kontekstu. Djela pop-arta najspektakularnija su vizualizacija procesa invazije robnih marki: Warhol ne prikazuje bilo kakve juhe ili spužvice za čišćenje – Campbell i Brillo esencijalni su elementi, a ne puki dodatak. Djelo Toma Wesselmana *Still Life #30* (1963.) kuhinjski je aranžman zasićen robnim markama – žitnim pahuljicama *Kellogg's*, bezalkoholnim napitkom *7up*, konzerviranim voćem *Dole* i mnogim drugima. Vizija društva obilja manifestira se u sve širem asortimanu proizvoda i intenzivnim mehanizmima brendiranja. Kinchin, O'Connor 2011, 41, 58-59.

³¹⁰ Sigmund 2015, 132.

³¹¹ Kolanović 2011, 273.

sl.).³¹² Kavovine su bile rješenje problema u opskrbi kavom, ali i nosile neugodnu reminiscenciju na ratna vremena, razdoblje oskudice.³¹³

Na suprotnom polu od kave, pića koje tek treba brandirati za nove generacije, stoji *Coca-Cola*, žuđeni ikonički napitak Zapada. Kokakolonizacija, termin nastao u francuskim komunističkim krugovima kao protureakcija, opisuje globalizacijske efekte i učinak kulturne kolonijalizacije u pozadini masovnog širenja američke robe na druga tržišta.³¹⁴ *Pepsi-Cola* je na jugoslavenskom tržištu prisutna od 1964., a *Coca-Cola* počela se proizvoditi u Zemunu 1968. godine.³¹⁵ Reklama iz *Bazara* iz 1969. sastoji se od crteža mlade plavokose žene koja u kolica za kupovinu smješta dvije boce *Coca-Cole* i slogana „Jelo je prijatnije uz Koka-kolu“ (sl. 12).³¹⁶ U podnožju reklamnoga isječka sitnim je slovima otisnuto: „Po oblašćenju *The Coca-Cola Company* puni *Slovenija-vino* u pogonima *Slovin-Genex* – Beograd i Zagreb“. Spominjanje aktera u lokalnoj proizvodnji protuteža je uvođenju kapitalističkog proizvoda *par excellence* na jugoslavensko tržište implicitno opravdavajući taj potez prednostima za domaću industriju.

Iako je *Coca-Cola* u Jugoslaviji imala primarno imidž pića za mlade, ova reklama cilja, po uzoru na američku tradiciju, na njezinu afirmaciju u obiteljskom krugu. Crtež u maniri stripova iz kojih Roy Lichtenstein crpi materijal koji prerađuje u slogu pop-arta snažna je vizualna referenca na američku popularnu kulturu. Rješenje ženskoga lika uvelike podsjeća na stereotip idealne američke domaćice pedesetih (uredna, ali bujna kosa začešljana unazad) koja obavlja kupovinu za svoju obitelj, čime reklama sugerira da će i *Coca-Cola* naći svoje mjesto u zajedničkom obiteljskom obroku. Samoposlužna kolica kao i konzervirana hrana (limenka koja se u njima nazire) odlučna su promocija u Jugoslaviji još uvijek relativno novih modusa kupovine. Reklama transponirana iz američkog u jugoslavenski kontekst zorno pokazuje gibljivost značenja uslijed promjene referentnoga okvira i, već svojim vizualnim jezikom, kojim odudara od drugih reklama u tadašnjem jugoslavenskom ženskom tisku,

³¹² Usp. Chloupek (ur.) 1962, 422.

³¹³ Sigmund 2015, 164.

³¹⁴ Vučetić 2012, 330.

³¹⁵ Od europskih socijalističkih zemalja samo je u Bugarskoj *Coca-Cola* prije lansirana na tržište (1965.). U Poljskoj se javlja 1972., a u SSSR-u tek 1985. Ibid., 331-334.

³¹⁶ *Bazar* 123/1969, 48.

izaziva potrošačku žudnju. Piće koje je u SAD-u masovni proizvod, sastavni element svakodnevice, u Jugoslaviji je nabijeno potrošačkim fantazijama: ne kupuje se tek proizvod, već i aura zapadnog artikla, „esencije kapitalizma“³¹⁷ koja ga okružuje u kompleksnoj igri dostupnosti i čežnje.

Zaključno se može ustvrditi da je upravo prostor kuhinje najdinamičnije sjecište proizvodnje i potrošnje u domaćinstvu. Tehnološke se inovacije, u prvom redu kućanski aparati poput hladnjaka ili štednjaka, u ovom prostoru najvidljivije. Dizajnerska rješenja uglavnom se baziraju na modernističkim idejama iz dvadesetih godina XX. stoljeća o kući kao stroju za stanovanje koje inzistiraju na funkcionalnosti, racionalnosti, higijeni i pročišćenim geometrijskim formama. Te su tendencije kombinirane s također u dvadesetima nastalim modelima socijalnoga stanovanja te sa suvremenim strujanjima u dizajnu poput pop-arta. Važnost nacionalne proizvodnje ne očituje se samo u aspektu domaćih tvrtki koje proizvode dotične uređaje, već i na mikrorazini, u procesu pretvaranja namirnica u obrok: domaćici se u tom kontekstu pripisuje aktivna uloga proizvođačice, rad u privatnoj sferi uspoređuje se s onim plaćenim.

Pred domaćice se postavlja zahtjev da budu racionalne, osviještene potrošačice koje se razumiju u kućanske aparate i informirane su o ponudi na tržištu kao i o nutricionistički zadovoljavajućim obrocima za obitelj. U *Knjizi za svaku ženu* potrošnja se ne tretira kao prirodna, samorazumljiva djelatnost, već kao vještina koju valja savladati: „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“.³¹⁸ Iako se popularni izvori iz šezdesetih ograđuju od shvaćanja potrošnje kao užitka i rasonode, eskapističke fantazije potaknute potrošnjom implicitno su uključena u dionicu recepata i proizvoda iz stranih zemalja koji mogu funkcionirati kao nadomjestak za većini manje dostupna putovanja u inozemstvo, pogotovo u preookeanske predjele. Imaginarij kuhinje mješavina je mitske topline doma, opasnosti i anksioznosti (kuhinja je statistički najopasnija prostorija u domu),³¹⁹ prozaične svakodnevice „prljavih“ kućanskih poslova, rodne napetosti, tehnološkog poligona i prostora za maštanje.

³¹⁷ Vučetić 2012, 330.

³¹⁸ Chloupek (ur.) 1962, 14.

³¹⁹ Kinchin, O'Connor, 41.

6. Kupaonica

Iako je danas kupaonica samorazumljivo neizostavnim dijelom gotovo svakoga doma, sve do početka XX. stoljeća samo su iznimno rijetka kućanstva imala tu prostoriju. U Jugoslaviji šezdesetih još uvijek znatan udio domaćinstava ne raspolaže vlastitom kupaonicom te se u prvom broju *Bazara* u članku o njezi kože daje recept „za one koji imaju kupatilo“.³²⁰ Kupaonica, dakle, ni sredinom šezdesetih nije opće mjesto jugoslavenskoga doma.

Kupaonički je namještaj u zaćecima bio oblikovan po uzoru na druge komade mobilijara: nužnik je bio skriven u konstrukciji stolca, umivaonik je konstruiran po uzoru na ormarić, a kada se, analogno stolu, oslanjala na nožice. Ta se rješenja postupno fiksiraju, integriraju u zid i gube samostalan, mobilan karakter³²¹ te se prostor kupaonice etablira kao zasebna prostorija. U socijalističkom je kontekstu kupaonica zbog svoga posebno intimnog karaktera nudila utočište privatnosti u ideologiji koja stavlja naglasak na kolektiv, socijalizaciju i odbacuje osamljivanje kao buržoaski individualizam. Kratki momenti intimnosti u kupaonici, rado iskorištavani za čitanje u miru, bili su osobito dragocjeni u sovjetskim komunalnim stanovima u kojima je obitelj s drugim stanarima dijelila kuhinju, kupaonicu, a nerijetko i dnevni boravak.³²² U analizi kupaonice pažnja će se posvetiti dvama aspektima ženskosti toga prostora – higijeni (ženskom poslu održavanja čistoće doma, ali i, u širem smislu, vlastita tijela) i ljepoti (njezi, kozmetici i drugim metodama za postizanje, odnosno održavanje pristalog i njegovanog izgleda). Prva se funkcija kondenzira u uglačanim površinama i specifičnim materijalima (keramika, porculan), a druga u središnjoj poziciji zrcala, neizostavnog kupaoničkog rekvizita.

Uz kuhinju, kupaonica je centar „estetike otpada“, procesa eliminacije i tehnološkoga napretka u kućanstvu. Potrošnja se u objema prostorijama odvija na dvije razine – doslovno, u vidu biološke razgradnje otpada (hrana, tjelesne izlučevine), ali i u značenju ekonomske konzumacije, vječne nabavke potrošne robe, odnosno centralnog pogonskog goriva

³²⁰ *Bazar* 1/1964, 45.

³²¹ Lupton, Abbott Miller 1992, 28-30.

³²² Sentiment Žudnje za privatnošću u popularnoj je kulturi 1980-ih ovjekovječen pjesmom *Oda kupaonici* sovjetske grupe Zoopark. Dyak, Moskalets 2012, 150-151.

kapitalističkoga sustava.³²³ Rad je u oba prostora nevidljiv, njegova je suština u brisanju nereda, uklanjanju vlastitih tragova: „Dok kuhamo, stvaramo, a dok pospremamo – stavljam stvari na prvobitno mjesto kao da se ništa nije dogodilo“.³²⁴ Ova se opaska Ksenije Katalinić, osim kuhanja i pospremanja, s istim zaključkom može primijeniti i na čišćenje.

Kupaonica se u drugoj polovici XIX. stoljeća pretvorila u rasadište reformatorskih ideja o higijeni koje se zatim šire na ostatak kućanstva. „Teoriju mijazme“ (vjerovanje da su navodno štetna isparavanja poput magle ili vodene pare glavni izvor zaraze) istiskuje otkriće bakterija, golim okom nevidljivih uzročnika bolesti s kojima se stoga treba agresivnije obračunavati, što proizvodi više higijenske standarde.³²⁵ U sklopu rata protiv bakterija promiču se materijali koji ne upijaju vlagu i koje je lako održavati. Zidovi i pod oblažu se keramičkim pločicama te se promovira uporaba isto tako tvrde i neporozne keramike za tri sanitarna elementa (zahodsku školjku, umivaonik i kadu, odnosno tuš) koji ključno definiraju prostor kupaonice.³²⁶ Preferiranje bijele boje, kao u već razmotrenom slučaju kuhinjske bijele tehnike, također je bilo u službi borbe protiv bakterija i nečistoće koja je uočljivija na svijetloj pozadini, ali istovremeno daje kupaonici sterilan izgled podsjećajući na kliniku, prostor koji je u odmaklom XIX. stoljeću među prvima reformiran u skladu s novim higijenskim standardima.

Koncept higijene može se čitati i kroz ideološku prizmu, čemu su temelji također postavljeni u XIX. stoljeću, kad se kampanja za podizanje higijenskih standarda nije vodila isključivo u svrhu prevencije zaraze i poboljšanja životnoga standarda, već je počela konotirati i civiliziranost te moralnu superiornost.³²⁷ Ideja o napretku združila se s viktorijskim moralom i imperijalističkim podjelama prostora na „naše“ i „drugo“, „čisto“ i „nečisto“ – klasnim i rasnim demarkacijama. Socijalistički su ideali u tom aspektu ukorijenjeni u modernoj prosvjetiteljskoj misli te uključuju promoviranje politike zdravog

³²³ Lupton, Abbott Miller 1992, 2.

³²⁴ Katalinić 2009, 4.

³²⁵ Dyak, Moskalets 2012, 138.

³²⁶ Tzv. „three-fixture-bathroom“, ideja o spajanju nabrojanih triju elemenata u jedinstvenom prostoru, zagovarana je u prosvjetiteljskom, modernizatorskom narativu koji je promovirao „kulturu čistoće“. Hoagland 2011, 18.

³²⁷ Ibid., 19.

duha u zdravom tijelu, jačanja fizičke strane, kulta mladosti i tijela kao odraza snage nacije.³²⁸ Prljavština i nehigijenski uvjeti metaforički su preneseni na ideološke neprijatelje koji se nazivaju parazitima i bakterijama.³²⁹ Roland Barthes primjećuje da u pedesetima dolazi do zaokreta u reklamnom tretmanu higijenskih proizvoda: njihova se abrazivnost zamjenjuje predodžbama „nježnijeg“ dubinskog čišćenja: prljavština se tjera, a ne ubija.³³⁰

Na koncept higijene nastavlja se problematika ljepote, odnosno, odnosa prema (uglavnom ženskom) tijelu. Ideal pojavnosti socijalističke žene spaja racionalnost, ljepotu i umjerenost. Racionalnost, pragmatično razmišljanje može se iščitati iz fokusa na tretiranje boljetica uzrokovanih svakodnevnim poslovima u domaćinstvu i izvan njega. U tom kontekstu ističu se hidratantne kreme kao lijek za suhu, od fizičkih poslova ogrubjelu kožu ruku. Krema za ruke *Octa* zagrebačke tvrtke *Neva* u *Svijetu* se 1960. reklamira kao zaštita od iritansa djelatnih u različitim okruženjima – domaćinstvu, industriji, fotografiji, obrtu i tome slično (sl. 13).³³¹ Reklama u prvi plan stavlja funkcionalnost kreme, a ne njezino estetsko djelovanje. Krema se shvaća kao neophodan lijek, sredstvo protiv dermatoza i crvenila, a ne preparat za postizanje meke, svilenkaste kože nježne na dodir. Iako je adresat neupitno ženskoga roda, na što upućuje centralni crtež, odnosno dlan s elegantnim prstima i dugim noktima nedvosmisleno mišljen kao ženski, ali i činjenica oglašavanja u ženskoj reviji, reklama se sadržajno ne ograničava na prostor doma kao ni na žene. Grafički dizajn reklame usklađen je s dizajnom ambalaže kreme: dominiraju tipografija (veličinom istaknut naziv robne marke) i funkcionalistička silueta ruke, označitelj namjene proizvoda.³³² Tek u drugoj polovici šezdesetih sve brojnije reklame za stereotipno ženske proizvode počinju značajnije doprinositi formiranju potrošačkog mentaliteta i, obraćajući se individualnoj potrošačici,

³²⁸ Koncept čistoće ima i svoju negativnu stranu upisanu u totalitarističke režime, poput nacističke ideje o rasnoj čistoći (higijeni).

