

**Željka Manić***Univerzitet u Beogradu – Filozofski fakultet*

zmanic@f.bg.ac.rs

<https://orcid.org/0000-0001-8538-3474>

## Odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji\*

**Apstrakt:** U radu se razmatra odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji (1945-1991) radi utvrđivanja šta ga je omogućavalo, koliko je bilo rasprostranjeno i u kojim društvenim slojevima. Rasprostanjenosti ove prakse pogodovalo je više činilaca: dostupnost Bagatovih i drugih mašina za šivenje, kurseva krojenja i šivenja, prodaja časopisa *Burda* sa praktičnim smernicama za izradu modnih komada u vidu krojnih listova, kao i drugih domaćih i stranih modnih časopisa, objavljivanje knjige *Burda: perfektno samostalno krojenje i šivenje*, nastojanje da se unapredi kvalitet metraže, dezena i spektra boja koje je proizvodila jugoslovenska tekstilna industrija i pojačan uvoz inostranih tkanina. Samostalno šivenje odeće u socijalističkoj Srbiji je po učestalosti sledilo nakon kupovine domaće konfekcije, kao osnovnog načina snabdevanja odećom. Bilo je najzastupljenije kod radnika i srednjeg sloja omogućavajući odevanje uz niže troškove i doprinoseći vođenju stila života određenog položajem u društvenoj strukturi, odnosno iz njega proisteklim materijalnim položajem, predstavljajući kreativnu svakodnevnu aktivnost običnog čoveka.

**Ključne reči:** odevanje samostalnim šivenjem, socijalistička Jugoslavija, Bagat, *Burda*, proizvodnja i uvoz tekstila, odevanje društvenih slojeva

### Uvod

Predmet rada je odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji (1945-1991), a cilj utvrditi šta je omogućavalo prisutnost ove prakse, koliko je bila rasprostranjena i u kojim društvenim slojevima. Samostalno šivenje je,

\* Rad je saopšten u celosti pod nazivom *Bagat i Burda: modno odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji* na nacionalnom naučnom skupu *Društveni život mode u Srbiji od 19. veka do danas*, koji je održan 23-24. maja 2025. godine u Beogradu u organizaciji Univerziteta u Beogradu – Filozofskog fakulteta.

Realizaciju ovog istraživanja finansijski je podržalo Ministarstvo nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije u sklopu finansiranja naučnoistraživačkog rada na Univerzitetu u Beogradu - Filozofskom fakultetu (broj ugovora 451-03-137/2025-03/200163).

pored kupovine domaće konfekcije, nabavke odeće u komisijama, inostranstvu ili plaćanja šivenja, bilo „deo kompleksa inovativnih aktivnosti, koje su ljudima omogućavale bolji životni standard” (Švab 2002, 74) i praćenje mode u socijalističkoj Jugoslaviji. Ova praksa je bila prisutna i ranije, kao osnovni oblik snabdevanja odećom. Posle Drugog svetskog rata je pre predstavljala nužnost uslovljenu niskim materijalnim standardom i nestašicom, a više postala način praćenja mode nakon stabilizacije ekonomskih prilika i snabdevanja odećom. Ovakva promena motivacije uočena je istraživanjem javnog mnjenja o kućnom šivenju u Austriji, koje je pokazalo da je ova praksa od ekonomske potrebe pedesetih godina XX veka postepeno postajala (re)kreativna potreba šezdesetih godina (Szeless 2002, 853).

O samostalnom šivenju kao načinu odevanja u socijalističkoj Jugoslaviji ne postoje sistematični i opsežni podaci, ali su dostupna saznanja koja dopuštaju formiranje slike o tome šta ga je omogućavalo, koliko je praktikovano i ko je to činio. Sadržinski potpunije podatke o samostalnom šivenju u socijalističkoj Jugoslaviji pružilo bi proučavanje primenom aktivnog istraživačkog postupka, poput naučnog razgovora, sa ispitanicima koji su praktikovali ovakav način snabdevanja odećom, za sopstvene potrebe ili plaćeno za potrebe drugih, ali ovaj rad počiva na analizi dostupnih sekundarnih podataka. Značajni su podaci o razmerama proizvodnje fabrike Bagat i prodaji njenih šivaćih mašina na domaćem tržištu, kursevima krojenja i šivenja, domaćim i stranim modnim časopisima, pre svega o praktičnoj sadržini *Burde*, o domaćoj i inostranoj metraži dostupnoj na jugoslovenskom tržištu, kao i podaci iz socioloških istraživanja društvene strukture u Srbiji u kojima su postavljena pitanja o načinu odevanja. Dakle, empirijski podaci o učestalosti samostalnog šivenja i njenoj zastupljenosti kod društvenih slojeva su pronađeni samo za Srbiju, tačnije mogli su se razlikovati u drugim jugoslovenskim republikama. U istraživanju potrošačkog turizma u Sloveniji ukazano je na pozitivnu korelaciju između učestalosti kupovine u inostranstvu i blizine mesta stanovanja državnoj granici (Švab 2002, 69).

### Potrošnja, odevanje i moda

Potrošnja podrazumeva kupovinu i korišćenje dobara i usluga, odnosno način života (Aspers and Godart 2013, 183). „Potrošnja je jedini način pribavljanja stvari neophodnih za život, bez obzira na to da li je reč o materijalno-funkcionalnim potrebama (hrana, odeća, prevoz), ili semiotičko-kulturnim (mediji, obrazovanje, jezik)” (Fisk 2001, 44). Uslovljena je sistemom društvene reprodukcije, a socijalistička istočnoevropska društva karakterisalo je centralizovano planiranje. Ferenc Feher (Ferenc Fehér), Agneš Heler (Ágnes Heller) i Đerd Markuš (György Márkus) (1986, 139) označavaju ovake sisteme diktaturom

nad potrebama, ukazujući da se sva industrijska društva suočavaju sa oprečnim zahtevom povezivanja proizvodnje i potrošnje, ali se kapitalistička i socijalistička na različite načine nose sa njim. Kapitalistička podređuju proizvodnju maksimizaciji profita i akumulaciji kapitala, odnosno zadovoljavanju društvenih potreba njihovim pretvaranjem u potražnju na tržištu, a socijalistička organizuju društvenu proizvodnju iz jednog centra „razvijajući je u skladu sa korporativnim interesom moći ovog jedinstvenog aparata, i potčinjavajući je principu maksimalnog proširenja materijalne osnove dominacije ovog aparata nad društvom” (Feher, Heler i Markuš 1986, 140). Socijalistička društva ne kanališu potrebe u oblike potražnje, već ograničavanja ponude, proizvodeći radi ispunjenja plana, a ne zbog zadovoljavanja potreba (Velimirović 2016, 540, 548).

Odevanje je složen pokazatelj različitih aspekata društvenog života, kako u kapitalističkim, tako i u socijalističkim društvima. To je praksa koju sprovodi pojedinac, ali društveno konstruisana i diskurzivno impregnirana (Luthar and Pušnik 2022, 3). Odeća je „stvar ličnog izbora i shvatanja praktičnog, udobnog, ukusa, mogućnosti, socijalnog statusa i mnogih drugih činilaca; ona je i način komunikacije sa okolinom, odraz kulturoloških uticaja i u sebi nosi mogućnost dekodiranja različitih uticaja” (Ristović 2023, 504). Nabavka odeće ne predstavlja samo kupovinu ili proizvodnju robe, već i značenja koje ta roba ima u društvu, koje proističe iz ugrađenosti značenja u društveni kontekst i odnose (Aspers and Godart 2013, 184).

