

Džejson Vujić

JUGO

uspon i pad
najgoreg
automobila
u istoriji



ŠTRIK

2014



TANESI

Naslov originala

Jason Vuic

THE YUGO: The Rise and Fall of the Worst Car in
History

Copyright © 2010 by Jason Vuic

Published by arrangement with Hill and Wang, a
division of Farrar, Straus and Giroux, LLC, New York.

Copyright © za srpsko izdanje ŠTRIK, TANESI, 2014

Za Nensi i Gerba

Uvod

- Čemu služi *jugo* u Americi?
- Da se deca njime igraju.

Umetnik Kevin O’Kalahan stvara odista velike predmete, baš onako – velike; predmete toliko upečatljive da prosto zapadaju za oko, na primer ogromne naočare za pevača Eltona Džona, ili scenografiju za televizijske stanice A&E i ABC, ili dečju televizijsku stanicu *Niklodeon*. O’Kalahan je majstor 3D ilustracije i drži kurs u prestižnoj Školi vizuelnih umetnosti na Menhetnu. Svake godine finansira nekoliko studentskih izložbi. Za jednu takvu izložbu O’Kalahan je studentima dao stare pisace mašine i zatražio od njih da ih „upotrebe” na nov način. „Uvek su me zanimali beskorisni predmeti i kako im udahnuti nov život”, izjavio je O’Kalahan, čiji su studenti pedeset dotrajalih pisacih mašina pretvorili u prelepa umetnička dela, pritom još i upotrebljiva. Našli su se tu automati za žvakaće gume i papirne maramice, sekač za meso, akvarijum, blender, oprema za čišćenje cipela, snežna kugla, telefonska govornica, pa čak i pekač za galete. Na drugim izložbama radova O’Kalahanovih studenata mogli su se videti stolice, kreveti, satovi, kočije, šahovske table i različite verzije MTV-jeve nagrade, statue astronauta na Meseu.

Međutim, tema daleko najpopularnije O'Kalahanove izložbe bio je *jugo*, jugoslovenski automobil koji je doživio pravi neuspeh. „Vozio sam se po kraju i ugledao decu kako igraju stikbol”,* priča O'Kalahan. „*Jugo* im je služio kao štit u pozadini.” O'Kalahan se zaustavio: „Zna li vaš otac šta radite?”, upitao je decu. „Zna, to je ionako obična kanta.”¹ Tad mu je sinulo: tema njegove sledeće izložbe u velikom foajeu njujorške železničke stanice Grand central biće *jugo*. „*Jugo* je mala mašina koja se pokazala kao potpuni promašaj”, rekao je O'Kalahan. „To je najgore dizajniran proizvod svih vremena. [Stoga smo za izložbu] želeli da mu udahnemo nov život, umesto onog [koji mu je prvobitno namenjen.]”² Ali za tako nešto O'Kalahanu je trebao *jugo*, tačnije na desetine njih. Objavio je oglas u nekoliko njujorških novina: *Traži se jugo, živ ili mrtav*. Za tri dana primio je sedamdeset devet poziva i kupio trideset devet *juga* u relativno dobrom stanju, za 92 dolara po komadu.

Studenti su se bacili na posao. Preobrazili su automobile u eksponate vredne divljenja koje je časopis *Grafis* opisao kao dovitljive, zabavne i sjajne... besprekorno izrađene i tehnički zadivljujuće. Bila je tu *jugo* glava sa Uskršnjih ostrva, s njom *jugo* upaljač *zipo* i *jugo* polukoncertni klavir, potom *jugo* harmonika, *jugo* vagon za podzemnu železnicu, kabina za fotografisanje, toster, telefon, vagon-restoran, tuš-kabina, bioskopska sala i prigodan *jugo* kamin s jelenskom glavom. Pa još *jugo* roštilj, *jugo* ispovedaonica i pokretni toalet s natpisom GOT2GO** na tablicama. Posetioци su bili oduševljeni. U maju 1995. više hiljada ljudi posetilo je izložbu koja je potom obišla preko dvadeset gradova, uključujući i Montreal. O izložbi su izveštavale televizijske stanice NPR,

CNN, NBC, CBS, a odjeknula je sve do Hrvatske. Čak je i časopis *Nešenel inkvajerer* pisao o njoj.

„Umetnost iscedena iz suve drenovine”, glasio je naslov u *Vašington postu*. „Neugledni mali automobili zablistali kao skulpture”, rekli su u *Dalas morning njuzu*. Sve u svemu, više desetina dnevnih novina i časopisa pisalo je o izložbi hvaleći kreativnost umetnika, njihov smisao za humor i optimizam. Svi su se složili u oceni da je *jugo*, taj malecki, neugledni uvozni automobil koji košta samo 3.390 dolara „beznadežno izobličen komad đubreta”.³ Ovo su samo neki citati: „*Jugo* je među automobilima ono što su *Mili vanili* među rok grupama” (*Sent Luis post-dispeč*); „Ruglo na putevima” (*Dejli njuz*, Los Angeles); „Rodni Dejndžerfild* među automobilima” (*Pipl*). Ili kako je u dnevnim novinama *Bafalo njuz* rečeno: „Niko nema lepu reč za *jugo*. Samo pogrde. Otpadi ga ne primaju. Psi nikad ne jure za njim. Nikad nije prijavljena krađa *juga* jer ga nijedan vlasnik ne želi nazad. Čak je i O'Kalahan svoj *jugo* za izložbu dobio za tanjir špageta.”