³²⁹ Dyak, Moskalets 2012, 142.

³³⁰ Barthes 2009, 32-33.

³³¹ *Svijet* 11/1960, 27.

³³² Navedene se karakteristike posebno razvijaju u periodu od 1963. do 1985. kad dizajnerica Marija Kalenić koncipira koherentan vizualni identitet tvrtke *Neva*. Izložba *Marijina industrija ljepote - Marija Kalenić i Neva: dizajn ambalaže 1963.-1985.* (Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb, 3.12.2013.-2.2.2014.) kustosice Koraljke Vlajo fenomenu pristupa iz perspektive povijesti dizajna, ali i šire shvaćene kulturne povijesti ističući momente higijene, ljepote i uljepšavanja u kontekstu kozmetičke industrije.

potpuno se povlače u sferu privatnog – prostor doma i intimu.³³³ Drugi je aspekt racionalnosti u prostoru kupaonice prosvjetiteljska intonacija tekstova o kozmetičkim proizvodima i postupcima. Članci na tu temu, pogotovo početkom dekade šezdesetih, diskurzivno više nalikuju popularnoj medicini, uputama liječnika narodnog zdravlja nego prijateljskim savjetima i konzumerističkom estetizacijom koje danas očekujemo od ženskih časopisa. Funkcija ovakvih članaka primarno je informiranje o fiziološkim procesima i borba s uvriježenim, duboko ukorijenjenim vjеровanjima, a ne interes za prodaju pojedinih konkretnih proizvoda ili njihovu funkciju tetošenja žene, zabave, opuštanja.

Nagla modernizacija, kao i u slučaju arhitektonskih te urbanističkih rješenja, nije ravnomjerno zahvatila sve dijelove Jugoslavije kao ni sve socijalne slojeve te u popularnoj kulturi i dalje opstaje imaginarij tradicionalnih tretmana. Preostaci starih vjеровanja dijelom su plod racionalizacije, kompromis s kupovnom moći jugoslavenskoga stanovništva, ali i pozivanje na zajedničku jugoslavensku tradiciju (npr. u slučaju preporučivanja rakije, balkanske panaceje, kao kozmetičkog i ljekovitog sredstva).³³⁴ Omjer tradicionalnih rješenja i industrijskih proizvoda varira u različitim medijima s obzirom na njihov cjenovni razred i ciljanu publiku: tradicionalne su recepture znatno češće u *Knjizi za svaku ženu* i *Praktičnoj ženi*, a u časopisu *Elle* decidirano izostaju.

Klasičan je primjer prosvjetiteljske paradigme *Bazarov* članak „I koža može biti žedna“ (1964.) koji se razračunava s predrasudom o masnoćama kao najpogodnijem sredstvu za tretman suhe kože i uvodi koncept hidratizacije, i danas vitalan u kozmetičkoj industriji.³³⁵ Marketinško oblikovanje kreme kao i mnogih drugih higijenskih te kozmetičkih proizvoda temelji se, Barthesovim riječima, „na nekoj vrsti epskog prikaza unutrašnjosti“, inzistiranju na metaforici dubine.³³⁶ Barthes nadalje primjećuje da je ta retorika upravo u slučaju proizvoda za njegu kože, površinskog organa *par excellence*, duboko paradoksalna, kao i inzistiranje na slici masnoće koja uspješno prenosi vodu.³³⁷ Članak je ilustriran fotografijom koja prikazuje

³³³ Duda 2005, 65.

³³⁴ U 1980-ima dolazi do indikativnog obrata u jugoslavenskom imaginariju hrane i kozmetike: ondašnja retraditionalizacija dijelom je odraz globalnog ekološki, organski intoniranoga pokreta, ali i pripremna faza rekonsolidacije partikularnih nacionalnih identiteta. Tivadar, *Vezovnik* 2010, 395-397.

³³⁵ *Bazar* 1/1964, 45.

³³⁶ Barthes 2009, 63.

³³⁷ *Ibid.*, 64.

nasmijani ženski model zamotan u ručnik kako njeguje kožu vrata (sl. 14). Dizajn prikazane kupaonice u potpunosti odgovara racionalnom modernističkom idealu: zidovi su obloženi pločicama, a u kadru su i bijeli četvrtasti umivaonik i slavina jednostavnih, pročišćenih linija, kao i standardno bijela kada. Središnje zrcalo i polica ispod njega pravilne su pravokutne plohe. U prikazanom prostoru kupaonice nema ničeg suvišnog ili stereotipno pridruženog ženskom ukusu: dizajn interijera i kupaonički inventar konotiraju standardizirani masovni modernizam. Jedini je element koji odudara od anorganskih geometrijskih linija lik žene čije se lice, poput ikone, utrostručuje, pojavljujući se dvaput kao zrcalni odraz. Ovaj postupak izdvaja i fetišizira ženu kao objekt, izlažući je pogledu iz više kuteva, naglašavajući njezinu estetsku funkciju dekoracije koja se daje iščitati i iz kontrasta organskog i anorganskog, ljudskoga tijela i modernističkog sloga u dizajnu interijera.

Važnost ljepote sadrži unutarnji paradoks socijalističkoga konstrukta žene: iako je u teoriji izjednačena s muškarcem, ona mora nastaviti s njegovanjem razlika među spolovima. Održavanje dobrog izgleda, iako naturalizirano kao ugodna ženska preokupacija, zapravo je još jedan oblik rada koji se u suvremenom kapitalističkom rječniku (ženske) popularne kulture naziva „radom na sebi“. Među analiziranim materijalima nema ni jednog primjera u kojem su muškarci ili djeca upisani u taj prostor te je on eksplicitno konotiran kao skrovito mjesto za rad na ljepoti koji se treba odvijati prešutno, u potaji, skriveno od očiju ostatka obitelji. Maša Grdešić povlači paralelu između dviju tradicionalno ženskih kategorija rada – obavljanja kućanskih poslova i njegovanja vlastita izgleda: „Ključna karakteristika kućanskih poslova njihova je *skrivenost*, kojoj je smisao baš u tome da *druga strana* bude pošteđena promatranja radnog procesa“.³³⁸ Ta se dva zahtjeva – ljepota i uzorno održavanje kućanstva – uparaju i u prostoru kuhinje, što je evidentno već iz naslova *Svijetovih* priloga poput „Modna revija u 4 kuhinjska zida“³³⁹ (1962.) ili „I kod kuće lijepi“ (1968.). U potonjem se kraćem članku zahtjev za ljepotom iznosi autoritativno: „Žena kod kuće radi, ali joj to ne daje pravo da bude neuredna i zapuštena“.³⁴⁰ Zanimarivanje ljepote metaforički se poistovjećuje s aljkavo obavljenim poslom te se sankcionira potenciranjem osjećaja srama. Iz imperativa ljepote izuzeti su samo teški kućanski poslovi, i to isključivo za njihova obavljanja, nakon

³³⁸ Grdešić 2013, 125.

³³⁹ *Svijet* 10/1962.

³⁴⁰ *Svijet* 14/1968, 8.

čega se domaćica instantno mora „dovesti u red“. Inzistiranje na ljepoti koja gotovo preuzima primat pred valjano obavljenim kućanskim poslovima simptom je zaokreta prema individualizmu i intimi krajem šezdesetih.

Za održavanje dopadljivog, ugodnog izgleda nužni su industrijski proizvedeni kozmetički proizvodi. Reklama za kolor-šampon *Colorelle* na poleđini *Svijeta* iz 1967. ogledni je primjer funkcioniranja koncepta njege u tom razdoblju (sl. 15).³⁴¹ Četiri različita tipa frizura i boja kose (dvije brinete, po jedan plavokosi i crvenokosi model) demonstrirana su pomoću četiriju modela. Umjetne poze i nepostojanje kontakta pogledom među modelima ostavljaju dojam lutaka iz izloga, a ne živih osoba. Svaka je žena pomno našminkana i frizirana, a posebno model dolje desno odražava ukus u šminkanju tipičan za šezdesete kondenziran u svijetlom ružu i naglašenoj crnoj liniji na gornjem kapku. Način prezentacije izbora varijacija proizvoda prožet je konzumerističkom logikom: čitateljici, potencijalnoj konzumentici, jasno su predstavljeni artikli, bez moralnih instrukcija ili eksplicitnog upisivanja socijalističkih vrijednosti u njih. Kolor-šampon kao proizvod nije neophodna, racionalna potrepština, već ima isključivo dekorativnu svrhu. Društvena se korist i socijalistička poruka implicitno čita tek na dnu reklame: u zaglavlju se navode imena kozmetičkih tvrtki: francuskog *L'Oréala* i jugoslavenske *Neve* – proizvođača i distributera. U ovom se detalju još jednom odražava jugoslavenski ambivalentni položaj između Zapada i Istoka, otvoreno promovirana distribucija zapadnog proizvoda nezamisliva u zemljama Varšavskog pakta. Francuski prizvuk u imenu proizvoda upisuje ideju luksuza u šampon: žene bez međusobnog kontakta, na nedefiniranoj pastelnoj pozadini, svaka u svom estetiziranom svijetu, konotiraju raskoš slobodnog vremena, „vremena za sebe“, koje je zapravo vrijeme rezervirano za rad – rad na sebi. Već u šezdesetima u kompleksu kupaonice mogu se pratiti začeci ideje o tom prostoru kao mjestu ugone i prepuštanja sitnim luksuzima. Roman *Igrači* (1969.) Zvonimira Majdaka povezuje potrošačke žudnje i male užitke s inozemnom provenijencijom: „Oduševili su me njeni još neupotrebljavani frotir-ručnici što ih je tata poslao iz Njemačke“.³⁴² Posebnost ručnika koji su očarali pripovjedača nije u njihovoj funkcionalnosti, već u fetišističkoj, simbolički nabijenoj poziciji žudene robe zapadnjačke provenijencije.

³⁴¹ *Svijet* 5/1967, 48.

³⁴² Kolanović 2011, 276.

Parametar umjerenosti funkcija je koja uravnotežuje pragmatičnost s ljepotom, ogradajući se istovremeno od radikalnog utilitarizma (prisutnog u povijesnim avangardama u SSSR-u kasnih desetih i ranih dvadesetih godina XX. stoljeća), ali i od zapadnjačkog individualizma te konzumerističkoga zanosa. Pojmovi poput mjere, ukusa i zlatne sredine redovito su dijelom repertoara jugoslavenskog diskursa o ljepoti i uređivanju. Pod krilaticom „umjereno, ali redovito“³⁴³ *Knjiga za svaku ženu* odbacuje napadno šminkanje, odijevanje i kozmetičke tretmane istodobno potičući potrošnju kozmetičkih preparata. Slična je i argumentacija koja se oslanja na praktičnost, spojivost rutine ljepote i higijene s radnim danom zaposlene žene i njezinim financijskim mogućnostima. Nerijetko shvaćena kao dio koncepta higijene, kozmetika je redovito pronalazila svoje mjesto u izložbama stanovanja, kao i na sajmovima u Jugoslaviji, ali i u drugim socijalističkim zemljama.³⁴⁴ Potrošnja se ideološki opravdava promoviranjem kozmetike kao nužnosti čak i za žene iz radničke klase, odmičući se od predodžbe dekadentnog luksuza.

U jugoslavenskom domu šezdesetih, kao i u široj socijalističkoj paradigmi, kupaonica je prostorija u kojoj je ideološki podtekst najslabiji i najnekoherentniji, što se djelomice može objasniti dubokom privatnošću toga prostora, ali i fokusom na individualističke aktivnosti i duboku rodnu podjelu. Iako žene provode više vremena u kupaonici od ostalih ukućana (radeći na sebi i održavajući čistoću prostorije) rodna obilježenost ovoga prostora ne manifestira se u dizajnu interijera. Dominiraju strogo modernističke premise – racionalnost, geometrizacija, umjetni, higijenski materijali i gotovo spartanska eliminacija dekorativnih elemenata. Kupaonica je tako istovremeno prostor užitka i nužde, diktata higijene i kulta ljepote, odmora i rada, a može funkcionirati i kao eskapističko utočište od režimski promoviranog kolektivismu.

7. Dječja soba

³⁴³ Chloupek (ur.) 1962, 475.

³⁴⁴ U sklopu izložbe povodom desete obljetnice osnutka DDR-a, otvorene 20. srpnja 1959. u Njemačkom povijesnom muzeju u Berlinu najavljeno je održavanje praktičnih tečajeva ljepote u kozmetičkom odjeljku. Ovaj slučaj pokazuje dva intrigantna aspekta socijalističkog odnosa prema ljepoti, kombiniranje fascinacije kozmetikom s ograničavanjem na praktičnost. O važnosti teme svjedoči njezina muzealizacija i kustosko viđenje kao aspekta svakodnevice dovoljno važnog za DDR da ga valja uvrstiti u antologijsku izložbu. *Berliner Zeitung* 195/1959, 9.

Djetinjstvo se kao psihosociološki i kulturni fenomen pojavilo na obzoru tek u XIX. stoljeću kad se napušta dominantno shvaćanje djeteta kao umanjene verzije odrasloga čovjeka i, uz žene i radničku klasu, djeca postaju ciljanom publikom i otkrivaju se kao potencijalni konzumenti. Drukčiji tretman djece od odraslih i rađanje svijesti o specifičnosti ove dobne skupine te njezinu psihofizičkom razvoju u vizualnim se umjetnostima dade iščitati iz obiteljskih portreta i prikaza djece koji se udaljavaju od tradicije umanjenih odraslih, naglašavajući specifično dječje osobine i manje inzistirajući na djetetu kao kopiji svojih predaka, nastavljajući obiteljske loze. Početkom XX. stoljeća dolazi do odmaka od percepcije djeteta kao potencijalne radne snage ekonomski korisne za roditelje te u prvi plan dolazi služenje djece psihološkim potrebama roditelja za bliskošću i afektivnošću.³⁴⁵

„Otkrivanje“ djetinjstva u društvenim i humanističkim znanostima uslijedilo je još kasnije: studija francuskoga povjesničara Philippea Arièsa *Stoljeća djetinjstva: društvena povijest obiteljskog života* (1960., 1962. prevedena na engleski jezik) pionirsko je djelo koje je afirmiralo ovo područje istraživanja i ideju o djetinjstvu kao konstrukt modernoga doba. Kako Ariès napominje govoreći o predmodernom konstrukt djeteta: „dijete koje je još bilo previše krhko za sudjelovanje u životu odraslih jednostavno se „nije računalo““.³⁴⁶ „Kulturalni znakovi dječjeg stanovanja indikator su odnosa društva prema vlastitoj djeci u pojedinoj povijesnoj epohi“,³⁴⁷ piše Ingeborg Weber-Kellermann primjenjujući Arièsovu tezu o djetinjstvu kao konstrukt na reprezentacije dječje sobe u književnosti i likovnim umjetnostima iz XIX. i početka XX. stoljeća. Weber-Kellerman utvrđuje da se dječja soba u obliku zasebne prostorije masovnije javlja u XIX. stoljeću kao posljedica industrijalizacije i procesa razgraničenja javnog i privatnog (doma i radnog mjesta), što, združeno s naslijedom Francuske revolucije, afirmacijom prava individuum, dovodi do formiranja bidermajerskog ideala intimnog građanstva.³⁴⁸

Krajem XIX. stoljeća dječje odaje sve se izrazitije iz pukog spavaćeg prostora

³⁴⁵ Gary Cross promjenu paradigme oprimjeruje novim prioritetima pri posvajanju djece: starija, snažnija siročad izgubila je primat pred „slatkom“ dojenčadi. Cross 1997, 85.