Moda je društvena pojava čije izučavanje zahvata pitanja identiteta, obraza proizvodnje i potrošnje, odnosno klasne strukture i industrijskog društva. To je „neplanirani proces ponavljajućih promena na pozadini reda u javnoj sferi” (Aspers and Godart 2013, 185). Osnovni aspekti mode su imitacija, distinkcija i difuzija (Aspers and Godart 2013, 186-187). Ona se pre javlja u onim društvima u kojima su razlike poželjne nego u onima koja se rukovode vrednošću sličnosti. Moda je oblikovana okruženjem u kom se javlja, istovremeno ga oblikujući. Predstavlja relacionu pojavu jer veći broj pojedinaca mora prihvatiti neku stvar da bi ona postala moderna, simultano je ekskluzivna i inkluzivna, javna je, a mora biti finansijski dostupna da bi se mogla pratiti

Teorijom popularne kulture Džona Fiska (John Fiske) može se objasniti odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji. Popularnu kulturu smatra procesom stvaranja i prenošenja značenja, kao i zadovoljstava u okviru društvenog sistema, to jest ne izjednačava je sa potrošnjom (Fisk 2001, 31). Reč je o aktivnom procesu koji ne može biti nametnut odozgo, već se može razvijati isključivo iznutra, što znači da popularnu kulturu stvaraju ljudi, u zoni između svakodnevnog života i produkta industrijske kulture, a ne sama industrija kultura. Popularna kultura podrazumeva i proizvodnju, odnosno čin potrošnje je istovremeno čin proizvodnje, s obzirom na to da potrošnja predstavlja i proizvodnju značenja. „Popularna kultura je po pravilu deo odnosa moći; ona uvek nosi u

sebi tragove neprestane borbe između dominacije i podređenosti, između moći i različitih oblika otpora ili izbegavanja moći, između vojne strategije i gerilske taktike” (Fisk 2001, 28). Popularnu kulturu smatra nužno umetnošću snalaženja sa dostupnim, odnosno u industrijskom društvu podređeni imaju mogućnost da grade sopstvenu kulturu samo iz izvora, robe i građe, koje im pruža vladajući sistem. „Činjenica da sistem nudi samo robu, kulturnu ili materijalnu, ne znači da se proces potrošnje te robe može opisati kao proces koji pretvara ljude u homogenizovanu masu prepuštenu na milost i nemilost industrijskim magnatima” (Fisk 2001, 34), već da ljudi razvijaju veštinu snalaženja koristeći izvore koji im se nude. Fisk kazuje na kompleksnost i kreativnost opiranja podređenih kako robnom sistemu, tako i njegovom uplivu na svakodnevni život.

Zapravo Fisk razrađuje koncept dekonstrukcije svakodnevice Mišela de Sertoa (Michel de Certeau) po kom kreativnost običnog čoveka predstavlja otpor institucionalizovanim strukturama moći, taktiku borbe podređenih naspram strategije vladajuće grupe (de Serto 1998, 167-168). Za de Sertoa se popularna kultura „suštinski formuliše u ‘*umecima* činjenja’ ovoga ili onoga, to jest u kombinatornim i korisničkim potrošnjama” (de Serto 1998, 163). Dok vladajuća grupa ima strategiju za čije sprovođenje koristi dobro organizovane snage, podređeni se suprotstavljaju promenljivom taktikom zasnovanom na identifikovanju slabih tačaka dominantne grupe. Nepotpun pristup podređenih materijalnim i drugim dobrima dovodi do rasta lukavstva. „Svakodnevica se izmišlja kroz bezbrojne načine *krivolova*” (de Serto 1998, 160), ispunjena kreativnošću kao jednom od taktika potrošnje, jer se ljudi snalaze sa onim što im je na raspolaganju u svakodnevnom životu. Odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji može se smatrati vidom kreativnog stvaralaštva običnog čoveka, odnosno praksom koju primenjuje radi izgrađivanja sopstvenog prostora u nizu aktivnosti svakodnevnog života, snalaženjem sa onim što je na raspolaganju da se bi se došlo do poželjne i odgovarajuće odeće, ekonomski isplative i moderne.

### Potrošnja, odevanje i moda u socijalističkoj Jugoslaviji

Na jugoslovensko socijalističko društvo su od početka pedesetih godina XX veka uticali različiti oblici potrošačke kulture u okviru složenih odnosa ideologije, politike, kulture, ekonomije i različitih društvenih promena (Dimitrijević 2016, 15). Potrošnja je imala prevashodno utilitarni karakter, propagiran ideologijom i određen ponudom robe, izgledom i opremljenošću potrošačkih prostora, kao i odnosom prodavca i kupca (Stanić 2010, 280). Ponuda proizvoda na jugoslovenskom tržištu je bila skromna, uz povremene nestašice. Izbor je uključivao prvenstveno robu domaće proizvodnje, čija je osnovna karakteristika bila funkcionalnost, dok su dizajn, estetika i modni trendovi bili mahom zanemareni.

Potrošačkim prostorima nije posvećivana značajna pažnja, bili su malobrojni i neatraktivni. Prodavcu zarada nije bila uslovljena prodajom, a kupac nije imao šire mogućnosti da zadovolji potrebu negde drugde.

U vezi sa odevanjem u socijalističkoj Jugoslaviji značajan je distributivni sistem snabdevanja na snazi nakon Drugog svetskog rata (Dobrivojević 2012, 66). Određen je minimalan broj proizvoda kojima se stanovništvo moglo snabdevati po povlašćenim cenama, uključujući tekstilnu robu. Rezultati anketnog istraživanja o životnom standardu koje je sproveda vlast 1950. godine bili su porazni ukazujući da je odeću stanovnika činilo svega nekoliko presvlaka (Dobrivojević 2012, 80-81). U prodavnicama tekstilnih proizvoda nije bilo dovoljno robe, asortiman je bio neodgovarajuć, kao i kvalitet i cena, a odevanje je otežavalo i troma distribucija. Napuštanje distributivnog sistema snabdevanja započeto 1951. godine pratilo je puštanje robe u slobodnu prodaju, uključujući odeću, a zatim i njen pojačan uvoz (Ristić 2015, 11). Oskudica je i dalje bila prisutna pa je i u partijskim izveštajima zabeleženo da je potrošnja tekstila 1953. bila ispod nivoa iz 1939. godine (Dobrivojević 2012, 70-71). Prema anketnom istraživanju Zavoda za tržišna ispitivanja iz 1972. godine prihvodi 48% mešovitih, 46% poljoprivrednih i 41% nepoljoprivrednih domaćinstava u Srbiji bili su nedovoljni za zadovoljavanje potrebe odevanja (Pešić 1977, 141). Mogućnosti odevanja bile su uslovljene i vrednovanjem kvantiteta na uštrb kvaliteta. „Dok su se planovi proizvodnje ispunjavali i premašivali, na tržištu je realno vladala nestašica, jer su potrošači neretko odbijali da kupuju odeću koja im se nudila na prodaju” (Velimirović 2016, 549). Bitan je i uticaj propagiranja dostizanja estetskih pravila koje je definisao socijalistički režim (Velimirović 2012, 946). Nedostiznost propagiranih odevnih predmeta nije trebala da bude prepreka za njihovo posedovanje i nošenje, koje se postizalo šivenjem i prepravkom odeće.

Položaj mode je u socijalističkoj Jugoslaviji bio specifičan, u skladu sa osnovnim oblikom društvene reprodukcije, odnosno socijalističkom ideologijom i njenim uplivom na svakodnevni život. Stvaranje Federativne Narodne Republike Jugoslavije (FNRJ) donelo je modna pravila prvenstveno uslovljena sovjetskim modelom (Zdravković 2016, 39). Odeća je morala biti jednostavna i čistog oblika, a promene nesezonske i svrsishodne, čineći je praktičnijom, udobnijom i lepšom (Velimirović 2012, 938). Ideal je bila odeća klasičnog kroja, neprolazna i uzorna. Modu je u posleratnom periodu režim odbacio i kao diskriminatoru, kritikujući je kao izraz klasnog raslojavanja, neprihvatljiv u društvu čiji je ideal istovrsnost spoljnog izgleda umesto različitosti. Ipak, „iako su fabrike bile nacionalizovane, napadi na zapadnu modu nikada nisu bili intenzivni, a jugoslovenski režim nije uspostavio centralnu instituciju odevanja koja bi upravljala dizajnom, proizvodnjom i distribucijom odeće” (Bartlett 2010, 134).