Ipak, da li je *jugo* zaista bio *toliko* loš? Može li se i za jedan auto, čak i loš, reći da je „beznadežno izobličen komad đubreta”? Zbog čega je *jugo* bio toliko omražen? Čak i danas, ako na engleskom u *Gugl* ukucate „*jugo*” i „najgori automobil”, dobićete više od dvadeset hiljada pogodaka. Godine 2000. slušaoci popularnog radijskog programa „Priče o automobilima” (*Car Talk*) proglasili su *jugo* za „najgori automobil milenijuma”.⁴ Prema veb-sajtu answer.yahoo.com, *jugo* je „najgori automobil svih vremena na američkom tržištu”. S tim se slažu i veb-sajtovi rateitall.com, bestandworst.com i automotoportal.com. Čitaoci magazina Američkog auto-moto saveza *Vija*, 2008. godine izabrali su *jugo* za najgori automobil svih vremena, dok je anketa osiguravajuće kuće

* Igra lopticom i palicom. *Prim. prev.*

** Engl.: Hitno mi je. *Prim. prev.*

* Rodni Dejndžerfild je američki komičar poznat po krilatici: „A gde je poštovanje za mene?” (*I don't get no respect*). *Prim. prev.*

specijalizovane za automobile, *Hagerti*, proglasila *jugo* za drugi najružniji automobil u istoriji. U knjizi „Najgori automobili” (*Crap Car*) Ričarda Portera našao se na drugom mestu, dok su ga ugledni veb-sajtovi *time.com* i *forbes.com* nazvali jednim od najgorih automobila svih vremena. *Jugo* se pojavljuje u knjizi Erika Pitersa „Rugla automobilske industrije” (*Automotive Atrocities*), potom u knjizi Džajlsa Čapmana „Najgori automobili na svetu” (*The Worst Cars Ever Sold*). Dobio je čak i odrednicu u rečniku gradskog slenga – toj kolekciji korisnih izraza kao što su *dope* (dop, prim. prev.), *snap* (sića, prim. prev.) i *dawg* (prijateljski pozdrav kojim se u slengu obraća Afroamerikancima, prim. prev.) – pod kojom jednostavno stoji: „najgori automobil na svetu” (*urbandictionary.com*).

Postao je deo repertoara poznatih komičara. „Predsednik Džordž H. V. Buš ponovo je izjavio da SAD nisu u recesiji”, šalio se Džej Leno. „Nisam siguran da mu je narod poverovao. Nakon govora odvezao se na aerodrom u predsedničkoj limuzini *jugo jedan*”.* Pevači pevaju pesme o njemu: „Moj prokleti jugo” (*My Bloody Yugo*) izvodi sastav *Ledženderi Džim Ruiz grup* (vrcava pesmica u stilu bosa nove), „Vozim jugo” (*I Drive a Yugo*) izvodi grupa *Left ving fašists* (pesma u alternativnom pank stilu), potom *I’ll Stay Yugo*** belgijskog elektronskog benda *Aulmjuzik* i satirična balada Pola Šenkline „U jugu” (*In a Yugo*).⁵ Pisci ga parodiraju u knjigama kao što je „Crkotina na putevima Floride” (*Florida Roadkill*) Tima Dorsija; u TV serijama *Slučajni partneri* i *Simpsonovi*; u emisijama poput *Subotom uveče uživo*; i u filmovima *Dregnet*, *Otkaćeni producent*, *Ko je ubio*

* *Yugo One* – šala povezana s tim da se avion američkog predsednika zove *Air Force One*. *Prim. prev.*

** Igra reči: ja ostajem, ti idi (*you go*, kako se izgovara i *yugo*). *Prim. prev.*

Monu?, „Nikova i Norina beskonačna muzička lista” (*Nick and Norah’s Infinite Playlist*) i *Umri muški III*. Oglašivači ismevaju *jugo* u reklamama za kompanije *Jahu!* i *Mida* (lanac auto-servisa), deca ga uništavaju u video-igricama „Krađa automobila IV” (*Grand theft auto IV*) i „Karmagedon II: karpokalipsa danas” (*Carmageddon II: Carpcalypse now*), dok profesori na univerzitetima izučavaju poslovanje kompanije *Jugo Amerika* da bi pokazali studentima kako se *ne* vodi posao.

Ukratko, *jugo* je postao ikona. „Ljudi su ismevali *edsel*”, napisao je jedan autor, „400 miliona dolara *tešku* grešku kompanije *Ford*... [ali] *edsel* je barem radio kako treba... S druge strane, *jugo* je predstavljao zastrašujuć prizor na pun stomak i sasvim bezvredan mali automobil za koji su izrazi ’lošeg kvaliteta’ i ’sklepan’ pravi komplimenti. Ovaj automobil manje je pouzdan od... finansijskog izveštaja kompanije *Halibarton*...* i najverovatnije će večno nositi neslavnu titulu najgoreg automobila svih vremena na američkom tržištu”.⁶ Zbilja teške reči. Ali, šta mi zapravo znamo o *jugu*? Ko ga je uvezio? Ko ga je proizvedio? I zašto? Zar nije logično pomisliti da taj jadni, kulturni automobil ima svoju priču? Većina Amerikanaca, međutim, zapravo zna samo viceve o *jugu*: – Kako da *jugo* ide brže? Šlepujte ga. – Kako da udvostručite vrednost *juga*? Napunite rezervoar. – Šta obavezno dobijaju kupci *juga*? Red vožnje gradskog prevoza.

Ali Amerikanci ne znaju da je *jugo* najbrže prodavan evropski proizvod svih vremena u prvoj godini prodaje u SAD. Niti da su se tada redovi za kupovinu *juga* u nekim auto-kućama protezali na desetine metara. Niti da su auto-kuće jednom prodale 1.050 *juga* za jedan dan. Ni da je kompanija

* Američka naftna kompanija koja je učestvovala u više kontroverznih poslova za vreme rata u Iraku 2003. *Prim. prev.*