³⁴⁶ Ariès 1973, 125 (moj prijevod).

³⁴⁷ Weber-Kellerman 1991, 15 (moj prijevod).

³⁴⁸ Ibid., 20-24.

transformiraju u svijet igre.³⁴⁹ Ipak, ideja zasebnog prostora za djecu bila je provediva tek među buržoazijom i višom klasom te su u njezinu korijenu duboko građanski ideali privatnosti, kućevnosti, individualizma i jasnog razgraničenja funkcija u stambenom prostoru.³⁵⁰ Većina tvorničkih radnika u gradovima živjela je u skućenim i napučenim stambenim prostorima u kojima su ukućani dijelili ne samo sobu, već u pravilu i krevet s drugima, te je, čak i da je postojala želja, adaptacija koja bi predviđala zasebni prostor za djecu bila nemoguća. U kućama na selu bilo je, doduše, u pravilu dovoljno prostora za zasebnu sobu, ali ona se nije uklapala u dominantnu percepciju djeteta kao umanjene verzije odraslih koje se od najranije dobi mora pripremati za poslove na imanju, a ne tratiti vrijeme na samosvrhovitu igru.³⁵¹

Modernistička stambena arhitektura, kako ona s početka XX. stoljeća, tako i njezina reinterpetacija u šezdesetima, kao svoje stanare najčešće zamišlja nuklearnu obitelj s dva potomka. Taj je „idealni recipijent“, osim u okviru obiteljske kuće, modela posebno popularnog u SAD-u i među imućnijim klijentima, bio živo prisutan u planiranju socijalističke stambene arhitekture, što je razvidno već iz prioriteta koje obitelji načelno imaju u dodjeli državnih stanova. U razdoblju nakon Drugog svjetskog rata ideja zasebne dječje sobe afirmira se u zemljama kapitalističkoga Zapada, ali i u socijalističkom kontekstu. U stambenim prostorima minimalne kvadrature žrtvuje se blagovaonica, jedan od reprezentativnih prostora građanske kulture, pretvarajući se u kutak za blagovanje u sklopu dnevne sobe ili kuhinje.³⁵² Ova promjena paradigmatki je indikator transformacije stambenog prostora iz dominantno statusnog simbola orijentiranog na goste u prostor obiteljske intime i individualizma.

U kontekstu jugoslavenskih šezdesetih važnost djeteta još se eksplicitnije postulira: dok roditelji u skućenim prilikama novoizgrađenih socijalističkih stanova noće u dnevnom boravku, dječja soba redovito ulazi u zasebni prostor, čime se priznaje potreba za interijerom pedagoški i dizajnerski prilagođenom djetetu. Ipak, u prvoj polovici šezdesetih još je uvijek uvriježena praksa namještanja dječje sobe preostacima namještaja iz domaćinstva, o čemu se

³⁴⁹ Ibid., 25.

³⁵⁰ Ibid., 111.

³⁵¹ Ibid., 118-119.

³⁵² Ibid., 121.

piše i u *Svijetu* iz 1964.: „Dječja soba se najčešće ne kupuje. Prilagođava se od komada starog namještaja, kombinira i na neki način ‚kroji‘ – da bi djeci dali njihov kut za igru“. ³⁵³ Senzibiliziranje potrošač(ic)a za nabavku ansambla namještaja za dječju sobu još je u povojima, ali među promotivnim materijalima objavljivanim u onodobnim ženskim časopisima sporadično se javlja reklama za namještaj za dječju sobu. Znatno češće dječja se soba pojavljuje u kontekstu savjetodavnih priloga s konkretnim prijedlozima o najprikladnijim rješenjima toga prostora. Sugerirani je namještaj življih boja od ostatka stana i manji, u skladu s nižim rastom djece. Afirmira se ideal vedrine: „Dječja soba ne mora biti elegantna, ali mora biti vedra“. ³⁵⁴

Kult mladosti, posebno snažan u šezdesetima, primarno se obraćao adolescentskoj populaciji, ali je utjecao i na percipiranje djece kao potencijalnih potrošača ili, češće, motora koji potiču roditelje na konzumaciju i kupnju određenoga proizvoda. Istovremeno, u tom se periodu umnožavaju psihološki pristupi i interpretacije ispravnoga odgoja koji se nerijetko pojavljuju i u popularnim medijima, prije svega, u ženskim časopisima.

Prostor dječje sobe analizirat će se kroz tri prizme. U prvom segmentu istraživat će se ideološka potka djeteta shvaćenog kao metafora svijetle budućnosti, izjednačenoga sa sudbinom nacije, kolektiva. Narativ odrastanja u tom se smislu isprepliće s formiranjem uzornih socijalističkih građanki i građana. Da bi se omogućio pristup tim implicitnim značenjima pobliže će se promotriti različite uloge koje se očekuju od djeteta i njihova manifestacija u prostoru dječje sobe. Drugi aspekt razmatrat će rodnu obilježenost odgoja i moduse njezina upisivanja u prostor. Metoda pristupa ovom sloju značenja primarno će se ograničiti na komparativnu analizu sobe za djevojčice s onom za dječake te naznačiti linija rodne demarkacije koja se formira u pubertetu. Treći pristup koncentrirat će se na ulogu dekoracija (zidnih ukrasa i tapeta) te različitih predmeta u dječjoj sobi. Osim o djetetovim željama i fantazijama, odnosno, djetetu kao konzumentu, ti elementi govore još više o roditeljskom viđenju dječjih potreba.

Igračke, jedan od ključnih specifikuma dječje sobe, analizirat će se oslanjajući se na studiju Garyja Crossa o kulturnoj povijesti igračaka u američkom kontekstu. Cross predlaže razlikovanje dvaju suprotstavljenih tipova igračaka – onih namijenjenih oblikovanju

³⁵³ *Svijet* 2/1964., 25.

³⁵⁴ *Ibid.*, 25.

budućnosti djeteta i onih fantastičkih koje oslobađaju djetetovu maštu.³⁵⁵ Prve će se analizirati u segmentima fokusiranim na ideološke i rodne silnice upisane u dječje sobe, a potomje će biti od koristi u posljednjem segmentu poglavlja te će doprinijeti razumijevanju reprezentacija dječjih fantazija.

Djetinjstvo u Jugoslaviji šezdesetih ideološki je obojeno od početka školovanja. Školarci i školarke u prvom su razredu, na Dan Republike, prošli protokol inicijacije i postali članovima pionirske organizacije, u slovaricama uz slovo „T“ redovito je stajalo „Tito“ (a ne, kao što bi se iz današnje perspektive očekivalo, „tata“), a ciljevi školskih izleta redovito su bila mjesta ključna za socijalistički režim (npr. Titov rodni Kumrovec ili pak spomen-mjesta iz perioda antifašističke borbe).³⁵⁶ Od pet osnovnih funkcija dječje sobe koje Ingenborg Weber-Kellerman navodi (spavanje, jedenje, igra, pohrana i sakupljanje te rad)³⁵⁷ u jugoslavenskoj popularnoj kulturi šezdesetih primat ima rad koji se shvaća kao prefiguracija budućih uzornih socijalističkih građanki i građana, radnika i radnica koji nastavljaju graditi socijalizam. Reklama za komplet namještaja za dječju sobu „Matjaž“ slovenskog proizvođača *Slovenijales* (1969.) u prvi plan postavlja upravo pogodnosti ove sobe za radnu klimu već podnaslovom („U njoj će vaše dijete marljivo i s veseljem raditi“), a zatim i u popratnom tekstu:

*Psiholozi tvrde da na odgoj i sposobnost djece odlučujuće djeluje okolina u kojoj rade. Uredite im prostor koji će biti samo njihov; u njemu će dozrijevati u samostalne ličnosti s osjećajem odgovornosti i zdravim odnosom prema vlasništvu. U tu svrhu je „Slovenijales“ izradila opremu dječje sobe, koja se može sastaviti od elemenata prema želji, kakve zahtijevaju prostor i potrebe. Namještaj je tako konstruiran da će ispunjavati želje djeteta od njegove rane mladosti do kraja školovanja.*³⁵⁸

Osim rada u tekstu se ne spominju druge konkretne aktivnosti vezane za dječju sobu. Pogodnosti kvalitetne sobe prezentirane su kao društvena korist, formiranje odgovornih Jugoslavenki i Jugoslavena. Tekst crpi autoritet iz pozivanja na stručnu prosudbu („[p]siholozi

³⁵⁵ Usp. Cross 1997, 50-120.

³⁵⁶ Vučetić 2012, 306-307.

³⁵⁷ Weber-Kellerman 1991, 57-58.

³⁵⁸ *Elle* 11/1969, 58.

tvrde“), a afirmiraju se i već spominjane vrijednosti poput racionalne potrošnje i fleksibilnosti: namještaj, zahvaljujući prilagodljivosti pojedinih elemenata, treba potrajati tijekom cijelog djetinjstva i tako se ispostaviti kao povoljna investicija.

Usporedi li se sadržaj teksta s reklamnom fotografijom uočavaju se pukotine u koherentnosti diskursa, proturječja između teksta i vizualnog materijala. Dječja soba „Matjaž“ (sl. 16) sastoji se od kreveta, velikog ormara za odjeću, manjeg ormara s ladicama i manjim pretincima te noćnog ormarića; upadljivo nedostaje bazični mobilijar radnog prostora – radni stol i pripadni stolac. Na podu u sredini prostorije nalaze se jastuk i kovčeg s kockicama, jednostavno i pristupačno rješenje za igru. Fotografije s motivima prirode krasi zidove, a važno mjesto zauzimaju i knjige na noćnom ormariću i u regalu. U skladu s idealom umjerenosti i racionalnosti objekti u sobi uredno su posloženi. Koloristički odnos pravokutnika crvene, bijele i plave boje kao i geometrijska redukcija na pravokutne plohe odgovaraju modernističkom naslijeđu Pieta Mondriana, bojama jugoslavenske zastave te osim toga svjetlinom i živošću pristaju u dječju sobu, prostor koloristički nešto slobodnije riješen od ostatka stana. Brojne ladice (u regalu, noćnom ormariću, kao i ispod kreveta) upućuju na važnost racionalnog raspolaganja skladišnim prostorom u stanu minimalne kvadrature i iskoristivost svakog komadića slobodnog prostora.

Komplementaran je par aktivnoj funkciji rada mnogo manje istican pasivan element odmora. Majka se u tom kontekstu pojavljuje kao nositeljica prisnosti, umirenja. Reklama za prašak za rublje *Mixal* (1968.) iskorištava moment spremanja djeteta na spavanje da bi istaknula vezu majke s potomkom.³⁵⁹ Mali dječak, ušuškan u krevet, dodiruje majčino lice, a tekst reklame, „Majčice, samo još jedna priča...“, opskrbljuje situaciju kontekstom. Sa sniježnobijelim posteljnim rubljem i odjećom protagonista korespondira svijetloplava pozadina te ostvarena harmonija boja odiše mirnoćom. Pričanje priče prije spavanja upućuje na funkciju razvoja imaginacije koja je prisutna u naizgled pasivnoj djelatnosti te je naličjem racionalnoga rada. Reklama naglašava i fizičku bliskost između majke i djeteta (otac je pritom simptomatično izuzet iz afektivne konstelacije) te odgovara zaokretu prema intimnosti, osobnom životu i obiteljskoj toplini tipičnom za drugu polovicu šezdesetih koji se javlja i u diskursu o dizajnu te arhitekturi.³⁶⁰

³⁵⁹ *Bazar* 93/1968, 48.

³⁶⁰ *Le Normand* 2008, 155.

Rodno diferenciranje dječje sobe u ranoj dobi izostaje. U *Bazarovu* tekstu „Kada imaju manje od 10 godina“ (1965.) savjetuje se kako optimalno namjestiti sobu za dvoje male djece, ali njihov se rod ne navodi ni u jednom dijelu članka,³⁶¹ štoviše, zahtijeva se „[p]una ravnopravnost, kojoj uvek treba dati poseban značaj u sobi za dvoje dece (bez obzira na uzrast)“.³⁶² Neravnopravnost koja proizlazi iz razlike u rodovima uopće se ne spominje, već se težište prebacuje na potencijalno problematične dobne razlike. Isto tako, već analizirana reklama za sobu „Matjaž“ u tekstualnom dijelu krajnjeg korisnika naziva jednostavno „dijete“ ne specificirajući njegov rod. Drugi elementi – knjige, kocke za igru, pejzaži, ali i kolorit – također se mogu tumačiti kao rodno neutralni inventar dječje sobe. Jedino naziv proizvoda, muško ime, moglo bi sugerirati da je riječ o sobi za dječaka, ali ta se pretpostavka ne može jednoznačno potvrditi.

Rodne se razlike počinju isticati stupanjem u pubertet. *Svijetovo* posebno izdanje, *Svijet Mladi* iz 1967., odraz je porasta svijesti o važnosti pridobivanja mlade publike te se čitatelji(ca)ma obraća izravno, u drugom licu, fingirajući veću bliskost i opuštenost no što je to slučaj s regularnim izdanjem koje dobnu ljestvicu ciljane publike ipak postavlja nešto više. Članak „Danas priređujem zabavu“ (1967.) donosi pregršt praktičnih savjeta i recepata za kućnu zabavu u organizaciji tinejdžera/ke, odnosno, adolescenta/ice te jasno razdvaja djevojačke od dječaćkih uloga. U odjeljku „Poziva on“ sugerira se izbor što jednostavnijih jela³⁶³ te traženje pomoći od majke i prijateljica, dok segment „Poziva ona“ savjetuje djevojci zahtjevnija jela („evo prilike da se iskažete!“)³⁶⁴ i potpuno preuzimanje odgovornosti uz eventualnu manju pomoć prijateljica. Konstrukt djevojke u ovom članku prefiguracija je uzorne domaćice, a valja primijetiti i spominjanje drugih djevojaka koje su zadužene za pomoć, dok momci upadljivo izostaju (djevojci se savjetuje da se obrati prijateljima tek u slučaju težih fizičkih poslova, stereotipno muške domene). Momkov angažman oko organizacije zabave već zaslužuje divljenje, a od djevojke se očekuje više.