Odnos prema modi se menja nakon 1952. godine (Velimirović 2014, 32), s tim da su promene započele već 1948. godine posle Rezolucije Informbiroa,

koja preusmerava spoljnu politiku FNRJ ka Zapadu. Početak privrednih reformi 1951. godine donosi sve češće zagovaranje slobodnog formiranja cena, uz parcijalno odbacivanje planske ekonomije, odnosno stvaranje uslova za liberalizaciju tržišta (Dimitrijević 2016, 30). Društveni proizvod raste, kao i investicije, između ostalog zahvaljujući promeni spoljne politike, „koja je obezbeđivala inostranu ekonomsku pomoć, a zatim i strane investicije i kreditiranje jugoslovenske privrede” (Dimitrijević 2016, 31). Počinje sve otvorenije prenošenje trgovinskih veza sa Istoka na Zapad, kao i upliva američke masovne kulture, uključujući uticaj na modu pedesetih godina zahvaljujući časopisima, oponašanju filmskih uzora i paketa iz Sjedinjenih Američkih Država (SAD) (Vučetić, 2015, 337). Promena spoljne politike nije donela samo povećanje privrednog rasta, već i izgrađivanje kulturnih odnosa sa Zapadom nakon njihovog skoro potpunog zamiranja sa socijalističkim blokom (Dimitrijević 2016, 31).

Moda nakon 1952. godine opet postaje poželjna u jugoslovenskom socijalističkom društvu kao vid dokolice (Velimirović 2014, 32). Ideološki proklamovana emancipacija žena u vidu njihove uključenosti u privredni, politički i kulturni život doprinela je sve izraženijim zahtevima za racionalizacijom kućnih poslova tradicionalno shvatanih kao ženskih i njihovim podružljavanjem. Izmenjena podela rada u domaćinstvu trebala je da ima značajan uticaj na slobodno vreme žena, u obliku njegovog povećanja i sadržajnosti, uključujući dokolicu. Dakle, percepcija uloge žene u socijalističkoj Jugoslaviji i njene promene su neraskidivo povezane sa prihvatljivim načinom njenog odevanja. Posle završetka Drugog svetskog rata je socijalistički režim preporučio ženama da zamene uniformu ženskom odećom koja je neupadljiva (Velimirović 2012, 943), da bi nakon promene odnosa prema modi i ponovne poželjnosti praćenja zapadnih modnih trendova reafirmisao ženstvenost (Velimirović 2014, 29), odnosno žensko odevanje je prošlo put od partizanke preko radnice do dame po socijalističkom ukusu. Na prihvaćenost mode je uticalo i povećanje životnog standarda i nastajuća potrošačka kultura. Bitan je i razvitak tekstilne i modne industrije kao važne privredne grane (Ristović 2023, 510). Na modno odevanje je uticao i prodor pop kulture šezdesetih godina „označavajući početak novog perioda u istoriji odevanja i na jugoslovenskom prostoru” (Ristović 2023, 510).

Roba dostupna u domaćim prodavnicama nije mogla zadovoljiti potrebe stanovnika socijalističke Jugoslavije. Odevni komadi bili su neprihvatljivi zbog neadekvatnog kvaliteta, sačinjenosti od jednoličnih tkanina neuglednog dezena, proizvodnje konfekcije u velikim serijama i visoke cene, ali je osnovni problem predstavljalo to što su bili demode (Velimirović 2014, 37). „Upoznati sa zapadnom modom, jugoslovenski potrošači postaju sve zahtevniji i sve nezadovoljniji neinventivnim i neestetskim jugoslovenskim modnim proizvodima” (Panić 2014, 65). Doduše, od sredine šezdesetih godina XX veka i jugoslovenska tekstilna industrija počinje da osluškuje potrebe potrošača proizvodeći odeću koja je atraktivnija i raznovrsnija (Ristić 2015, 14).

Nezadovoljstvo potrošača u vezi sa dizajnom konfekcije uslovalo je mere države poput formiranja saveta potrošača pedesetih godina XX veka, angažovanja većeg broja dizajnera u tekstilnoj industriji od 1957. godine i osnivanja Centra za savremeno odevanje 1961. godine u Beogradu (Velimirović 2014, 39-40). Meru ublažavanja nezadovoljstva predstavljao je i povećan uvoz robe široke potrošnje od 1956. godine, kao i kupovina van sektora zvanične ekonomije, u inostranstvu i komisijama. Potrošački turizam predstavljao je jedan od najefikasnijih načina spoznavanja zapadnih modnih trendova (Vučetić 2015, 337), istovremeno služeći „za ‘upadljivu potrošnju’ u klasičnom Veblenovom smislu te reči” (Švab 2002, 74), odnosno izražavajući društvene nejednakosti u socijalističkoj Jugoslaviji preko distinktivne potrošnje na odeću. U komisijama su se snabdevali pre svega oni koji to nisu mogli činiti u inostranstvu (Vučetić 2015, 337).

### Odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji

O samostalnom šivenju kao načinu odevanja u socijalističkoj Jugoslaviji (1945-1991) ne postoje sadržinski potpuni podaci, što ne predstavlja izuzetak. Margaret Seles (Margarethe Szeless) je uočila da je kućno šivenje u posleratnoj Austriji gotovo ignorisano u naučnoj literaturi, a kada bi se uopšte pominjalo smatrano je „još jednom strategijom preživljavanja i ženskim doprinosom izuzetno ograničenom posleratnom kućnom budžetu” (Szeless 2002, 857). Odevanje samostalnim šivenjem počiva na tri materijalna preduslova: posedovanju šivaće mašine, dostupnosti krojnih listova i odgovarajuće tkanine, uz nematerijalni koji podrazumeva umeće šivenja. Najpre su navedeni podaci o razmerama proizvodnje šivaćih mašina fabrike Bagat, koja je pokrivala veći deo prodaje šivaćih mašina u socijalističkoj Jugoslaviji (“Povijest hrvatske industrije” 2021, 345), njihovoj dostupnosti kupcima preko mreže prodavnica, kao i o kursovima krojenja i šivenja koje je organizovala. Sledi prikaz sadržine časopisa *Burda*, imajući u vidu da je bio najuticajniji evropski modni časopis, koji se mogao kupiti i u socijalističkoj Jugoslaviji, a izdvajao se u odnosu na druge domaće i strane modne časopise po svojoj praktičnoj sadržini u vidu krojnih listova za šivenje moderne odeće, uz prikaz knjige *Burda: Perfektno samostalno krojenje i šivenje*. Pažnja je posvećena i proizvodnji i uvozu tekstila u socijalističkoj Jugoslaviji, odnosno dostupnosti metraže kao preduslovu samostalnog šivenja odeće, s tim da ne treba gubiti iz vida ni mogućnost pronalazanja odgovarajuće tkanine iz predratnog perioda u kućnim ormarima, kao ni šivenja prepravljanjem stare odeće i drugih tekstilnih proizvoda u domaćinstvu. Naposljetku je predmet razmatranja odevanje društvenih slojeva prevashodno na osnovu dostupnih empirijskih podataka za Srbiju.

*Bagat*

Razmatranje dostupnosti šivaćih mašina ograničeno je na Bagatove jer je reč o domaćoj proizvodnji, koja je imala primat u socijalističkoj Jugoslaviji, iako su u upotrebi bile i mašine drugih proizvođača među kojima se po pristupačnosti ističe američki Singer (Petrović Leš i Klobučar 2021, 143). Korišćenje Singer šivaćih mašina na ovom podneblju prethodilo je pojavi Bagatovih i koegzistiralo sa njima, a dobru reputaciju imale su ne samo zbog tehničkih kvaliteta, već i zato što je ovaj brend za evropske potrošače „postao simbol miliona modernih i srećnih američkih krojačica” (Szeless 2002, 853).

Bagat, preduzeće za proizvodnju šivaćih i alatnih mašina, alata, plinskih armatura i drvnih proizvoda, osnovano je 1950. godine u Zadru prvenstveno za potrebe proizvodnje brodske opreme Jugoslovenskoj narodnoj armiji (“Povijest hrvatske industrije” 2021, 345). Prvi prototip šivaće mašine tvornica je izradila 1955. godine da bi dve godine docnije kupila licencu za njihovu proizvodnju od italijanskog preduzeća Necchi. Nakon potpisivanja Londonskog sporazuma 1954. godine, kojim je prestala da postoji Slobodna teritorija Trsta, podeljena između Jugoslavije i Italije, otvorene su mogućnosti intenzivnije privredne saradnje između ovih zemalja, koje su jugoslovenskoj privredi omogućavale licence i obuku zaposlenih (Rolandi 2017, 195). Tokom prve godine proizvodnje domaćeg prototipa je napravljeno 1.680 šivaćih mašina (“Povijest hrvatske industrije” 2021, 345). Fabrika je 1963. godine proizvodila oko 50.000 šivaćih mašina, preuzimajući 91% njihove prodaje u socijalističkoj Jugoslaviji, a tokom iste decenije dostigla je proizvodnju od 100.000 šivaćih mašina godišnje. U Bagatu se na vrhuncu proizvodnje sredinom osamdesetih godina proizvodilo oko 160.000 šivaćih mašina godišnje.

Prvu prodavnicu Bagat je otvorio 1958. godine u centru Zagreba. Tokom naredne dve godine je na području FNRJ otvoreno još 25 prodavnica, čiji je broj porastao na 75 sredinom sedamdesetih godina. Dakle, Bagatove šivaće mašine su bile dostupne za kupovinu u većim gradovima širom socijalističke Jugoslavije, što je olakšalo njihov put do domova stanovnika, uz izvoz koji je rastao tokom vremena. Sredinom osamdesetih godina se, u periodu najrazvijenije Bagatove industrijske delatnosti, izvezilo 50% proizvedenih šivaćih mašina (“Povijest hrvatske industrije” 2021, 346).

Bagat je omogućavao i savladavanje upotrebe šivaćih mašina preko organizovanja profesionalnih kurseva krojenja i šivenja u mnogim mestima, odnosno proizvodio ne samo šivaće mašine, već i njihove kupce osposobljavajući ih za upotrebu mašina. Nije bio jedini organizatora ovakvih tečajeva u socijalističkoj Jugoslaviji. Primera radi, članice Antifašističkog fronta žena Hrvatske su organizovale kurseve krojenja i šivenja kao oblik modnog opismenjavanja žena, afirmacije društvene uloge domaćice i kulturno-prosvetnog rada (Čuljak i Vene

2016, 164-165). „Zahvaljujući ovakvoj edukaciji žene su pronalazile poslove kao radnice u tekstilnoj industriji, zapošljavale su se u krojačkim salonima ili su postale kućne krojačice” (Čuljak i Vene 2016, 165).

### *Burda*

Modni časopisi u socijalističkoj Jugoslaviji su nesumnjivo doprineli samostalnom šivenju odeće. Niz domaćih časopisa pratio je modne aktuelnosti: *Naša moda*, *Ukus*, *Svijet*, *Praktična žena*, *Ilustrovana politika*, *Bazar*, *Nada*, *Ana* itd. Zagrebački *Svijet* pojavio se 1953. godine i smatra se prvim modernim ženskim časopisom u socijalističkoj Hrvatskoj, to jest Jugoslaviji (Vujović i Prokopović 2018, 159). Beogradska *Praktična žena* je počela da izlazi 1956. godine i smatra se prvim modernim ženskim listom u socijalističkoj Srbiji, odnosno *Svijet* i *Praktična žena* bili su najuticajniji domaći modni časopisi u socijalističkoj Jugoslaviji (Ristić 2015, 11). Sastavni deo modnih časopisa bili su krojevi za samostalno šivenje odeće, kao i saveti za prepravljanje stare. Časopis *Ukus* je krajem četrdesetih i početkom pedesetih godina XX veka imao rubriku *Tečaj krojenja i šivenja*, sa tehničkim crtežima krojeva odevnih predmeta, a sredinom pedesetih i sa pravim krojnim slikama (Zdravković 2016, 39-40). *Svijet* je preuzimao krojne listove od nemačkog časopisa *Neue Mode* (Bartlett 2010, 251). Što je raskorak između ponude domaće tekstilne industrije i aspiracija potrošača bio veći, to su socijalistički časopisi više težili da ga kompenzuju kvalitetnijim krojnim listovima.

U socijalističkoj Jugoslaviji su na kioscima od šezdesetih godina XX veka bili dostupni i strani modni časopisi: *El*, *Vog*, *Gracija*, *Burda*, *Dona*, *Mari Kler* itd. (Vučetić 2015, 338). Dostupnost znatnog broja stranih modnih časopisa na jugoslovenskom tržištu i sugerisanje prihvatanja zapadnih modnih trendova šezdesetih godina pokazuju da vlast ništa protiv zapadne mode nije imala pa čak je u nekim slučajevima i otvoreno podržavala (Vučetić 2015, 340). Za razliku od domaćih časopisa, koji su posredno širili inostrane modne uticaje, strani su to činili neposredno, a među njima se po svojoj praktičnoj sadržini izdvajala *Burda*.

Zapadnonemački mesečnik *Burda Moden*<sup>1</sup> pojavio se 1950. godine, a naziv je dobio po osnivačici časopisa Ane Burda (Aenne Burda) (Szeless 2002, 849). Popularnost časopisa, merena tiražem, brzo je rasla: 100.000 primeraka 1950, pola miliona 1957, milion i po 1967. i oko dva i po miliona 1987. godine (*Time* 1987), to jest *Burda* je bila najuticajniji modni časopis na evropskom tlu, 1974. godine preveden na 14 jezika. Može se pretpostaviti da je njen domet po pitanju čitanosti bio veći nego što tiraž izražava usled razmene časopisa među osobama koje su praktikovale samostalno šivenje. Seles (Szeless 2002, 849) smatra

<sup>1</sup> U ovom radu se pod *Burdom* podrazumeva časopis *Burda Moden*.

da je vrednost časopisa trostruka: Burda je kreirala instrument za samostalno kućno šivenje omogućavajući ženama stvaranje modne odeće uz male izdatke, napravila je svoj brend čija su ciljna populacija žene iz srednje klase, a sadržina časopisa je prenosila najnovije pariske modne trendove, koje su *Burdini* krojači prilagođavali stvarajući sopstveni modni stil. Modne preporuke odeće za sve prilike sa krojnim listovima pretežno su bile upućene majkama i domaćicama, uključujući odeću za članove porodice, dečiju, tinejdžersku, za starije žene i punije (Szeless 2002, 849-850).

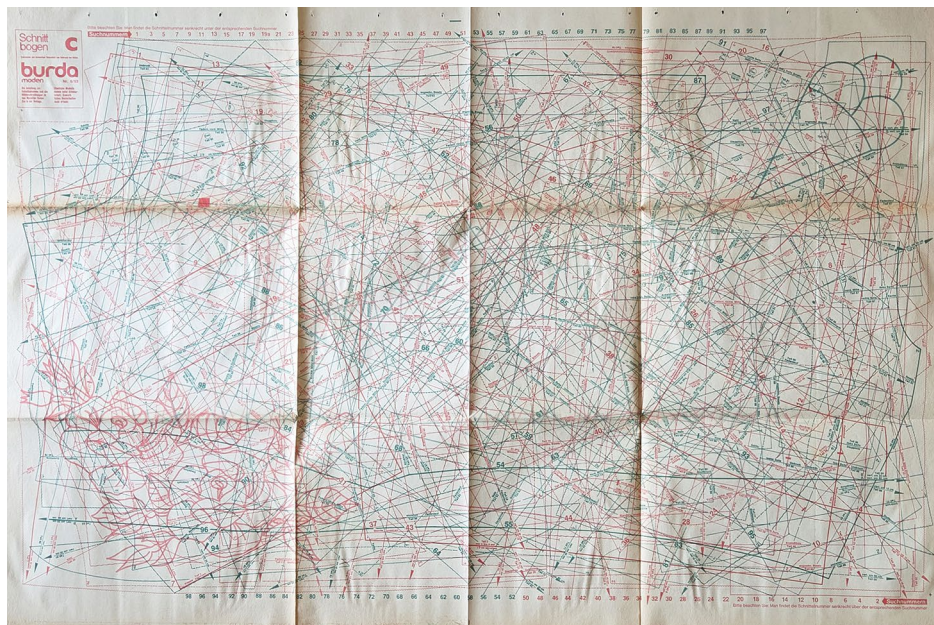
Na jugoslovenskim kioscima se *Burda* prodavala na nemačkom jeziku, sa naslovnom stranom i uputstvima za izradu modela na srpskohrvatskom, a pre nego što je postala legalno dostupna šezdesetih godina predstavljala je jedan od izvora iz kojih je časopis *Svijet* preuzimao fotografije (Bartlett 2010, 202). Nolit je imao pravo uvoza časopisa za Jugoslaviju. Na tržištu su bili dostupni časopisi *Burda Vaš ručni rad*, posvećen pletenju, kukičanju i slično, *Burda Moden*, namenjena kreiranju odeće za celu porodicu, kao i *Burda Moda mladih*, specijalizovana za odevne komade omladine. Potonja dva su sadržala krojne listove za samostalno šivenje odeće.