³⁶¹ *Bazar* 9/1965, 36-37.

³⁶² *Ibid.*, 36.

³⁶³ U istom je duhu i izbor savjeta u poglavlju „Sam u kuhinji“ priručnika *Domaćin u kući*. Predstavljaju se samo najjednostavnija, neizostavna jela (juha od povrća, kuhana jaja, sardine iz konzerve i sl.) i napici (kava, čaj) – muškarac u kuhinji konstruira se kao iznimka u slučaju nužde, a ne kao svakodnevna pojava. Milač (ur.) 1973, 200-212.

³⁶⁴ *Svijet Mladi* proljeće/ljeto 1967, 34-35.

Slična se taktika rodne polarizacije u oblikovanju budućnosti djece u američkom kontekstu intenzivnije kondenzira u igračkama,³⁶⁵ dok je u Jugoslaviji, zbog ograničenijeg budžeta, dislocirana u kućne aktivnosti koje ne zahtijevaju skupe proizvode, već se uklapaju u paradigmu praktičnosti i svrhovitosti. U jugoslavenskom kontekstu igračke, kao i namještaj, znatno su dugovječnije i ne mogu funkcionirati po načelu zamjenjivosti, praćenja najnovijeg krika mode. Ipak, rodno obilježene igračke nisu nestale, samo su se javljale u osjetno skromnijem opsegu. Primjerice, lutka kao igračka za djevojčice i dalje je bila popularna, ali izostajala je stvorena potreba kompletiranja, posjedovanja „čitavog seta“ koja je živo prisutna u američkoj popularnoj kulturi.³⁶⁶ Konzumeristički mentalitet u igračkama secira i Roland Barthes u kontekstu Francuske kasnih pedesetih tvrdeći da je francuska igračka „obično oponašateljska igračka, nastoji odgojiti djecu korisnike, a ne djecu stvaraocē“.³⁶⁷ Lutka je bila usko povezana s konzumerističkim žudnjama te su lutke koje hodaju i govore često nabavljane u Trstu, mitologiziranom punktu opskrbe jugoslavenskog građanstva zapadnjačkom robom.³⁶⁸ Potrošačke želje nisu ograničene samo na robu zapadnjačke provenijencije: u duetu Ive Robića i tad 14-godišnje Zdenke Vučković *Moja mala djevojčica* (poznatijem pod imenom *Tata, kupi mi auto*) iz 1958. djevojčica traži „bar jednu malenu bebū“ i „kolica *Jugovini!*“, odnosno, igračke iz domaće proizvodnje.

Dekoracije u dječjoj sobi, kao i neki komadi namještaja, redovito su plod „uradi sam(a)“ projekata. U Jugoslaviji šezdesetih još je prisutna praksa iskorištavanja suvišnog mobilijara u domaćinstvu za namještanje dječje sobe te se tek razvija ideja o kupovini industrijski proizvedenog ansambla namještaja konstruiranog specijalno za dječje odaje. U već spomenutom *Bazarovu* članku „Kada imaju manje od 10 godina“ (1965.) navodi se primjer transformacije beskorisnog ormarića u inventar dječje sobe: „Stari ormarići,

³⁶⁵ Kako Gary Cross zaključuje, igračke za dječake zrcalile su najnovija znanstvena, tehnička i industrijska postignuća i konstruirale dječake kao buduće radno aktivne muškarce djelatne u javnoj sferi. Igračke namijenjene za djevojčice trebale su ih privesti konzumerizmu, modernom održavanju domaćinstva (tek usputno dotaknutom novim tehnološkim dosezima) i njegovanju afektivnih odnosa (prijateljstva, brige za dijete, braka). „Dječčkim“ igračkama poput automobila, zrakoplova, moderne građevinske konstrukcije suprotstavljene su lutke, modeli malih trgovina i kućanstava. Igračke za djevojčice sastojale su se od manje komponenti i nisu inzistirale na snazi i brzini, već su u prvom planu bili međuljudski odnosi. Cross 1997, 67.

³⁶⁶ Ibid., 52.

³⁶⁷ Barthes 2009, 47.

³⁶⁸ Duda 2005, 70.

predviđeni za uklanjanje iz stana, našli su ponovo svoje mesto, pretvoreni su u ormariće za dečje stvari, osveženi crvenim mat-lakom (...)“.³⁶⁹ Ovaj iskaz sadrži reminiscenciju na zapostavljenost dječje sobe u uređenju interijera u XIX. i na početku XX. stoljeća, ali je i kreativan odgovor jugoslavenske majke na ograničeni asortiman dostupan u trgovinama, istovremeno predstavljajući model uštede.

Od boja posebno je mjesto imala crvena, boja često smatrana „bojom radosti, bojom vedrine“,³⁷⁰ potkrepljujući tezu o naglasku na aktivnost djeteta (rad, igru), a ne na pasivne funkcije dječje sobe (u prvom redu spavanje). Stimulacija se preferira nauštrb pastelnih boja i smirujuće atmosfere. Crvena je ujedno i boja komunizma i, konkretno, pionirske knjižice, te u kontekstu socijalističke Jugoslavije stoga nije mogla biti rodno ograničena i partikularna.

Dječja soba nije bila svedena na strogi funkcionalizam te u njezinu oblikovanju važno mjesto zauzimaju dekoracije, pogotovo kad je riječ o prenamijenjenim komadima namještaja iz drugih prostorija. Igračke i dekoracije u ovom će se segmentu promatrati kao poticaj dječjoj imaginaciji te dio zasebnog univerzuma dječjih maštarija.³⁷¹ Među dekorativnim elementima posebno su omiljeni prikazi životinja, dječji crteži, ali i egzotizirajući motivi malih crnaca. *Svijet* u prilogu „Mali detalji u dječjoj sobi“ (1964.) donosi shemu i napatke za izradu crnih likova od papira koji se mogu ulančati u niz i funkcionirati kao zidna dekoracija ili ukras na različitim predmetima (sl. 17). „Oni se razlikuju jedino pokojim detaljem. Svojim velikim bijelim očima i crvenim ustima djeluju duhovito i nenametljivo.“³⁷² navodi se u članku, implicirajući da su pripadnice i pripadnici crne rase homogena grupa. Karikirana, gotovo bestijalizirana fizička obilježja, naglašene bjeloočnice i usta, prezentiraju se kao bezopasno humorističan moment, što je bilo uobičajeno i u angloameričkoj popularnoj kulturi prve polovice XX. stoljeća,³⁷³ iako je zapravo riječ o duboko problematičnom karikiranju Drugog.

³⁶⁹ *Bazar* 9/1965, 36.

³⁷⁰ *Ibid.*, 36.

³⁷¹ Imaginarij autonomno dječjeg svijeta, konstatira Gary Cross, formira se pod okriljem prodora masovnih medija (u početku radija i tiskovina koje uključuju stripove, a kasnije filma i televizije) u svakodnevicu i usko je povezan s fenomenom razvoja robnih marki („brandiranja“), principa koji najjasnije utjelovljuje *Disneyjeva* industrija zabave. Neki od primjera dječjih univerzuma imaju korijene u književnim predlošcima (Alisa u zemlji Čudesa, Petar Pan), drugi dolaze iz stripova (primjerice, superjunaci), a javljaju se i kultne filmske ikone (poput dječje zvijezde Shirley Temple). Cross 1997, 84-86.

³⁷² *Svijet*, 2/1964, 25.

³⁷³ Cross 1997, 98.

Jedna od predloženih verzija crnih likova uključuje i slamnatu suknjicu, pozamašne naušnice, šarenu ogrlicu od perli i pozamašno pokrivalo za glavu, repertoar koji smješta crnu rasu u kontekst nepromjenjivih urođeničkih skupina, ponavljajući stereotip o njihovoj primitivnosti, vremenu koje stoji suprotstavljenom modernizacijskim silnicama u kontekstu Europe.

Ipak, kako Rita Felski ističe, u interpretacijama kulturnih artefakata iz prošlosti treba se čuvati anakronih interpretacija i zadržati svijest o povijesno determiniranim mogućnostima diskursa.³⁷⁴ Postkolonijalna teorija i kritika koja bi raščlanila problematična mjesta duboko kolonijalnog konstrukta crnaca i crkinja kao izvora zabave bijele populacije u periodu nastanka citiranog teksta iz *Svijeta* tek je u povojima. Egzotizacija crnih likova u tekstu primarno je trebala funkcionirati kao stimulans za dječju maštu, izraz žudnje za udaljenim, nepoznatim predjelima i svjetovima koja se kompenzira fikcionalnim putovanjem. Tek je naknadna konsolidacija postkolonijalnog teorijsko-kritičkog aparata omogućila kompleksniji uvid u asimetrije u strukturama moći kao i odnos prema Drugome koji se skrivaju iza površine efemernih dekoracija.

Osim udaljenih predjela u uređenju dječje sobe kondenzira se i žudnja za zapadnom (u prvom redu američkom) popularnom kulturom. U rubrici „Napravite sami“ čitateljice *Bazara* upućuje se kako izraditi krpenog Bambija i žirafu (1965.) te se oduševljenje *Disneyjevih* crtanim filmovima eksplicitno artikulira: „Igračke koje predstavljaju omiljene junake Diznijevih crtanih filmova obradovaće svako dete“.³⁷⁵ Bezimena žirafa koja se u tekstu povezuje s *Disneyjem* možebitno dolazi iz knjige *Svijet prirode*, bestsellera koji je u šezdesetima u Jugoslaviji prodan u više od 150 000 primjeraka.³⁷⁶ Radina Vučetić iznimnu omiljenost i prisutnost *Disneyjeva* svijeta u jugoslavenskoj popularnoj kulturi naziva „disneyzacijom djetinjstva“, njegovo mjesto u stripovima, asortimanu slikovnica i televizijskom repertoaru, nije bilo slučajem u drugim socijalističkim zemljama Europe.³⁷⁷ Walt Disney bio je, naime, otvoreni promotor američke politike i kapitalističko-konzumerističkog životnog stila te je već u razdoblju Drugoga svjetskog rata upregnuo svoje likove u mehanizme propagande vojničke mobilizacije, a u poraću nastavlja promovirati

³⁷⁴ Felski 1995, 34.

³⁷⁵ *Bazar* 8/1965, 31.

³⁷⁶ Vučetić 2012, 311.

³⁷⁷ *Ibid.*, 312.

američko društveno uređenje kao filmski radnik obilno surađujući s vladajućim strukturama.³⁷⁸

Nudeći detaljne upute za izradu spomenutih igraćaka *Bazar* pokazuje osjetljivost za ograničeno tržište na kojem se takve igračke ne mogu kupiti ili su iznad platežnih mogućnosti većine građanki i građana. Svijest o eventualnim ograničenjima još se jasnije manifestira u fleksibilnosti u izboru materijala: savjetuje se, primjerice, da se Bambijeve pjege izrade od filca ako je on čitateljici dostupan. Optimalan materijal za ispunu jest plastična spužva, ali tekst kao alternativu nudi i bilo koji drugi lagani materijal. Tehničke upute za izradu igračke naglašeno su detaljne, a posezanje za taktikom alternativa pridonosi fleksibilnosti građanki i razvija vještinu snalažljivosti, smanjujući njihovu ovisnost o varljivoj tržišnoj ponudi.

U tinejdžerskom imaginariju, modifikaciji kulta zapadne popularne kulture, crtani su likovi zamijenjeni štovanjem filmskih i glazbenih zvijezda. U filmu *Glasam za ljubav* iz 1965. glavni (anti)junak Slobodan, tinejdžerski buntovnik znakovita imena, svoju tinejdžersku odaju napućuje plakatima Marilyn Monroe, među ostalim i onim za film *Daj da se volimo* (*Let's Make Love*).³⁷⁹ Nakon kadra koji se skopofilično ispunjava detaljem lica Marilyn Monroe slijedi scena ogoljenih zidova. „Pa učinilo mi se da se smeje izveštačeno. A i filmski glumci me više ne interesuju“,³⁸⁰ objašnjava Slobodan zapanjenoj polusestri svoj ikonoklastički pothvat implicirajući lažnost, iluzornost popularnokulturnih reprezentacija hollywoodske tvornice snova te demonstrirajući mobilnost žudnje:³⁸¹ funkciju pogona za eskapizam preuzela je njegova nova djevojka Rašida. U sobi Slobodana, problematičnog i drskog učenika, potencira se zona kreveta, infrastrukture za sanjarenje o odlasku iz provincije u veliki grad, a radni zadaci padaju u drugi plan. Žudnja za bivanjem negdje drugdje, kako piše Rita Felski, jedan je od ključnih toposa modernosti.³⁸²

Iz navedenih primjera može se izvesti nekoliko zaključaka. Prostor dječje sobe ključno je mjesto diseminacije socijalističkih ideala u jasnoj, djeci prilagođenoj didaktičnoj formi. U prvom je planu radni etos koji dijete treba steći da bi postalo uzornim članom socijalističke

³⁷⁸ Ibid., 308-309.

³⁷⁹ *Glasam za ljubav* 1965, 49:53-50:10.

³⁸⁰ Ibid., 50:15-50:25.

³⁸¹ Felski 1995, 78.

³⁸² Ibid., 210.

zajednice. Pojava mobilijara dizajniranog specifično za dječju sobu u oblikovnom jeziku masovnog modernizma naglašava geometrijski stroge linije, monokromne plohe i fleksibilnost namještaja koji treba potrajati tijekom cijelog djetinjstva. Istovremeno, masovni mediji donose i prijedloge za taktiziranje s vlastitim ekonomskim mogućnostima – savjete za integraciju namještaja suvišnog u kućanstvu u inventar dječje sobe. Već analiziran aspekt „uradi sam(a)“ koji se uglavnom realizira u dnevnom boravku te je bio efikasnim načinom kompenzacije slabijeg imovinskog stanja i(li) suženog tržišnog asortimana ima posebno važnu ulogu u dječjoj sobi inventar koje nije smatran neophodnim za kućanstvo.

Jugoslavensko djetinjstvo u šezdesetima, za razliku od kapitalističko-konzumerističkog konteksta, do puberteta nije bilo izraženo rodno polarizirano te su se isti prostor, odjeća i igračke uglavnom koristili za djecu obaju rodova, što je imalo i znatnih ekonomskih prednosti. Tek zakoračivanjem u spolnu zrelost koncepti djevojačke i momačke sobe se račvaju. Popularne dekoracije sobe otkrivaju žudnju za dalekim, egzotičnim predjelima, fantaziju koja u realnosti gotovo nikome nije bila dostupna, a simptomatično je utjelovljena u popularnosti motiva crnačkih likova. Drugi je kompleks žudnje onaj usmjeren na zapadnu popularnu kulturu (posebno *Disneyjeve* likove) koji u dječju sobu ulazi preko igračaka, idealnog oruđa za davanje oblika dječjim projekcijama, željama i fantazijama. Prostor dječje sobe odražava napetost između težnje racionalnoj, socijalistički formiranoj личности, životnom obrascu u kojem rad (produkcija, produktivnost) ima privilegiranu poziciju i eskapističkih žudnji, iracionalnih strasti za kulturnim predmetima američke popularne kulture kao i za dalekim predjelima.

8. Između privatnog i javnog: granične zone doma

Napetosti između privatne i javne sfere u socijalističkom su kontekstu splet unutarnjih kontradikcija. Iako je ideološki naglasak stavljan na kolektiv, privatna sfera nije iščeznula. Umjesto samostojeće kuće fizički jasno odvojene od susjeda,³⁸³ individualističkog modela preferiranog u SAD-u, dominantni je tip socijalističke stambene arhitekture zgrada s

³⁸³ Carr, Francis, Rivlin 1995, 24.

mnoštvom stanova minimalne kvadrature. Takav stan dobiva najviše prostora u jugoslavenskom medijskom diskursu šezdesetih, a u tijesnoj je vezi i s diskurzivnom dominacijom nuklearne obitelji kao temeljne društvene zajednice. Razvija se klima koja pogoduje perpetuiranju i omasovljenju građanskih obiteljskih vrijednosti i jačanju kulta domaćinstva, kućne privatnosti.³⁸⁴ S druge strane, javljaju se inicijative za podruštvljenjem i profesionalizacijom pojedinih funkcija tradicionalno vezanih za pojedinačna domaćinstva (kuhanje, pranje rublja, briga za djecu i sl.) i njihovim izmještanjem iz prostora doma. Odnos socijalističke ideologije prema upotrebi javnog prostora oscilira između poticanja građanstva na aktivno sudjelovanje u javnom životu i otupljivanja eventualne subverzivne oštrice. S jedne strane, ohrabruje se korištenje javnih prostora i servisa, a istovremeno se nastoje ugušiti za režim potencijalno opasne manifestacije političkog otpora na ulicama koje u šezdesetima doživljavaju renesansu u okviru studentskih demonstracija 1968., pacifističkih protesta i borbe za ljudska prava.³⁸⁵

U ovom će se dijelu ipak primarno razmatrati rubni prostori koji su fizički na granici privatne i javne sfere, tranzitne zone koje s objiju strana omeđuju ulazna vrata stana.³⁸⁶ Prvi će se segment fokusirati na specifičnosti predsoblja – hodnika smještenog unutar stana. Budući da je ekonomično raspolaganje prostorom bilo imperativ, redom je riječ o prostoriji najmanjih mogućih dimenzija tik uz ulazna vrata. Ova je zona prvi kontakt posjetitelja s domom te, kako za *Bazar* 1965. piše arhitektica Radmila Peronja, „pruža (...) prvi utisak o ukusu i praktičnom smislu njegovih žitelja“.³⁸⁷ Predsoblje će se analizirati kroz dvije prizme: kao prostor s dominantno skladišnom funkcijom i kao mjesto koje se, u slučaju potrebe, može transformirati u prostoriju ravnopravnu ostalima, čime se pokazuje fleksibilnost i snalažljivost stanarki i stanara koji ne slijede slijepo preporuke za optimalno stanovanje, već i kreativno pregovaraju s njima.

Druga zona koja će se analizirati tehnički je izvan prostora doma te uključuje stubišta i hodnike unutar zgrade (u nastavku teksta koristit će se termin vanjski hodnici) kojima se stanari kreću između eksterijera i vlastita stana. Osim puke funkcije prolaza zbog kroničnog

³⁸⁴ Ibid., 35.

³⁸⁵ Ibid., 34-36.

³⁸⁶ Binder, Rasevych, Shumylovych 2012, 77.

³⁸⁷ *Bazar* 11/1965, 34.

manjka stambenog prostora i ovi su dijelovi bili korišteni i u druge svrhe – kao dječje igralište te mjesto kratkih čavrljanja. Zbog slabe zvučne izolacije zbivanja iz stubišta i vanjskog hodnika dopirala su u stanove, što dodatno olabavljuje granice „vlastitih četiriju zidova“. Dotaknut će se i problematika otuđenosti u modernom gradu koja se tumači kao privatizacija životnog stila³⁸⁸ te uputiti na slojevitost ovog stereotipa u jugoslavenskom kontekstu.

Ekskurs o graničnim zonama doma zaključit će se prostorijama u zgradi i njezinoj bližoj okolini koje su namijenjene svim stanarkama i stanarima te će se na taj način i širi prostorni kontekst stambenog bloka i urbanističkih struktura uključiti u analizu. Analitički će naglasak biti na jazu između planova i realnosti te duboko utopijskoj prirodi tih prostora. Financijski pristupačne kantine nikad nisu ozbiljnije zaživjele ni istisnule kuhanje u privatnim domaćinstvima, infrastruktura skrbi za djecu često je bila nedostatna, a Jugoslavenke i Jugoslaveni i dalje su radije kupovali vlastite perilice za rublje od oslanjanja na zajedničke praonice. Izmještanje funkcija tradicionalno vezanih za obiteljska kućanstva u kolektivnu sferu neće se promatrati samo kroz prizmu neuspjeha, već će se razmatrati ideološko-teorijska vrijednost ove ideje, važnog koraka u osmišljanju alternative građanskom životnom stilu.

Rubni prostori stana bili su živo prisutni u popularnom tisku. Radmila Peronja jedan je od savjetodavnih tekstova u *Bazaru* posvetila isključivo sporednim prostorijama kojima pristupa na sljedeći način:

*Sporedne prostorije u stanu – razni mali hodnici, ostave, niše i u prvom redu predsoblje – idealno su mesto za smeštaj neophodnih plakara i ormana u kojima će se čuvati sezonska garderoba i posteljina, obuća, razni pribori i sredstva za čišćenje i održavanje stana i odeće, kao i bezbrojni predmeti kojima se porodica služi pri izletima, sportskim aktivnostima, na letovanju, putovanju, hobiju itd. U praksi, međutim, hodnici su najčešće veoma uzani i jedva dozvoljavaju normalan prolaz dvema osobama, pa u njima, sem zidne vešalice za odelo ili uzane male police za obuću, nema mogućnosti za smeštaj ormana.*³⁸⁹

Peronja posebno mjesto među sporednim prostorijama daje predsoblju, redovito najprostranijem od navedenih dijelova stana te se ograničava na njegovu skadišnu funkciju. Arhitektičina tekstualna taktika visoko je osjetljiva na nesrazmjer između idealnog slučaja i

³⁸⁸ Carr, Francis, Rivlin 1995, 25.

³⁸⁹ *Bazar* 20/1965, 43.

stvarnosti. Dvočlanom strukturom, kontrastiranjem teorije i prakse, otvara se prostor između koji na umu ima stručne norme i konvencije, ali i praktična ograničenja živo prisutna u jugoslavenskim stanovima. Autorica je svjesna da predloženo rješenje u vidu plitkih ormara nije primjenjivo na sve domove, ali predstavlja zadovoljavajući kompromis između idealne varijante skladištenja i odustanka od dodatnih skladišnih elemenata zbog nezadovoljavajućih uvjeta.

Ilustracije uz članak (sl. 18) iznimno su utilizarnog karaktera: u prvom se primjeru skicirani ormar za predsoblje dijeli se u šest zona koje se u tekstu detaljnije opisuju, razdvajajući predmete po kategorijama i prigodama u kojima se upotrebljavaju (sport, ljetovanje, kolekcionarstvo i sl.). Jasno razdjeljivanje funkcija modernističko-racionalističke je provenijencije slijedeći ideju autonomije zasebnih odjeljaka i jasne, pregledne strukture. Ilustracije nemaju funkciju estetizacije i spektakularizacije, kao što je to danas uobičajeno u ženskim časopisima, već su krajnje pragmatična vizualizacija savjeta artikuliranih u tekstu. Lica likova u priloženim ilustracijama tek su naznačena, bez ucrtanih detalja poput očiju ili nosa, a konture tijela također su shematski riješene te funkcioniraju kao demonstrativni modeli, a ista je oblikovna logika primijenjena i u drugim tekstovima iz ciklusa *Udoban stan*.

Osim funkcije skladištenja u hodniku se povremeno zatječu i druge aktivnosti, u prvom redu služenje fiksnim telefonom,³⁹⁰ komunikativna funkcija koja otvara sferu doma prema vanjskom svijetu i u suprotnosti je s tranzitnom orijentacijom prostorije. Mjestimično se javljaju još radikalnije upotrebe prostora suprotstavljenje njegovu karakteru prolaza. U filmu *Moj stan* obitelj zajedno sa svojim gostom gleda televiziju u zrcalu u predsoblju doskočivši tako skučenosti dnevne sobe u kojoj su ukućani preblizu televizoru.³⁹¹

Vanjski hodnik također je relativno mračan prostor, rezultat nužde povezivanja svih stanova, i nije planiran kao mjesto zadržavanja. Ipak, stanari se u toj zoni inicijalno namijenjenj tranzitu zadržavaju duže no što je planirano. Jedan od razloga može se tražiti u izostanku dizala u većini socijalističkih stambenih zgrada: zbog skupoće njihove ugradnje preferira se manji broj katova i forma horizontalno položenog kvadra, čime se liftu oduzima neophodnost.³⁹² Socijalizacija u vanjskom hodniku odgovor je i na skučenost te se hodnik

³⁹⁰ Ibid., 43.

³⁹¹ *Moj stan* 1962, 10:50-11:06.

³⁹² Liebscher 2009, 90-91.

transformira u dječje igralište, ali i mjesto društvenih transakcija stanara. Potonje su funkcije živo prisutne u filmu *Moj stan*. O važnosti hodnika u strukturi stambenog prostora govori i činjenica da je upravo ta zona relativno detaljno artikulirana u filmu naziv kojeg sugerira zadržavanje „unutar četiriju zidova“.

Proces useljavanja djevojčičine obitelji druge stanarke budno, ali i potajice prate. U trenutku zatvaranja ulaznih vrata iza pridošlica kamera se usmjerava na vanjski hodnik i otkriva čak tri susjede na pragovima vlastitih dovratnika, u činu ne tako diskretnog promatranja.³⁹³ Motiv odškrinutih vrata nagrizava dihotomiju privatno/javno i označava kolektivni prostor u kojem su svi barem nakratko prinuđeni sudjelovati. Ironičan tretman znatiželjnih susjeda s jedne se strane referira na poslovično žensku aktivnost tračanja i interesa za međuljudske odnose, sugerirajući pritom da je riječ o kućanicama (ili barem domaćicama) koje više vremena provode u prostoru doma i vezanije su za nj od muškaraca. U prilog toj tezi ide i pojavljivanje dviju žena u samom dnu hodnika koje se bave djetetom – preuzimaju još jednu tradicionalno žensku ulogu. S druge strane, ironična je oštrica usmjerena na kontekst velegrada koji, za razliku od stereotipa o anonimnoj metropoli, funkcionira na načelima ne bitno različitim od manjih sredina te se tako u još jednom aspektu upućuje na neravnomjerni, točkasti modernitet i ruralizaciju gradova. Kako Lyn Lofland predlaže, simplificiranu predodžbu velegrada kao bezdušnog generatora alijenacije trebalo bi zamijeniti uvažavanjem novih formi zajednice koje nisu organski povezane srodstvom (primjerice, tinejdžerskih grupa, volonterskih organizacija, kolektiva neke tvrtke, heterogene skupine susjeda koje ne dijele zajedničke korijene i lokalnu tradiciju).³⁹⁴

Nešto kasnije u filmu se, kroz glas djevojčice u *offu*, formulira problem nedostatne privatnosti: „Mami opet najviše na živce ide hodnik. U našem hodniku svakoga možete sresti i čuti sve novosti. ‚To nije hodnik – to je korzo!‘, kaže mama“.³⁹⁵ Pritom se nižu filmske slike stanarki i stanara kako defiliraju hodnikom, a glazba u pozadini koja iz jednog od stanova dopire i u vanjski hodnik upotpunjuje fluidnost granice javne i privatne sfere, zona koje u predmodernom razdoblju ionako nisu bile jasno odvojene.³⁹⁶ Da bi se uključilo u svakodnevni

³⁹³ *Moj stan* 1962, 5:21.

³⁹⁴ Carr, Francis, Rivlin 1995, 26.

³⁹⁵ *Moj stan* 1962, 8:10-8:40.

³⁹⁶ Binder, Rasevych, Shumylovych 2012, 78.