Slika 1. Naslovna strana, *Burda Moden*, jun 1983.

Tri međusobno zavisna dela činila su *Burdu*: modni sa modelima, radni sa uputstvima za krojenje i šivenje, kao i dva krojna lista sa ucrtanim krojnim delovima. Pružala je praktične smernice kako samostalno sašiti odeću po zapadnoj modi, a i prepravljati staru. Zahvaljući *Burdi* su mnoge žene naučile kako da

same izrađuju modernu odeću (Švab 2002, 73), odnosno „*Burda* je imala ulogu kućnog modnog kreatora, gotovo neograničenih mogućnosti za postizanje individualnosti i elegancije” (Ristić 2015, 12).



Slika 2. Krojni list, *Burda Moden*, jun 1983.

Na odevanje samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji uticala je i knjiga *Burda: Perfektno samostalno krojenje i šivenje: Najmodernija i najbrža metoda učenja krojenja i šivenja, uputstva sa ilustracijama, više od 1000 slika, svi osnovni pojmovi krojenja*. Prvi put je objavljena 1978. godine na srpskohrvatskom u izdanju Nolita, prevod zapadnonemačkog izdanja iz 1976. godine, uz ponovno objavljivanje 1979, 1985. i 1988. godine, u tiražu od 10.000 do 20.000 primeraka, kao i na slovenačkom jeziku u izdanju Cankarjeve založbe. Zamišljena je kao udžbenik koji na lak način predstavlja osnovne pojmove krojenja i šivenja, praćene ilustracijama, omogućavajući stvaranje odeće (*Burda: perfektno samostalno krojenje i šivenje* 1979, 7). U knjizi se temeljno obrađuju koraci koje treba savladati radi uspešnog krojenja i šivenja, krenuvši od potrebnog alata, uzimanja mera, kopiranja kroja sa *Burdinog* krojnog lista i njegovog prilagođavanja merama, modeliranja ukoliko nije pronađen željeni kroj odevnog komada, na šta sve treba obratiti pažnju pre krojenja, uključujući izbor tkanine i dezena, kako krojiti, probe odevnog komada, različite tehničke korake u šivenju, šivenje delova odeće, šivenje vrsta odeće i ukrašavanje odeće (*Burda: perfektno samostalno krojenje i šivenje* 1979, 8-21, 24-49, 52-57, 74-178).

*Proizvodnja i uvoz tekstila u socijalističkoj Jugoslaviji*

Jugoslovenska tekstilna industrija razvijala se od pedesetih godina XX veka opterećena brojnim problemima poput neadekvatnih materijala i dezena za izradu odeće, manjka obrazovanih modelara, odsustva standardnih mera i neujednačenih konfekcijskih veličina (Panić 2014, 64). Tokom šezdesetih i sedamdesetih godina je bila u ekspanziji, postajući vodećom nacionalnom industrijom (Luthar and Pušnik 2022, 13). Njen veći deo je činila proizvodnja metražnog tekstila (Petrović Leš i Klobučar 2021, 150). Ekspanziji tekstilne industrije prethodio je razvoj mreža prodavnica specijalizovanih za prodaju metraže krajem četrdesetih i u pedesetim godinama omogućavajući kupcima da osmotre i opipaju tkaninu na policama prilikom kupovine. Danijela Velimirović (2016, 544-549) je ukazala na manjkavosti proizvodnje tekstila u socijalističkoj Jugoslaviji kao posledice komandne ekonomije. „Ukoliko neka fabrika tekstila nema adekvatne rezerve raznobojnog prediva ili dovoljno kvalifikovanih radnika rukovodstvo je, u cilju ostvarenja plana, umesto složene proizvodnje dezeniranih tkanina, moglo da naloži proizvodnju jednostavnih jednobojskih materijala” (Velimirović 2016, 548).

Problemi na jugoslovenskom tržištu tekstila postaju sve izraženiji 1959. godine kada je proizvodnja bila veća od potražnje, a uvozna tkanina predstavljala konkurenciju (Petrović Leš i Klobučar 2021, 138). Opstajao je problem uvoza kvalitetnih sirovina što je uslovljavalo izradu nekvalitetnih tkanina, poput pamučnih, koje nisu bile konkurentne ni na domaćem ni na stranom tržištu. Proizvođači metraže su mahom stvarali tkaninu za potrebe industrijske izrade serijske konfekcije, ali postoje i podaci koji ukazuju da su šnajderke bile najveći potrošači, kako vlasnice krojačkih salona, tako i one koje su šile u privatnoj režiji (Petrović Leš i Klobučar 2021, 143). Opstajao je i problem favorizovanja stranog u odnosu na domaći tekstil na tržištu, odnosno potrošači su radije kupovali strani lošijeg kvaliteta, što je pogodovalo i razvoju crnog tržišta tkanina. Deficitom sintetičkih vlakana otežano je praćenje modnih trendova sa sve prisutnijim veštačkim materijalima u odeći, kao i „proizvodnja ‘obične’ odjeće: muških, ženskih i dječjih čarapa i drugih trikotažnih proizvoda” (Petrović Leš i Klobučar 2021, 144). Prilagođavanje jugoslovenske tekstilne metražne industrije tržištu vidljivo je kroz nastojanje da se proizvode i lakši veštački materijali, promenu asortimana i pokušaje udruživanja (Petrović Leš i Klobučar 2021, 150).

Jugoslovenska tekstilna metražna industrija se u drugoj polovini šezdesetih godina XX veka suočila sa izazovom slobodnog formiranja cena za koje je dobila dozvolu 1968. godine. Pretpostavka je bila da će to podstaći poboljšanje kvaliteta proizvoda, praćenje modnih trendova i prilagođavanje potrebama domaćeg i stranog tržišta. Istovremeno je jaka konkurencija nametnula

da tekstilna industrija od države traži zaštitne mere u vidu kontrole uvoza, odnosno vezanog uvoza i izvoza. O slaboj zaštiti koju je država pružala svedoči podatak da je 1968. godine uvoz tekstilnih proizvoda mogao činiti 28%, a da je već u prva četiri meseca te godine uvezeno više tekstila (Petrović Leš i Klobučar 2021, 147). Dolazi do stagnacije potrošnje tekstila i gomilanja zaliha proizvoda.

Navedeni problemi jugoslovenske metražne tekstilne industrije sugerišu da je nezanemarljivu ulogu u rasprostranjenosti odevanja samostalnim šivenjem imao uvoz metraže. Jednolično odevanje stanovnika FNRJ nije bilo uslovljeno samo skromnom ponudom konfekcije već i štofova (Ristović 2023, 509), odnosno ograničene dostupnosti materijala, boja i dezena od kojih se mogla šiti odeća. Najčešće boje tkanina bile su crna, teget i braon, a ograničena ponuda razlog konstantnog negodovanja potrošača (Velimirović 2016, 546). „Svojim bojama i dezenima italijanski, zapadnonemački, austrijski, japanski i indijski tekstil osvajali su domaće kupce” (Velimirović 2014, 40).