život stanarskog kolektiva, potrebno je samo odškrinuti vrata, ali, kako i film nedvosmisleno sugerira, kolektivna utopija ima i svoje naličje konflikta, nezadovoljstva i frustracija.³⁹⁷

Za razliku od *Mog stana* u kojem je problem u prevelikoj bliskosti stanara, članak „Trnski ‚pereulki‘“ (1964.) svrstava se na stranu koja socijalističkoj stambenoj arhitekturi zamjera poticanje alijenacije. Stanarka Rozika Lajtman žali se na manjak kontakta sa susjedima: „Ovdje svatko živi svojim životom, nosi svoje probleme u sebi i nema ih s kime podijeliti. Gotovo se i ne poznajemo sa susjedima, premda smo ovdje već pola godine. A dobro bi bilo kad bi dobrosusjedski odnosi i običaji postojali“.³⁹⁸ Napetost između paradoksalne velegradske usamljenosti među mnoštvom i ponekad nelagodne blizine susjeda indikativne su krajnosti međususjedskih odnosa u novoizgrađenim stambenim naseljima. Jeftina gradnja koja rezultira lošom zvučnom izolacijom unosi susjedske živote u vlastiti stan, ali istovremeno, zbog brze urbanizacije, nedostaje tradicionalan osjećaj zajedništva tipičan za naselja koja postupno organski rastu. Proces približavanja stanara uglavnom se odvija posredstvom djece koja se igraju s djecom susjeda, a povezivanje je olakšano i relativnom generacijskom homogenošću (glavnina doseljenika mlade su obitelji s djecom), što posljedično ipak dovodi do nastanka kvartovskog identiteta koji se, doduše, obilnije artikulira u nadolazećim dekadama i plodom je rada nostalgije.³⁹⁹

Pretvaranje hodnika u dječje igralište također dobiva prostor u filmu *Moj stan*. Jato djece na romobilima koristi dužinu hodnika za živahnu igru. Ipak, nisu svi stanari blagonakloni prema takvoj zabavi te izlaze na hodnik izražavajući svoje nezadovoljstvo, što je kontrastirano s djevojčičinim iskazom: „Mi djeca volimo hodnik i lijepo se u njemu igramo“.⁴⁰⁰ Dječji doživljaj novog doma i njegove okolice uvjetovan je i dobi. Kristian Strukić navodi primjer iz Trnskog: mlađa su djeca oduševljena bezbrojnim mogućnostima za igranje u nedovršenom naselju, a tinejdžeri naselje na periferiji bez uzbudljivih sadržaja

³⁹⁷ U ovakvom prostoru kolektivne prirode jedan je od potencijalnih konflikata preuzimanje odgovornosti za njegovo održavanje (čišćenje, uredno funkcioniranje infrastrukture). U repertoaru mitova o sovjetskom socijalističkom stanu problem zamjene pregorene žarulje u hodnicima i stubištima ima kultno mjesto te ilustrira nejasnost nadležnosti i sukobe unutar stanarskog kolektiva. Ibid., 80.

³⁹⁸ *Svijet* 1/1964, 5.

³⁹⁹ Strukić 2010, 59-61.

⁴⁰⁰ *Moj stan* 1962, 8:54-8:57.

metropole negativno shvaćaju kao „progonstvo iz grada“.⁴⁰¹

Socijalistički stanovi tipa *Plattenbau* najčešće su smješteni u širi kontekst bloka, funkcionalne mikrojedinice (mikroegije) s vlastitom infrastrukturom (škola, vrtić, igralište, knjižnica, dom zdravlja, zajednički prostori, trgovine, restorani).⁴⁰² Nabrojani su servisi zamišljeni kao rasterećenje dominantno privatnog prostora doma izmještanjem nekih od funkcija, poput brige za dijete malog uzrasta, u kolektivnu sferu. Istovremeno, trebali su doprinijeti smanjivanju pritiska i koncentracije funkcija u starim gradskim jezgrama. Težnja decentriranju u većini slučajeva nije zaživjela u praksi: ponajviše zbog manjkave infrastrukture stanovnici i dalje gravitiraju starom centru.⁴⁰³ Primjer urbanističkog planiranja Novog Zagreba pokazuje da je ideja o komponiranju novog dijela grada kao urbane cjeline s vlastitim središtem, vitalna u šezdesetima i djelomice provedena u Zaprudu, u teoriji i praksi napuštena u kasnijim dekadama.⁴⁰⁴ Socijalistička naselja u urbanoj su mitologiji redovito ironično konotirana kao pasivni, subordinirani organi u gradskom tkivu, posebno u odrednicama poput „faze dormitorija“⁴⁰⁵ i „masovne spavaonice“, implicirajući dihotomiju između koncepta dinamičnog upravljačkog i pasivnog grada stanovanja.⁴⁰⁶ Novi je Beograd osobito instruktivan za razilaženje plana i njegove provedbe: dio grada izvorno planiran kao politički (upravljački) centar u realizaciji se transformirao u primarno stambenu zonu. Analogna se situacija može pratiti i u Novom Zagrebu – kad se tijekom pedesetih počelo s gradnjom na južnoj obali Save (Velesajam, Bundek), nije se planirala stambena gradnja, a pogotovo ne u masovnim razmjerima.⁴⁰⁷

Servisi u užoj okolici doma u popularnoj se kulturi prezentiraju kao iznimno pozitivna slika budućeg razvoja socijalizma, kako u ruralnom tako i u urbanom kontekstu. Njihove reprezentacije kombiniraju familijarnost i komfornost doma s efikasnošću kolektiviziranog industrijskog pogona. U *Knjizi za svaku ženu* lobira se za uvođenje dječjih jaslica i vrtića

⁴⁰¹ Strukić 2010, 61.

⁴⁰² Musić 2013, 144.

⁴⁰³ Musić 2013, 149.

⁴⁰⁴ Fischer 1985, 90.

⁴⁰⁵ Fischer 1985, 89.

⁴⁰⁶ Backović 2010, 46.

⁴⁰⁷ Fischer 1985, 88.

boreći se protiv predrasude o obdaništima kao isključivo gradskoj potrebi: „Na selu su ove ustanove slabo poznate. Oni, koji su o njima nešto čuli, vjeruju, da je to potrebno samo tvorničkim radnicama. To nije točno, obdaništa i dječje jaslice su potrebne jednako selu kao i gradu“.⁴⁰⁸ U nastavku se objašnjava važnost takve infrastrukture za rasterećenje majke i povećanje njezinih radnih kapaciteta te društvene korisnosti. U zaključku se zalaže i za uvođenje sezonskih jaslica i vrtića koji bi se poklapali s vremenom velikih poljoprivrednih radova; i u ovom je primjeru rad privilegirana društvena aktivnost. Retorika okrenuta budućnosti, posezanje za futurom i sintagmama poput „bila bi vrlo korisna“, „treba da“, „dobro bi bilo“, signalizira duboko fiktivnu i spekulativnu prirodu većine predstavljenih servisa. Uspješno podruštvljenje funkcija koje su tradicionalno vezane za obiteljski krug duboko bi transformiralo socijalističko društvo. Kolektivizacija nekih funkcija kućanstva ne imitira postojeće građansko-kapitalistički obojene strukture, već nudi radikalno drugačiji model koji, dijelom zbog svoje utopijske crte, ali i neodlučnosti u njegovoj provedbi, nije zaživio.⁴⁰⁹

9. Zaključak

Socijalistička vizija stanovanja u jugoslavenskoj redakciji šezdesetih bila je bitno određena naslijeđem internacionalnog stila i promišljanja o socijalnom stanovanju u dvadesetima, posebno ideje *Existenzminimuma* i frankfurtske kuhinje. Ultimativno optimistična retorika iz šezdesetih u periodima koje slijede – kasnom socijalizmu i tranziciji – kolabira u različitim diskurzima. Već u zrelim šezdesetima javljaju se prvi kritički glasovi usmjereni na jugoslavensko rješavanje stambenog pitanja koji dolaze iz društveno-humanističkih krugova poput sociologije i povijesti umjetnosti.⁴¹⁰ Povjesničar arhitekture Milan Prelog kritizira nekontrolirani rast gradova zalažući se za osnaživanje ruralnih sredina i

⁴⁰⁸ Chloupek (ur.) 1962, 224.

⁴⁰⁹ Todorović-Uzelac 1987, 74.

⁴¹⁰ Le Normand 2008, 143.

manjih gradova, urbanistica Milica Janković ističe važnost organskog ambijenta koji postupno, a ne skokovito raste, arhitekt Bogdan Bogdanović razvija koncept „malog urbanizma“ s naglaskom na detalje specifične za lokalni kontekst.⁴¹¹ Udaljavanje od modernizma anticipira promjenu intelektualne klime koja se javlja u kapitalističkim, ali i socijalističkim kontekstima, postmodernističku promjenu paradigme, apologiju heterogenosti, pastiša, reinterpretacija tradicije te odustajanje od monotonije, uniformnosti, racionalizma, funkcionalizma i apologije industrije.

Procesu deziluzioniranja mogu se tražiti i materijalni uzroci, u prvom redu, nezadovoljavajuća kvaliteta stambenih zgrada koja se s vremenom sve otvorenije pokazuje. Kako sociolog grada Ognjen Čaldarović piše 1985.:

*Mnoga nova naselja nastala po diktatu forsirane poslijeratne urbanizacije, koja su počela nicati kao gljive poslije kiše početkom šezdesetih godina, pokazat će sve svoje nedostatke u nadolazećim dekadama. Tada će i njihova minimalna elementarna građevinska kvaliteta početi ozbiljnije popuštati (...).*⁴¹²

Čaldarović spominje i fenomen getoizacije socijalističkih naselja, njihova napućivanja u prvom redu ekonomski i(li) društveno marginalnim skupinama⁴¹³ (studenti(ca)ma, umirovljeničkom populacijom i imigrantima), čime se potkopava socijalistički princip uravnilovke.⁴¹⁴ Projekcije bolje budućnosti, futuristički usmjereni narativi iz šezdesetih, nisu zaživjele u praksi. Siva zapuštena pročelja socijalističkih zgrada u periodu nakon raspada Jugoslavije čestim su motivom u tranzicijskom filmskom krajoliku,⁴¹⁵ a idealnu nuklearnu obitelj zamjenjuju nekonvencionalnije obiteljske strukture (samohrani roditelji, *patchwork* obitelji i sl.).

Nadolazeće promjene u percepciji socijalističkog projekta stanogradnje živo su prisutne i u popularnoj kulturi, što se ancipira već u zrelim šezdesetima. U *Svijetu* 1968. izlazi

⁴¹¹ Ibid., 150-153.

⁴¹² Čaldarović 1985, 11.

⁴¹³ U njemačkom je kontekstu stanovništvo koje naseljava tip *Plattenbau* prepoznato kao specifična socijalna skupina u političkom kontekstu nazvana *Plattenbauwähler* (glasači iz *Plattenbau* stanova). Taj termin konotira siromašniji i slabije obrazovano stanovništvo koje naginje konzervativnijim političkim izborima.

⁴¹⁴ Čaldarović 1985, 12.

⁴¹⁵ Usp., primjerice, filmove *Klip* Maje Miloš (2012.) i *Varvari* Ivana Ikića (2014.) te videospot grupe Dječaci za pjesmu *Lovrinac*.

„igra-kviz“ pod naslovom „Što očekujete od života?“ koja različite tipove stambene arhitekture povezuje s karakternim osobinama. U njemu se poziva čitatelj(ic)e da između kuće u nizu, nebodera, ladanjske kuće, dvorca, kolibe, zamka, ploveće i seoske kuće odaberu stambeni prostor koji ih najviše privlači. Preferiranje nebodera izrazito se negativno odražava na interpretaciju karaktera: „Vi ni sami ne znate što zapravo očekujete od života. (...) Ta nestalnost vas čini nezadovoljnim, nemirnim, nestalnim. Nemate smisla za nove stvari. Ne volite da se itko miješa u vaše privatne stvari“.⁴¹⁶ Time se naznačuje početak kraja monopola jedne stambene opcije i demontiranje mitologija socijalističke stambene zgrade. Tip *Plattenbau* postupno gubi povlašteno mjesto u popularnom diskursu i prestaje biti žuđenim i ohrabrivanim modusom stanovanja. Otklon pokazuju i prilogi u jugoslavenskom izdanju časopisa *Elle* (1969.-1971.) koji redovito promoviraju kuću kao nulti stambeni prostor. Predstavljene obiteljske kuće s potpisom glasovitih francuskih arhitekata i arhitektica uklapaju se u elitističku orijentaciju časopisa.

Ipak, uvođenje novog tipa stanovanja i njegovo rapidno širenje te implementacija u popularni tisak uvelike su zadužili suvremenu percepciju stanovanja i reformirali dotadašnji životni stil. Brojni primjeri podupiru moju tezu o šezdesetima kao razdoblju ključnom za prvo uistinu masovno afirmiranje jednog životnoga stila i uređenja interijera – onog izravno vezanog za tip *Plattenbau*. Ondašnji masovni mediji imali su istaknutu ulogu u prenošenju ideja o dobrom ukusu uvelike određenom konceptom masovnog modernizma zadržavajući ambivalentnu poziciju između edukacije i nagovora na kupnju. Kao ni u jednoj prethodnoj dekadi, dom je postao akutna tema za diskusiju u najširim krugovima, a masovni mediji preuzimaju savjetodavnu ulogu i autoritet dotad rezerviran za roditeljsku generaciju.

Počekom šezdesetih proces dobivanja stana u ženskim se časopisima konstruira kao linearan narativ uspjeha s bajkovitim elementima koji još nedostupne proizvode repositionira u blisku, dostižnu budućnost. Istovremeno se afirmira i mobilnost stanovništva koje je dotad u većini slučajeva stambeni prostor naslijedilo od roditeljske generacije s kojom isti uglavnom i dijeli. Nedovršene zgrade koje obećavaju metaforički se mogu povezati sa socijalističkim projektom u izgradnji.

U konceptu dnevne sobe artikulira se topos fleksibilnosti kondenziran u ideji kutaka i niša koje preuzimaju funkcije dotad izdvajane u zasebne prostorije (poput blagovaonice i

⁴¹⁶ *Svijet* 21/1968, 41.

radne sobe). Modernistička ideja funkcionalizma spaja se s praktičnim ograničenjima koja potiču zgušnjavanje prostora. Kauč je paradigmatski komad namještaja koji utjelovljuje misao o fleksibilnosti. Dnevni boravak sadrži i roditeljsku spavaću sobu, što upućuje na bitno drukčiji koncept bračne privatnosti od one koju danas poznajemo. Novi mediji, diseminatori popularne kulture, pronalaze svoje mjesto u dnevnom boravku organizirajući prostor oko televizijskog aparata. U aspektu dnevnog boravka istaknuta je važnost „uradi sam(a)“ aktivnosti koje su u ženskim časopisima zdušno promovirane kao spoj zabave i korisnosti. Ručni rad, zajedno s brigom o estetskom opremanju doma ukrasima, ambivalentno djeluje na žensku ulogu u domaćinstvu: daju autoritet, ali i rodno polariziraju prostor.

U dionici kuhinje sudaraju se racionalistički tragovi industrijske logike u organizaciji rada i aspekt projekcija, fantazija i žudnji upisan u diskurs o prehrambenim namirnicama. Potonji uključuje ideološku napetost između simpatiziranja sa zemljama Istočnog bloka i istovremenog oduševljenja za američki konzumeristički habitus ukotvljenog u *Coca-Coli*. Hrana se može tumačiti i kroz industrijsku, modernizacijsku prizmu: mnoge živežne namirnice (primjerice, kava) u šezdesetima se transformiraju u robne marke, a promoviraju se i instant-proizvodi, doduše, ne bez kritičkih glasova. Problem rodne asimetrije u angažmanu oko kućanskih poslova proteže se kroz sve prostorije, ali najvidljiviji je upravo u diskursu o kuhinji. Manjak muškog angažmana najčešće se nadomješta mehaničkom pomoći industrije (države) ili pak dobrohotno objašnjava muškom nesposobnošću za takve poslove.

Za prostor kupaonice presudan je topos higijene utjelovljen u ranomodernističkoj ideji o glatkim bijelim površinama i strogim geometrijskim linijama koje, odbacujući organske elemente i materijale, olakšavaju održavanje. Parnjak visoko racionalističkoj ideji čistoće kult je ljepote koji fetišizira žensko tijelo, a kondenziran je u zrcalu te kozmetičkim proizvodima. Istovremeno, kupaonica je prostor koji u skućenom stanu nudi najviše privatnosti te ženski časopisi u nj redovito upisuju jednu ženu, artikulirajući individualističku fantaziju. Kupaonica je poprište rada i eskapizma, izolacije i užitka.

Dječja je soba indikativna za formaciju socijalističkog pojedinca te se kreće između poticanja radnog elana i fantazije, želje za bivanjem „negdje drugdje“. Ova je prostorija pravo mjesto za postavljanje pitanja o konstruiranju rodnih razlika: dječja se soba do puberteta, uglavnom zbog ekonomsko-praktičnih razloga, rodno neutralno namješta. Sklonost *Disneyjev* likovima kao i egzoticizirajućim motivima upućuje na eskapistički element

upisan i u ovu prostoriju.

Unutarnji i vanjski hodnici kao i neposredna okolica zgrade interpretirani su kroz prizmu komunikacije sa susjedima te se propituju granice javnog i privatnog prostora – korištenje hodnika kao igrališta, mogućnosti izmještanja funkcija poput kuhanja i pranja rublja iz vlastita stana u zajedničke prostorije. Potonji koncept jedna je od najradikalnijih tekovina socijalističkog stambenog projekta koja u praksi nije ozbiljnije zaživjela, ali u teoriji i dalje potiče razmišljanja o modusima kolektivnog života i alternativama individualističkom konceptu nuklearne obitelji.

Stanovanje kroz prizmu popularne kulture, kao i mnogi drugi sastavni dijelovi jugoslavenske svakodnevice šezdesetih, područje je dubokih unutarnjih proturječja, arena borbe za značenje.⁴¹⁷ Tržišna ponuda nadopunjava se „uradi sam(a)“ projektima, odnos koji će se u sljedećim dekadama obrnuti u korist konzumerizma. Racionalističkim, mehanicističkim impulsima za standardizacijom i homogenizacijom suprotstavljaju se eskapističke žudnje i fantazije upisane i u naizgled strogo pragmatične objekte. Protuteža deklarativnoj rodnoj ravnopravnosti i dalje je vitalan patrijarhat koji se u socijalizmu diskurzivno stišava, ali ne nestaje, i dalje privilegirajući ženinu ulogu majke, supruge i domaćice pred drugim komponentama identiteta. Ruralni preostaci u novim četvrtima kao i u socijalizaciji njihovih novih stanovnika suprotstavljaju se izraženom urbanizacijskom impulsu. Kulturna povijest jugoslavenskog stanovanja priča je koju tek treba ispričati, a omasovljavanje novog arhitektonskog tipa prefabriciranih blokova popraćeno intenzivnom diskurzivnom proizvodnjom novog životnog stila tek je njezin početak.

Zahvale

Ovaj rad ne bi bio moguć bez entuzijazma mentorica dr. sc. Lovorke Magaš Bilandžić i dr. sc. Maše Grdešić za temu te njihove stručne podrške. Posebnu zahvalnost dugujem dr. sc. Maši Kolanović na iznimnom angažmanu te se ideja za temu mogla diplomskog rada začela upravo na njezinu kolegiju *Hrvatski roman i popularna kultura od socijalizma do tranzicije*.

Brojne kolegice i kolege, prijatelji i članovi obitelji na razne su načine zadužili moje

⁴¹⁷ Riječima Stuarta Halla: „Popularna je kultura jedno od područja gdje se odvija borba za i protiv kulture moćnih: i u toj borbi postoji ulog koji može biti izgubljen ili udvostručen. Arena je to pristajanja i otpora.“ Hall 2006, 309.

istraživanje. Zahvaljujem dr. sc. Mary-Elizabeth Andrews, kustosici Njemačkog povijesnog muzeja u Berlinu, na brojnim diskusijama o kuhinjskoj debati i izložbama s temom svakodnevice u kontekstu DDR-a, kao i na širokogrudnom dijeljenju sekundarne literature. Mirjam Wüstnienhaus ljubazno me uputila na esej Martina Warnkea o kulturnoj povijesti kauča i sofe. Nepresušni entuzijazam dr. sc. Michaela Fürsta obogatio je moj rad dodatnim uvidima u kulturološko tumačenje fenomena televizije. Zahvaljujući Ani Knežević i Stefanu Žariću s Odeljenja za istoriju umetnosti Filozofskog fakulteta u Beogradu na raspolaganju su mi stajale i recentne stručne publikacije o povijesti arhitekture Novog Beograda te o jugoslavenskoj svakodnevici. Kseniia Utievska uputila me na rad Centra za urbanu povijest srednjoistočne Europe u Lavovu i izložbu *Home: Century of Change* koja ima dodirnih točaka s mojim projektom i pomogla mi da reflektiram vlastitu istraživačku poziciju. Pierre-Yves Dalka zadužio me kreativnim uvidima u kulturnu povijest dječje sobe. Anna Juhász, koja dijeli moj entuzijazam za povijest socijalističke svakodnevice, obasula me materijalima iz mađarskog konteksta te me potaknula na razmišljanje o mediju reklame. Nancy Adajania, jedna od najinspirativnijih predavačica koju sam imala prilike slušati, otvorila mi je niz teorijskih pitanja o pristupu socijalističkom naslijeđu iz suvremene perspektive. Wera Mohns-Patten uputila me na bitnu sekundarnu literaturu o feminističkim interpretacijama rada u kućanstvu. Jonas Utz Köhler otvorio je žustru debatu o pitanju metode i pružio niz vrijednih socioloških uvida u temu.

Na kraju, zahvaljujem svojoj obitelji na podršci i strpljivom odgovaranju na pitanja o njihovu življenom iskustvu šezdesetih.



Sl. 2. Bazar 1/1964, str. 1.



Sl. 1. „Trnski „pereulki“ Svijet 1/1964, str. 5.

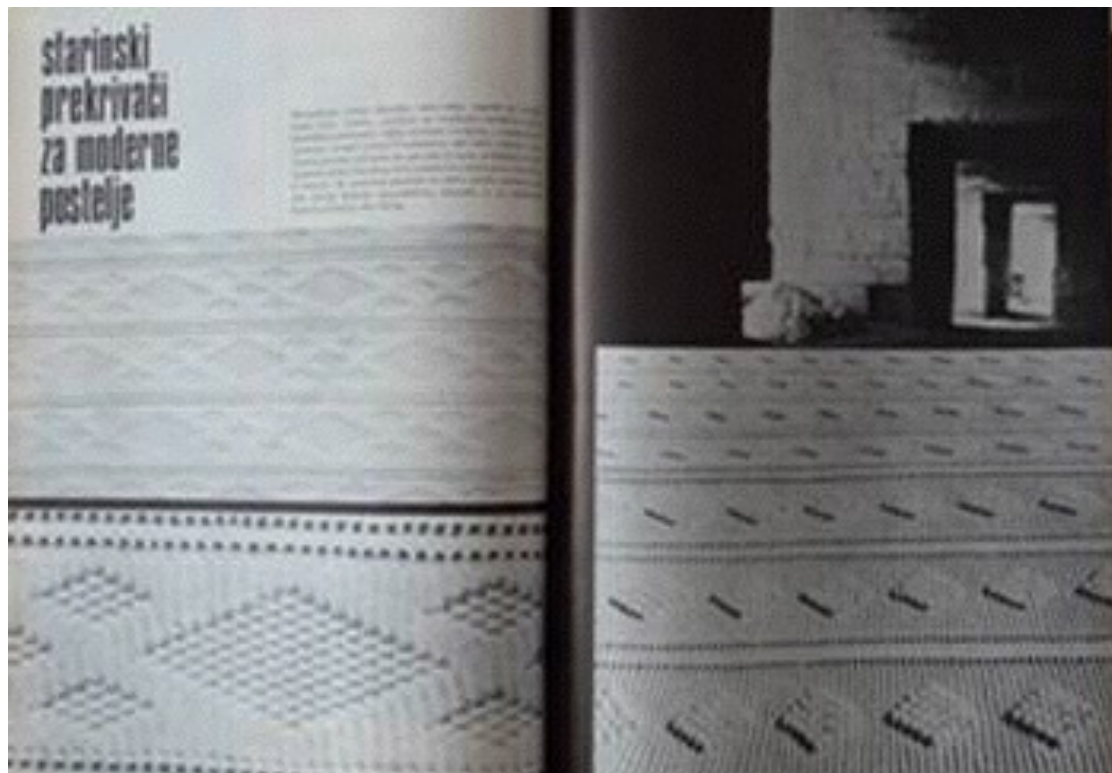
Sl. 3. Zvonimir Berković: *Moj stan*, 1962., 3:39.



Sl. 4. „I nameštaj ima 'visoku modu“, *Bazar* 8/1965, str. 34. Sl. 5. Fotografija u sklopu članka „Leto na vašim prozorima“, *Bazar* 17/1965, str. 34.



Sl. 6. Reklama za magnetofon „Tesla sonet B3“, *Svijet* 2/1964, str. 40.



Sl. 7. „Starinski prekrivači za moderne postelje“, *Elle* 9/1969, str. 70-71.



**DOBRA DOMAĆICA
NE RAZMIŠLJA!**

U SVAKOJ PRILICI, UZ SVAKO JELO KUHA TJESTENINU

intes živilski kombinat, maribor

The advertisement features a central illustration of a woman with short blonde hair, wearing a light green short-sleeved shirt and a dark green apron. She is in a kitchen, holding a box of 'intes' pasta and pouring some into a large silver pot on a stove. To her left, there is a packet of 'intes' pasta and a small jar. The background shows a tiled wall and a window. The entire illustration is framed by a yellow border. Above the illustration is a red banner with white text. Below the illustration is a red-bordered box containing the slogan and the 'intes' logo. Below the logo is the text 'živilski kombinat, maribor'.



Sl. 8. Reklama za prehrambenu industriju *Intes*, *Svijet* 11/1967, 57.



Sl. 9. „Sto u savremenom ruhu”, *Bazar* 15/1965, str. 36.



Sl. 10. Ilustracija uz rubriku „Recepti”, *Svijet* 5/1964, str. 31.



Sl. 11. Reklama za Jacobs kavu, *Svijet* 6/1969, str. 52.



Sl. 12. Reklama za *Coca-Colu*, *Bazar* 123/1969, str. 48.



Sl. 13. Reklama za kremu *Octa*, *Svijet* 11/1960, str. 27.

Sl. 14. Fotografija u sklopu članka „I koža može biti žedna“, *Bazar* 1/1964, str. 45.



Sl. 16. Fotografija iz reklame za dječju sobu „Matjaž“, *Elle* 11/1969, 58.

Sl. 15. Reklama za kolor-šampon *Colorelle*, *Svijet* 5/1967, str. 48.



Sl. 18. Ilustracija u sklopu članka „Iskoristite

praktično sporedne prostorije“, *Bazar* 20/1965, 43.

Sl. 17. „Mali detalji u dječjoj sobi“, *Svijet* 2/1964., str. 25.



Sl. 19. *Moj stan*, 1962., 8:58.



Sl. 20. *Moj stan*, 1962., 5:22.

Primarni izvori

Filmovi

Glasam za ljubav, r. Toma Janić, Bosna film, 1965.

Ljubav i moda, r. Ljubomir Radičević, Avala film, 1960.

Martin u oblacima, r. Branko Bauer, Jadran film, 1961.

Moj stan, r. Zvonimir Berković, Zagreb film, 1962.

Od 3 do 22, r. Krešo Golik, Zagreb film, 1966.

Playtime, r. Jacques Tati, Jolly Film i Specta Films, 1967.

The Apartment, r. Billy Wilder, The Mirisch Corporation, 1960.

Zajednički stan, r. Marijan Vajda, Avala film, 1960.

Tisak

Berliner Zeitung 195 (1959.)

Bazar 1 (1964.); 2, 3, 4, 8, 9, 11, 15, 17, 18, 20, 25 (1965.); 93 (1968.); 115, 123 (1969.)

Elle 9, 11, 12, 13 (1969.)

Praktična žena 116, 117, 120 (1961.)

Svijet 3, 9, 10, 11 (1960.); 8, 10 (1962.); 1, 2, 3, 5, 12, 14 (1964.); 16 (1966.); 1, 4, 5, 11 (1967.); 12, 14, 18, 21, 24 (1968.); 1, 6 (1969.)

Svijet – Mladi – posebno izdanje (proljeće/ljeto 1967.)

Priručnici

Juraj Bukša (ur.): *Svijet oko nas. Enciklopedija za djecu i omladinu*, sv. 2 N-Ž, Školska knjiga, Zagreb, 1965.

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

Mirjana Milač (ur.): *Domaćin u kući*, prev. Mia Pervan-Plavec, Mladost, Zagreb, 1973.

Literatura

Péter Apor: „The Joy of Everyday Life: Microhistory and the History of Everyday Life in the Socialist Dictatorships“, *East Central Europe*, 34-35, 2008., 185-218.

Philippe Ariès: „The Idea of Childhood“, *Centuries of Childhood*, Penguin Books, Harmondsworth, 1973., 11-130.

Lynne Attwood: „Housing in the Khrushchev Era“, u: *Women in the Khrushchev Era* (ur. Melanie Ilić, Susan E. Reid, Lynne Attwood), Palgrave Macmillan, Hampshire / New York, 2004., 177-202.

Vera Backović: „Specifičnosti razvoja Novog Beograda tokom socijalističkog perioda“, *Socioprostorni razvoj Novog Beograda*, Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2010., 42-73.

Roland Barthes: „Sapuni i deterđženti“, „Igračke“, „Reklama dubine“, „Ukrasna kuhinja“, „Plastika“, *Mitologije*, prev. Morana Čale, Pelago, Zagreb, 2009., 32-33, 46-48, 63-65, 95-96, 125-127.

Maria Bilian, Sofia Dyak: „Kitchen: From a Woman's Place to a Place for All?“, u: *Home: Century of Change* (ur. Sofia Dyak), The Center of Urban History of East-Central Europe, Lavov, 2012., 109-136.

Harald Binder, Vasyl Rasevych, Bohdan Shumylovych: „Hallways and Added Spaces“, u: *Home: Century of Change*, The Center of Urban History of East-Central Europe (ur. Sofia Dyak), Lavov, 2012., 73-88.