O značaju dostupnosti adekvatnog materijala za samostalno šivenje odeće svedoči podatak da je 1966. godine, kada se u svetu pojavila op-art moda, u robnoj kući NAMA u Beogradu prodato 3.000 metara tkanine sa op-art dezenom za nedelju dana (Vučetić 2015, 340). Hipi moda je takođe praćena šivenjem odeće. „Ženska rodbina, komšinice i lokalne krojačice takmičile su se u osmišljavanju zanimljivih rešenja garderobe po najnovijoj cvetnoj modi” (Vučetić 2015, 340). Uočeno je i otvoreno pozivanje na prihvatanje američkih modnih uticaja uz navođenje da su potrebne tkanine za izradu odevnih predmeta dostupne u domaćim prodavnicama (Vučetić 2015, 341). Naime, prvog dana školske 1965/1966. godine *Bazar* je objavio predlog majkama za odevanje devojčica naslovljen sa *Američki modeli za devojčice*. Tekst sadrži ukazivanje da je reč o izboru modela objavljenih u katalozima konfekcijskih kuća iz SAD, vodeći računa da su materijali za njihovo šivenje prisutni u jugoslovenskim trgovinama.

### *Odevanje društvenih slojeva u socijalističkoj Jugoslaviji*

Nalazi anketnog istraživanja društvenih nejednakosti u Beogradu 1986. godine su pokazali da većina ispitanika kupuje domaću konfekciju (75%) (Bogdanović 1987, 70). Naredni način odevanja je samostalno šivenje (8,6%), a najčešće su ga praktikovali srednji sloj<sup>2</sup> (11,5%) i radnici (8,4%), dok je snabdevanje odećom u modnim buticima i ekskluzivnim radnjama bilo najređe (4,3%).

<sup>2</sup> U istraživanjima iz 1986. i 1988. godine razlikovani su: viši sloj (privredni i državno-politički rukovodioci), srednji sloj (stručnjaci van i u privredi i službenici), radnička klasa (visokokvalifikovani, kvalifikovani i nekvalifikovani-polukvalifikovani radnici) i privatnici (poljoprivrednici i gradski privatnici).

Butici su u socijalističkoj Jugoslaviji počeli da se otvaraju kasnih sedamdesetih godina XX veka, predstavljajući male privatne privredne subjekte koji prodaju odeću i modne dodatke, umanjujući simboličku ulogu ekskluzivnih radnji, takođe u privatnom vlasništvu (Bartlett 2010, 264). „Preduzetni vlasnici jugoslovenskih butika putovali bi u Italiju, nabavili najmoderniji artikal, isekli ga na komade kod kuće da bi savladali kroj i reprodukovali nekoliko hiljada jeftinih primeraka za mase zainteresovane za modne hirove” (Bartlett 2010, 265). Prema rezultatima istraživanja društvenih nejednakosti u Beogradu 1986. godine, većina ispitanika se nije odevala u inostranstvu (63,5%) (Bogdanović 1987, 70). Nalazi ne omogućavaju izvođenje opštijih zaključaka o razlikama u odevanju društvenih slojeva, osim da mu je srednji sloj posvećivao najviše pažnje, između ostalog šijući samostalno ili kod privatnika.

Anketnim istraživanjem društvenih nejednakosti u Srbiji 1988. godine takođe je ustanovljeno da ispitanici prevashodno kupuju domaću konfekciju (rukovodioci 45,7%, privatnici 41,4%, srednji sloj 28,5%, radnici 29,8%) (Bogdanović 1991, 256). Šivenje odeće je predstavljalo naredni oblik snabdevanja, pre svega plaćanje drugima da šiju, podjednako prisutno kod svih društvenih slojeva. „Treća mogućnost, da povremeno sami šiju u okviru porodice, najviše se javlja u srednjem sloju i među privatnicima (25.1% i 22.5%), manje među radnicima (18.6%), a najmanje u rukovodećem sloju (14.8%)” (Bogdanović 1991, 256). Nikada nije kupovalo odeću u inostranstvu 84% ispitanika, u buticima 80,1%, a u domaćim prodavnicama 6,2% (Bogdanović 1991, 255). Nabavka odeće u inostranstvu je bila zastupljenija kod rukovodećeg (25%) i srednjeg sloja (25%) nego kod privatnika (13%) i radnika (9%) (Bogdanović 1991, 256). Nalazi ne dopuštaju izvođenje zaključaka o razlikama u odevanju društvenih slojeva, ali se naziru preko zastupljenosti samostalnog šivenja i plaćanja drugima da šiju. „Ove dve mogućnosti manje su zapažene u slojevima rukovodilaca i stručnjaka, a više među službenicima, radnicima i privatnicima” (Bogdanović 1991, 256).

Rezultati navedenih istraživanja izražavaju nejednake materijalne mogućnosti društvenih slojeva, a sugerišu i različit stil života. Vesna Pešić (1977, 189) je na osnovu nalaza anketnog istraživanja društvenih slojeva i društvene svesti u Srbiji 1974. godine izvela klasifikaciju stilova života: tradicionalni karakterističan za poljoprivrednike<sup>3</sup>, radnički, statusni osoben za srednji sloj i ekskluzivni prisutan kod rukovodilaca. Za ekskluzivni i statusni stil života osobena je ista orijentacija u vezi sa načinom života, ispunjavanje potreba rukovođeno težnjom za grupnim distanciranjem u odnosu na druge društvene slojeve, uključujući

---

<sup>3</sup> Društveni slojevi su klasifikovani na: rukovodioce, srednji sloj (intelektualce i službenike), radnike (kvalifikovane i nekvalifikovane) i poljoprivrednike (seljake-radnike i čiste poljoprivrednike).

posedovanje ili upotrebu određenih predmeta, neuobičajenih, skupljih i nedostupnih svima, među kojima je i odeća (Pešić 1977, 151-152). Kultura odevanja jugoslovenske političke elite je od sredine pedesetih godina XX veka bila ravna zapadnim pandanima (Ristović 2023, 509). Inostrana roba imala je osobito značenje za statusni stil života usled čega je kupovina odeće i predmeta za kuću u inostranstvu jedan od najučestalijih vidova isticanja ovog stila (Pešić 1977, 155). Radnički stil života podrazumeva preokupiranost obezbeđivanjem socijalne sigurnosti i zadovoljavanjem egzistencijalnih potreba (Pešić 1977, 172). Potrošnju kod radničkog stila karakteriše sukob potreba, odnosno nezadovoljavanje jednih radi ispunjenja drugih, usled nedostatka materijalnih sredstava. Obezbeđivanje određenog standarda života domaćinstva podrazumeva ograničavanje ispunjenja potreba poput ishrane, odevanja ili zabave, uz neravnopravno odricanje članova domaćinstva u zadovoljavanju potreba, prvenstveno žene. „Ona ne samo da je na začelju sa svojim potrebama, nego po pravilu mora poznavati niz veština kao što su šivenje, pletenje, ostavljanje zimmice i sl., kojima ona doprinosi porodičnim uštedama” (Pešić 1977, 179). Kod poljoprivrednika je uočeno otežano zadovoljavanje potrebe za odećom uslovljeno usmerenošću njihovog tradicionalnog stila života na sticanje imovine kao osnovne vrednosti, odnosno prisutna je najveća štednja na oblačenju radi kupovine trajnih potrošnih dobara u poređenju sa drugim društvenim slojevima (Pešić 1977, 142). Nalazi istraživanja pokazali su da je društveni položaj slojeva značajna determinanta njihovog stila života, uključujući odevanje.

Potrošnja u socijalističkoj Jugoslaviji bila je određena položajem pojedinca u društvenoj strukturi (Stanić 2010, 281) i iz njega proisteklog materijalnog položaja, odnosno stila života društvenog sloja (Pešić 1977, 121-122). Rukovodicima i srednjem sloju bili su dostupniji odlasci izvan državnih granica radi kupovine odeće i drugih dobara, prevashodno u Trst. Nošenje italijanske odeće nije bilo samo pitanje praćenja mode, već i izražavanja distinktivnog stila života. Frančeska Rolandi (Francesca Rolandi) ukazuje na dvostruki ambivalentan uticaj kupovine u Trstu na društvenu diferencijaciju u Jugoslaviji (Rolandi 2017, 196-197). S jedne strane je ova praksa odražavala postojeće nejednakosti među pripadnicima različitih društvenih slojeva i pojačavala ih, s obzirom na to da je kvalitetna roba bila dostupna manjoj grupi potrošača, a sa druge je predstavljala demokratizaciju dostupnosti robe omogućavanjem širokim slojevima stanovništva da kupujući jeftine zapadne proizvode uživaju u poboljšanju životnog standarda. Potrošnju većine stanovnika karakterisala je manja dostupnost proizvoda upotpunjavana na različite načine (Stanić 2010, 283). „Pošto nisu svi mogli da priušte kupovinu stvari u inostranstvu, mnoge stvari su pravljene kod kuće, poput odeće – šivene ili pletene” (Švab 2002, 73).

## Zaključak

Rasprostranjenosti odevanja samostalnim šivenjem u socijalističkoj Jugoslaviji (1945-1991) pogodovalo je više (ne)materijalnih činilaca. Preduslov je bilo posedovanje šivaće mašine, a dostupne su bile Bagatove i drugih proizvođača. Posedovanje šivaće mašine je bilo neophodan, ali ne i dovoljan uslov samostalnog šivenja odeće bez poznavanja umeća šivenja, što su omogućavali Bagatovi i drugi kursevi krojenja i šivenja. Veštije samostalno šivenje je obezbeđivala upotreba krojnih listova, koji su postali dostupniji nakon prodaje časopisa *Burda* sa praktičnim smernicama za izradu modnih komada na jugoslovenskom tržištu, kao i drugih domaćih i stranih modnih časopisa, a značajno je i objavljivanje knjige *Burda: perfektno samostalno krojenje i šivenje*. Ulogu u podsticanju samostalnog šivenja odeće imala je i dostupnost odgovarajuće tkanine, odnosno nastojanje da se unapredi kvalitet metraže, spektra boja i dezena koje je proizvodila jugoslovenska tekstilna industrija, kao i rast uvoza tkanina iz inostranstva. Učestalosti ove prakse doprinela je i promena odnosa prema modi pedesetih godina XX veka, kada njeno praćenje ponovo biva društveno poželjno, nezadovoljavajuća ponuda odeće u domaćim prodavnicama po pitanju kvaliteta, boja, dezena, konfekcijskih veličina i visokih cena, kao i mogućnost sticanja prihoda šivenjem za druge. Samostalno šivenje nije predstavljalo najčešći način odevanja, ali je bilo učestalije od kupovine odeće u inostranstvu i u komisionima, odnosno sledilo je po učestalosti nakon kupovine domaće konfekcije, bar u socijalističkoj Srbiji. Bilo je najprisutnije kod radnika i srednjeg sloja, kao kreativna aktivnost običnog čoveka u svakodnevnom životu, koja je omogućavala odevanje uz niže troškove i doprinosila vođenju određenog stila života, uslovljenog položajem u društvenoj reprodukciji, to jest iz njega proizašlim materijalnim položajem.

Za utvrđivanje eventualne promene zastupljenosti prakse odevanja samostalnim šivanjem tokom nekoliko decenija postojanja socijalističke Jugoslavije nisu raspoloživi sekundarni podaci, odnosno zahteva realizaciju proučavanja upotrebom aktivnog istraživačkog postupka sa ispitanicima koji su primenjivali ovu praksu. U Austriji i Nemačkoj je procvat kućnog šivenja trajao do kraja sedamdesetih godina XX veka da bi osamdesetih godina došlo do drastičnog pada zastupljenosti (Szeless 2002, 854). *Burdino* istraživanje sprovedeno u Nemačkoj pokazalo je da se 39% žena bavilo kućnim šivenjem 1977, 37% 1985, a 26% 1992. godine. Nepoznato je koliko je praksa odevanja samostalnim šivenjem danas zastupljena u društvima nastalim raspadom socijalističke Jugoslavije, ali je nesumnjivo manje značajna nego tokom njenog postojanja, kada je predstavljala kreativan način ekonomičnog odevanja i praćenja modnih trendova.

## Reference

- Aspers, Patrik and Frédéric Godart. 2013. "Sociology of Fashion: Order and Change". *Annual Review of Sociology* 39 (1): 171-192. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071811-145526>
- Bartlett, Djurdja. 2010. *FashionEast: The Spectre that Haunted Socialism*. Cambridge: MIT Press.
- Bogdanović, Marija. 1987. "Nejednakosti u materijalnim uslovima života proučavanih društvenih slojeva". U *Društvene nejednakosti*, uredio Mihailo Popović, 51-77. Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu.
- Bogdanović, Marija. 1991. "Materijalni standard društvenih slojeva". U *Srbija krajem osamdesetih*, uredio Mihailo Popović, 241-273. Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu.
- Burda Moden. 1983. Jun. Beograd: Nolit.
- Burda: *perfektno samostalno krojenje i šivenje: najmodernija i najbrža metoda učenja krojenja i šivenja, uputstva sa ilustracijama, više od 1000 slika, svi osnovni pojmovi krojenja*. 1979. Beograd: Nolit.
- Čuljak, Ivana i Lea Vene. 2016. "Žena u borbi/ Žena u modi: Odjevne prakse u poslijeratnom periodu socijalističke Jugoslavije na primjeru časopisa *Žena u borbi* i *Naša Moda*". *Etnoantropološki problemi* 11 (1): 159-173. <https://doi.org/10.21301/EAP.V11I1.7>
- de Serto, Mišel. 1998. "Pronalazak svakodnevnog". U *Interpretativna sociologija*, priredila Ivana Spasić, 159-173. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Dimitrijević, Branislav. 2016. *Potrošeni socijalizma: Kultura, konzumerizam i društvena imaginacija u Jugoslaviji (1950-1974)*. Beograd: Fabrika knjiga i Peščanik.
- Dobrivojević, Ivana. 2012. "Snabdevanje i standard u FNRJ 1945-1955.". *Historijska traganja*, 9: 65-86. [https://iis.unsa.ba/wp-content/uploads/2019/02/historijska\\_traganja\\_9.pdf](https://iis.unsa.ba/wp-content/uploads/2019/02/historijska_traganja_9.pdf)
- Fehér, Ferenc, Agnes Heler i Đerđ Markuš. 1986. *Diktatura nad potrebama*. Beograd: Rad.
- Fisk, Džon. 2001. *Popularna kultura*. Beograd: Clio.
- Luthar, Breda and Maruša Pušnik. 2022. "Clothing and Expressive Revolution: Wearing Jeans in Socialism". *Fashion Theory* 26 (7): 1-25. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2021.2003607>
- Panić, Ana. 2014. "Po poslednjoj modi. Odevanje između ideologije i konzumerizma". U *Nikad im bolje nije bilo? Modernizacija svakodnevnog života u socijalističkoj Jugoslaviji*, uredila Ana Panić, 64-66. Beograd: Muzej istorije Jugoslavije. <https://www.muzej-jugoslavije.org/wp-content/uploads/2017/06/2014-Nikad-im-bolje-nije-bilo.pdf>
- Pešić, Vesna. 1977. "Društvena slojevitost i stil života". U *Društveni slojevi i društvena svest*, priredio Mihailo Popović, 121-196. Beograd: Institut društvenih nauka.
- Petrović Leš, Tihana i Andrea Klobučar. 2021. "„Gorki okus tkanine” – zagrebačka i jugoslavenska tekstilna industrija 1960-ih u svjetlu odabranih hrvatskih tiskovina". *Časopis za suvremenu povijest* 53 (1): 131-156. <https://doi.org/10.22586/csp.v53i1.11890>