Anne Bony: *Furniture & Interiors of the 1960s*, Flammarion, Pariz, 2004.

Svetlana Boym: *Common Places. Mythologies of Everyday Life in Russia*, Harvard University Press, Cambridge, 1994.

Sonja Briski Uzelac: „Šezdesete: utopija proširene estetičnosti“, u: *Šezdesete: zbornik* (ur. Irena Lukšić), Hrvatsko filološko društvo, Zagreb, 2000., 11-18.

Nicholas Bullock: „First the Kitchen: Then the Façade“, *Journal of Design History*, 1.3/4, 1988., 177-192.

Stephen Carr, Mark Francis, Leanne G. Rivlin, Andrew M. Stone: „The Nature of Public Life“, *Public Space*, Cambridge University Press, Cambridge, 1995., 22-49.

Michel de Certeau: „Strategije i taktike“, *Invencija svakodnevice*, Naklada MD, Zagreb, 2003., 90-91.

Carrie E. Chobanian, Steven S. Mucher: „The Challenges of Overcoming Pop Culture Images of the Sixties“, *OAH Magazine of History*, XX.5, 2006., 40-43.

Gary Cross: „Shaping the Child's Future“, „Freeing the Child's Imagination“, *Kid's Stuff. Toys and the Changing World of American Childhood*, Harvard University Press, Cambridge / London, 1997., 50-120.

David Crowley: „Thaw Modern: Design in Eastern Europe after 1956“, u: *Cold War Modern Design 1950-1970* (ur. David Crowley, Jane Pavitt), Victoria and Albert Museum, London, 2008., 129-153.

David Crowley: „Warsaw Interiors: The Public Life of Private Spaces, 1949-65“, u: *Socialist*

Spaces. Sites of Everyday Life in the Eastern Bloc (ur. David Crowley, Susan E. Reid), Berg, Oxford/New York, 2002., 181-206.

Ognjen Čaldarović: „Socijalizam i grad“, *Pogledi*, XV.4, 1985., 5-17.

Ješa Denegri: „Pojedinačna mitologija Tomislava Gotovca“, u: *Tomislav Gotovac* (ur. Aleksandar Battista Ilić, Diana Nenadić), Hrvatski filmski savez i Muzej suvremene umjetnosti, Zagreb, 2003., 4-11.

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

Ivana Dobrivojević, Igor Duda: „Krov nad glavom“, u: *Nikad im bolje nije bilo? Modernizacija svakodnevnog života u socijalističkoj Jugoslaviji* (ur. Ana Panić), Muzej istorije Jugoslavije, Beograd, 2014. 44-49.

Peter Dormer: „Furniture Design“, „Domestic Ware“, *Design since 1945*, Thames & Hudson, 2003., 117-177.

Dean Duda: „Socijalistička popularna kultura kao (ambivalentna) modernost“, u: *Socijalizam i modernost. Umjetnost, kultura, politika 1950.-1974.* (ur. Ljiljana Kolečnik), Muzej suvremene umjetnosti i Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, 2012., 287-317.

Igor Duda: „Životni standard i potrošačka kultura“, *U potrazi za blagostanjem: o povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb, 2005., 37-71.

Sofia Dyak, Lada Moskalets: „Bathroom: for cleanliness, and again for pleasure“, u: *Home: Century of Change* (ur. Sofia Dyak), The Center of Urban History of East-Central Europe, Lavov, 2012., 137-152.

Rita Felski: *The Gender of Modernity*, Harvard University Press, Cambridge/London, 1995.

Marjorie Ferguson: „The Most Repeated, Most Read Messages of the Cult: 1949-1974“, *Forever Feminine. Women's Magazines and the Cult of Femininity*, Heinemann, London, 1983., 39-77.

Charlotte Fiell, Peter Fiell (ur.): *60s Decorative Art: A source book*, Taschen, Köln, 2000.

Miljenka Fischer: „Neke primjedbe o oblikovnim značajkama nove izgradnje u južnom Zagrebu“, *Radovi Instituta za povijest umjetnosti*, 9, 1985., 88-90.

Jasna Galjer: „Grafički dizajn“, *Dizajn pedesetih u Hrvatskoj. Od utopije do stvarnosti*, Horetzky, Zagreb, 2004., 171-210.

Jasna Galjer, Iva Ceraj: „Uloga dizajna u svakodnevnom životu na izložbama *Porodica i domaćinstvo* 1957.-1960. godine“, *Radovi Instituta za povijest umjetnosti*, 35, 2011., 277-296.

Maša Grdešić: *Cosmopolitika. Kulturalni studiji, feminizam i ženski časopisi*, Disput, Zagreb, 2013.

Boris Groys, *Das kommunistische Postskriptum*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2006.

Petra Gruner: „neues leben – neues wohnen“. Das Wohnungsbauprogramm des Siebenjahrplans“, u: *Wunderwirtschaft. DDR-Konsumkultur in den 60er Jahren* (ur. Anette Kaminsky, Dominique Krössin, Ina Merkel, Stefan Pahlke, Franziska Schneider), NGBK, Köln/Weimar/Beč, 1996., 90-95.

Aziz Hadžihasanović: *Evropa očima Krleže. Mala hrestomatska panorama pogleda Miroslava Krleže na evropski tradicionalizam*, Rabic, Sarajevo, 2008., 24.

Karen Hahn, Gareth Massey, Duško Sekulić: „Women, Men, and the ‚Second Shift‘ in Socialist Yugoslavia“, *Gender and Society*, IX.3, 1995., 359-379.

Simone Hain: „P2: ‚neues leben – neues wohnen‘“, u: *Plattenbau privat: 60 Interieurs* (ur. Susanne Hopf, Natalja Meier), nicolai, Berlin, 2004., 5-11.

Stuart Hall: „Bilješke uz dekonstruiranje ‚popularnog‘“, u: *Politika teorije. Zbornik rasprava iz kulturalnih studija* (ur. Dean Duda), prev. Vlasta Paulić, Disput, Zagreb, 2006., 297-309.

Knut Hackett: „Der Fernseher. Zwischen Teilhabe und Medienkonsum“, u: *Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge* (ur. Wolfgang Ruppert), Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 1993., 162-187.

Alison K. Hoagland: „Introducing the Bathroom: Space and Change in Working-Class Houses“, *Buildings & Landscapes: Journal of the Vernacular Architecture Forum*, XVIII.2, 2011., 15-42.

Lesley Jackson: *The Sixties: Decade of Design Revolution*, Phaidon, London, 1998.

Tvrtko Jakovina: „Povijesni uspjeh šizofrene države: modernizacija u Jugoslaviji 1945.-1974.“, u: *Socijalizam i modernost. Umjetnost, kultura, politika 1950.-1974.* (ur. Ljiljana Kolečnik), Muzej suvremene umjetnosti i Institut za povijest umjetnosti, Zagreb,

2012., 7-53.

Lesley Johnson, Justine Lloyd, *Sentenced to Everyday Life. Feminism and the Housewife*, Berg, Oxford / New York, 2004.

Richard Johnson: „Što su uopće kulturalni studiji?“, u: *Politika teorije. Zbornik rasprava iz kulturalnih studija* (ur. Dean Duda), prev. Andrea Modly, Disput, Zagreb, 2006., 63-107.

Ksenija Katalinić: „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., 4-17.

Juliet Kinchin, Aidan O'Connor: *Counter Space: Design and the Modern Kitchen*, MoMA, New York, 2011.

Maša Kolanović: „Širenje granica književnoga teksta“, „Ljubi se Istok i Zapad: prema napuštanju socrealizma“, „Kodifikacija osporavanja“, *Udarnik! Buntovnik? Potrošač... Popularna kultura i hrvatski roman od socijalizma do tranzicije*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2011., 17-42, 72-98, 251-287.

Ljiljana Kolešnik: *Između Istoka i Zapada: hrvatska umjetnost i likovna kritika 50-ih godina*, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, 2006.

Željka Kolveshi: *Otto Antonini: Zagreb i „Svijet“, „Svijet“ i Zagreb dvadesetih*, Muzej Grada Zagreba, Zagreb, 2006.

Benjamin Konrad, Malik Novotny: „Eastern singularities“, u: *Eastmodern: Architecture and Design of the 1960s and 1970s in Slovakia* (ur. Hertha Hurnaus, Benjamin Konrad, Maik Novotny), Springer, Beč, 2007., 182-189.

Dominique Krössin: „Wie mache ich's mir selbst? Die Zeitschrift *practic* und das Heimwerken“, u: *Wunderwirtschaft. DDR-Konsumkultur in den 60er Jahren* (ur. Anette Kaminsky, Dominique Krössin, Ina Merkel, Stefan Pahlke, Franziska Schneider), NGBK, Köln/Weimar/Beč, 1996., 160-165.

Robert Liebscher: *Wohnen für alle. Eine Kulturgeschichte des Plattenbaus*, Vergangenheitsverlag, Berlin, 2009.

Ellen Lupton, J. Abbott Miller: *The Bathroom, the Kitchen and the Aesthetics of Waste*, Kiosk, New York, 1992.

Lydia Martens: „Feminism and the Critique of Consumer Culture, 1950-1970“, u: *Feminism, Domesticity and Popular Culture* (ur. Stacy Gills, Joanne Hollows), Routledge, New York, 2009., 33-47.

Stephen Mennell, Anne Murcott, Anneke H. van Otterloo: *Prehrana i kultura: sociologija hrane* (prev. Lidija Schramadei), Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 1998.

Matko Meštrović: „The Sixties – Sweet or Bitter?“, u: *Sweet Sixties: Spectres and Spirits of a Parallel Avant-garde* (ur. Ruben Arevshatyan, Georg Schöllhammer), Sternberg Press, Berlin, 2013., 327-336.

Toril Moi: *Seksualna/tekstualna politika. Feministička književna teorija*, prev. Maša Grdešić, AGM, Zagreb, 2007.

Joe Moran: *Queuing for Beginners. The Story of Daily Life from Breakfast to Bedtime*, Profile Books, London, 2008.

Ákos Moravánszky: „The grand gesture. Public space and expression in the post-war architecture of the socialist nations“, u: *Eastmodern: Architecture and Design of the 1960s and 1970s in Slovakia* (ur. Hertha Hurnaus, Benjamin Konrad, Maik Novotny), Springer, Beč, 2007., 196-201.

Goran Musić: „Grad u samoupravljanju: Uspon i pad alternativne modernosti Novog Beograda“, *Limes plus*, X.3, 2013., 139-154.

Brigitte Le Normand: „The Modernist City Reconsidered: Changing Attitudes of Social Scientists and Urban Designers in 1960s Yugoslavia“, *Tokovi istorije*, 3-4, 2008., 141-159.

Peter Peter: „Broiler und Soljanka – Die Küche der DDR“, *Kulturgeschichte der deutschen Küche*, C.H.Beck, München, 2009., 192-196.

Susan E. Reid: „The Khrushchev Kitchen: Domesticating the Scientific-Technological Revolution“, *Journal of Contemporary History*, XL.2, 2005., 289-316.

Susan E. Reid: „Our Kitchen is Just as Good“: Soviet Responses to the American National Exhibition in Moscow“, u: *Cold War Modern Design 1950-1970* (ur. David Crowley, Jane Pavitt), Victoria and Albert Museum, London, 2008., 154-161.

Susan E. Reid: „Women in the Home“, u: *Women in the Khrushchev Era* (ur. Melanie Ilić,

Susan E. Reid, Lynne Attwood), Palgrave Macmillan, Hampshire / New York, 2004., 149-176.

Georg Simmel: „Soziologie der Mahlzeit“, *Der Zeitgeist, Beiblatt zum Berliner Tageblatt*, 41, 10.10.1910., 1-2.

Sherry Schofield-Tomschin: „Home Sewing: Motivational Changes in the Twentieth Century“, u: *The Culture of Sewing: Gender, Consumption and Home Dressmaking* (ur. Barbara Burman), Berg, Oxford / New York, 1999., 97-110.

Monika Sigmund: „Vom Sonntagskaffee zum Alltagsgetränk: Kaffeekonsum in den 1960er Jahren“, *Genuss als Politikum. Kaffeekonsum in beiden deutschen Staaten*, de Gruyter, München, 2015., 119-202.

Rose M. Somerville: „The Family in Yugoslavia“, *Journal of Marriage and Family*, XXVII.3, 1965., 350-362.

Lynn Spiegel: „Fernsehen im Kreis der Familie. Der populäre Empfang eines neuen Mediums“, u: *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie – Geschichte – Analyse* (ur. Ralf Adelman, Jan O. Hesse, Judith Keilbach, Markus Stauff, Matthias Thiele), UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, 2002., 214-252.

Raymond G. Stokes: „Plastics and the Ney Society: The German Democratic Republic in the 1950s and 1960s“, u: *Style and Socialism: Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe* (ur. Susan E. Reid, David Crowley), Berg, Oxford / New York, 2000., 65-80.

Kristian Strukić: „Zagreb prelazi Savu – počeci Novoga (Južnog) Zagreba“, „Živjeti u Trnskom – priča jedne generacije“, u: *Pola stoljeća Trnskog – priča jedne generacije* (ur. Kristian Strukić), Muzej Grada Zagreba, Zagreb, 2010. 11-71.

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, Maruša Pušnik), New Academia Publishing, Washington, 2010., 379-406.

Neda Todorović-Uzelac: „Ženska štampa u Jugoslaviji“, „Analiza ženske štampe“, *Ženska štampa i kultura ženstvenosti*, Naučna knjiga, Beograd, 1987., 49-121.

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

Jutta Voigt: „Flirt mit Fisch“, u: *Farbe für die Republik: Auftragsfotografie vom Leben in der DDR* (ur. Carola Jüllig), Deutsches Historisches Museum, Berlin, 2014., 42-47.

Martin Warnke: „Zur Situation der Couchecke“, u: *Stichworte zur „Geistigen Situation der Zeit‘, 2. Band: Politik und Kultur“*, (ur. Jürgen Habermas), Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1979., 673-687.

Ingeborg Weber-Kellermann: *Die Kinderstube*, Insel Verlag, Leipzig/Frankfurt am Main, 1991.

Marie-Helene Wichmann: „Das Wohnen“, „Das Wohnzimmer“, *Möblierte Vergangenheit, gelebte Gegenwart oder gewohnte Zukunft? Die Bedeutung und Nutzung der Dinge des Wohnbereichs und ihr Stellenwert im individualbiographischen Lebensverlauf*, Peter Lang Academic Research, Frankfurt am Main, 2012., 11-93.