- “Povijest hrvatske industrije: Bagat”. 2021. *Kemija u industriji: Časopis kemičara i kemijskih inženjera Hrvatske* 70 (5-6): 345-346. <https://hrcak.srce.hr/file/376142>
- Ristić, Andrijana. 2015. “Modna štampa u Srbiji u XX veku”. *Zbornik Muzeja primenjene umetnosti* 11: 7-17. [https://mpu.rs/zbornik/pdf/zbornik\\_11/3.pdf](https://mpu.rs/zbornik/pdf/zbornik_11/3.pdf)
- Ristović, Milan. 2023. “Od tradicije ka modernosti: 1878-1990.”. U *Istorija privatnog života u Srba od srednjeg veka do savremenog doba*, Marko Popović, Miroslav Timotijević i Milan Ristović, 391-616. Beograd: Clio.
- Rolandi, Francesca. 2017. “Yugoslavia Looking Westward: Transnational Consumer Contact with Italy During the 1960s”. In *The Cultural Life of Capitalism in Yugoslavia: (Post)Socialism and its Other*, edited by Dijana Jeleča, Maša Kolanović and Danijela Lugarić, 191-207. Cham: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-47482-3\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-47482-3_11)
- Stanić, Sanja. 2010. “Potrošnja u socijalizmu i tranziciji”. *Školski vjesnik: časopis za pedagogijsku teoriju i praksu* 59 (2): 227-294. <https://hrcak.srce.hr/file/122495>
- Szeless, Margarethe. 2002. “Burda Fashions – A Wish That Doesn’t Have to Be Wishful Thinking: Home-dressmaking in Austria 1950-1970”. *Cultural Studies* 16 (6): 848-862. <https://doi.org/10.1080/0950238022000034219>
- Švab, Alenka. 2002. “Consuming Western Image of Well-Being-Shopping Tourism in Socialist Slovenia”. *Cultural Studies* 16 (1): 63-79. <https://doi.org/10.1080/09502380110075261>
- Time*. 1987. “Your Dress Is Fab, Comrade”. *Time* February 27 1987. <https://ezproxy.nb.rs:4528/c/mz3gez/viewer/pdf/qjfczy5x4z>
- Velimirović, Danijela. 2012. “Nov izgled za ‘novu ženu’: uobličavanje ‘proleterskog ukusa’ (1945-1951)”. *Etnoantropološki problemi* 7 (4): 935-955. <https://www.eap-ia.org/index.php/eap/article/view/665/645>
- Velimirović, Danijela. 2014. “Kad kupovina nije razonoda. Ženstvenost, moda i potrošnja u FNRJ (1952–1961)”. U *Pažnja! Odjeća, umjetnost, identitet*, uredio Irfan Hošić, 29-41. Bihać: Tehnički fakultet. [https://www.academia.edu/42187614/Kad\\_kupovina\\_nije\\_razonoda\\_%C5%BEenstvenost\\_moda\\_i\\_potro%C5%A-Inja\\_u\\_FNRJ\\_1952\\_1961\\_When\\_Shopping\\_is\\_Not\\_a\\_Pleasure\\_Femininity\\_Fashion\\_and\\_Consumption\\_in\\_FPRY\\_1951\\_1961\\_](https://www.academia.edu/42187614/Kad_kupovina_nije_razonoda_%C5%BEenstvenost_moda_i_potro%C5%A-Inja_u_FNRJ_1952_1961_When_Shopping_is_Not_a_Pleasure_Femininity_Fashion_and_Consumption_in_FPRY_1951_1961_)
- Velimirović, Danijela. 2016. “Ekonomija nestašice: proizvodnja, distribucija i potrošnja odeće u socijalističkoj Jugoslaviji u doba dirigovane ekonomije (1945-1951)”. *Etnoantropološki problemi* 11 (1): 539-557. <https://doi.org/10.21301/eap.v11i2.11>
- Vučetić, Radina. 2015. *Koka-kola socijalizam*. Beograd: Službeni glasnik.
- Vujović, Marija i Anka M. Prokopović. 2018. “Ženska štampa u socijalističkoj Jugoslaviji”. *Kultura* 161: 152-169. <https://doi.org/10.5937/kultura1861152V>
- Zdravković, Jelena. 2016. “Moda Kristijana Diora kao tekst kulture: strategije prisvajanja *New Look-a* kasnih četrdesetih i pedesetih godina XX veka”. *Zbornik Muzeja primenjene umetnosti* 14: 36-44. [https://mpu.rs/zbornik/pdf/zbornik\\_12/7.pdf](https://mpu.rs/zbornik/pdf/zbornik_12/7.pdf)

Željka Manić

Department of Sociology,  
Faculty of Philosophy, University of Belgrade  
zmanic@f.bg.ac.rs

*Home-Made Clothes in Socialist Yugoslavia*

The paper examines home-made clothes in socialist Yugoslavia (1945-1991) to determine the conditions that enabled this practice, the extent of its spread, and the social strata where it was common. The spread of home-made clothes was influenced by several factors: availability of Bagat and other sewing machines, tailoring and sewing courses, sale of *Burda* magazine with practical instructions on how to make fashion pieces using patterns, as well as other domestic and foreign fashion magazines, publication of the book *Burda: Perfect Independent Tailoring and Sewing*, an effort to improve the quality of the yardage, patterns and color spectrum produced by the Yugoslav textile industry, and increased import of foreign fabrics. The change in attitude towards fashion, which was seen as a bourgeois practice following the Second World War in socialist Yugoslavia, i.e., its renewed social desirability since the beginning of the fifties of the 20th century, also played a significant role in following fashion by home-made clothes. Unsatisfactory clothing offers in Yugoslav stores, including poor quality, colors, designs, ready-made sizes, and high prices, also led to the frequency of this practice, as well as the potential to earn income by sewing for others. The most common way to supply clothes in socialist Serbia was to buy clothes produced in Yugoslavia, with home-made clothes as the second most common method. The working and middle classes were the ones who used home-made clothes the most, which allowed enabling clothing at lower costs and contributed to leading a lifestyle determined by the position in the social structure, i.e., the resulting material position, representing the creative everyday activity of the ordinary people. Home-made clothes represented subordinates' art of coping with the available by creating their own popular culture using the resources, goods and materials given to them by the ruling system in socialist Yugoslavia.

**Keywords:** home-made clothes, socialist Yugoslavia, Bagat, *Burda*, textile production and import, clothing of social classes

*L'habillement fait maison dans la Yougoslavie socialiste*

Dans ce travail est discuté l'habillement fait maison dans la Yougoslavie socialiste (1945-1991) pour déterminer ce qui le permettait, à quel point il était répandu et dans quelles couches sociales. Plusieurs facteurs ont favorisé l'éten- due de cette pratique : la disponibilité des machines à coudre Bagat et des autres

marques, cours de coupe et de couture, la vente du magazine *Burda* contenant des directives pratiques pour la fabrication des pièces de mode sous forme de patrons de couture, ainsi que d'autres magazines de mode yougoslaves et étrangers, la publication du livre *Burda: coupe et couture personnelles parfaites*, l'effort d'améliorer la qualité du métrage, du design et du spectre des couleurs que produisait l'industrie textile yougoslave et une importation accrue des tissus étrangers. La couture personnelle des vêtements dans la Yougoslavie socialiste par sa fréquence venait après l'achat de confection locale, comme de la principale manière de se procurer des vêtements. Elle était très répandue chez les ouvriers et les classes moyennes, leur permettant de s'habiller en dépensant moins et contribuait ainsi au style de vie déterminé par leur position dans la structure sociale, c'est-à-dire de la situation matérielle qui en découlait, et qui représentait une activité quotidienne créative de l'homme ordinaire.

**Mots clés :** habillement fait maison, Yougoslavie socialiste, Bagat, *Burda*, production et importation du textile, habillement des couches sociales

Primljeno / Received: 28.07.2025.

Prihvaćeno / Accepted for publication: 2.11.2025.