

1.01
Prejeto 6. 7. 2000

UDK 339.9(520)"193"

Žarko Lazarevič*

"Riževi standard proti mesnemu standardu"
(Elementi stereotipa o japonskem gospodarstvu pri Slovencih
pred drugo svetovno vojno)

IZVLEČEK

Stereotipna podoba japonskega gospodarstva pred drugo svetovno vojno ni bila plod lastne izkušnje, temveč je bila povzeta iz zahodnoevropskega tiska. To je razumljivo, saj je bila trgovinska menjava med Japonsko in Jugoslavijo zelo skromna. Kot elementi stereotipa o japonskem gospodarstvu so nastopali socialni in valutni "dumping", patriarhalni sistem, boljša organiziranost in učinkovitost japonskega gospodarstva ter nelojalna konkurenca.

Ključne besede: gospodarstvo, Japonska, tisk, Kraljevina Jugoslavija, stereotip

ABSTRACT

THE RICE STANDARD VERSUS THE MEAT STANDARD
*(The elements of the Slovene stereotype of the Japanese economy
before the Second World War)*

The stereotype image of the Japanese economy created by the Slovenian press before the Second World War was not based on its own experience, but was assumed from the western European press. This is understandable, given the very small trade exchange between the two countries at the time. This stereotype included elements, such as social and foreign-exchange dumping, a patriarchal system, a better organised and more efficient economy, and unfair competition.

Key words: economy, Japan, press, Kingdom of Yugoslavia, stereotype

* Dr., višji znanstveni sodelavec, Inštitut za novejšo zgodovino, SI-1000, Ljubljana, Kongresni trg 1.

V času po prvi svetovni vojni je na evropska in ameriška tržišča v vedno večji meri začelo prodirati japonsko blago, ki je pri odjemalcih zaradi različnih vzrokov že zaznavno izpodrivalo izdelke domače industrije.¹ Problem je s stališča evropskih in ameriških proizvajalcev postal pereč med veliko gospodarsko krizo, ko je kupna moč prebivalstva silno upadla, s tem pa tudi povpraševanje. Tej upadajoči kupni moči pa so Japonci znali streči. Tovrstni tok dogodkov je za večino, za posvečene pa nikakor ne, predstavljal precejšnje presenečenje. Duha te presenečenosti nam ponazarja naslednja izjava: "*Če bi pred (prvo) svetovno vojno kdo rekel, da bodo Japonci na lastnih ladjah vozili v Indijo, Egipt i. dr. in celo v Evropo japonsko blago in ga tu z uspehom prodajali, vsak bi se mu smejal. Danes se pa Evroplji nič več ne smejejo, temveč se za ušesi praskajo in se vprašujejo, kako je to mogoče.*"²

Da skrb, ki je prevevala evropske industrialce, vendarle ni bila povsem odveč, so pričali številni zapisi v zahodnoevropskem časopisju o izjemno nizkih cenah japonskega blaga. Tako so Japonci npr. ponujali "*na drobno nogavice po dva dinarja, na debelo devetkosni kavni servis iz visokokakovostnega porcelana po 26 dinarjev itd. V Švici, deželi ur, prodajajo Japonci ure po kilogramih, 120 dinarjev 1 kilogram! V Avstriji dobiš japonski nalivnik z zlatim peresom za 16 dinarjev! V Rimu se prodaja japonska naravna in umetna svila tako poceni, da so pričeli italijanski industrijci temeljite protiodredbe, itd.*"³

Odmevi tega japonskega gospodarskega prodiranja v evropski prostor so zašli, s povzemanjem zapisov, člankov, reportaž iz zahodnoevropskega tiska in s tem podživljanjem tujih izkušenj, tudi v slovenski medijski svet in tako tudi med slovenske bralce. Namen pisca člankov o japonskem gospodarstvu, ki jih bomo v nadaljevanju uporabljali, to je gospodarskega geografa Vinka Šarabona,⁴ nikakor ni bil ustvarjanje kakršne koli stereotipne podobe. Nasprotno, njegove spise odlikuje kritičnost, primerjava evropskih in japonskih argumentov in predvsem izpostavljanje dejstva, da gre v primeru japonskega gospodarstva za drug "svet", z drugačnimi vrednotami in drugačnim videnjem sveta, ki je imelo posledice tudi v gospodarskem življenju. Navkljub temu pa iz drugih virov, npr. iz Trgovsko-gospodarskega leksikona⁵ lahko kot značilnosti japonskega gospodarstva, zlasti njegove konkurenčne sposobnosti, zasledimo povsem enake elemente podobe japonskega gospodarstva, ki jih je Šarabon predstavljal z uravnoteženim pristopom.

Šarabonovi članki zaradi analitično-pojasnjevalne zasnove niso mogli bistveno pripomoči k ustvarjanju klišejske podobe o japonskem gospodarstvu. Te članke bomo izrabili zato, da iz njih izluščimo posamezne sestavne dele stereotipne podobe japonskega gospodarstva, ki se je uveljavljala tudi med Slovenci. Uveljavljala pa se je na podlagi tujega videnja o japonskem gospodarstvu, o njegovi ekspanziji

¹ Več o položaju japonskega gospodarstva in širše svetovnih gospodarskih razmerah v tridesetih letih glej Charles P. Kindleberger: *Die Weltwirtschaftskrise: Geschichte der Weltwirtschaft im 20. Jahrhundert*, Band 4. Herausgegeben von Wolfram Fischer. DTV - Wissenschaftliche Reihe, 1973.

² Trgovski tovariš, 1934, št. 1-2, str. 25.

³ Trgovski tovariš, 1934, št. 6-7, str. 123.

⁴ Vinko Šarabon, *Prodiranje Japonske*. Trgovski tovariš, 1934, št. 1-2, str. 25-30; isti: *Prodiranje Japonske (nadaljevanje)*, Trgovski tovariš, 1934, št. 3-4, str. 53-56; isti: *Prodiranje Japonske (konec)*, Trgovski tovariš, 1934, št. 6-7, str. 122-123; isti: *Še nekaj o gospodarski ofenzivi Japonske*, Trgovski tovariš 1934, št. 8, str. 149-152.

⁵ Dr. Nemo: *Trgovsko-gospodarski leksikon*. 1. del. Ljubljana, Umetniška propaganda, 1935, str. 492-493.

in pretečih nevarnostih za evropsko industrijo, in s tem tudi za slovensko. Kot dodatno pretečo nevarnost pa so v svetu, ki se je navkljub medsebojni oddaljenosti - z razvojem prometnih sredstev in kapitalskih tokov, to je z vzpostavljanjem prometne in finančne logistike - počasi zblíževal in z negotovimi koraki stopal po poti globalizacije, k Japoncem prištevali še druge azijske etnične skupine - Kitajce, Indijce, Malajce. V perspektivi so jih zaradi napredujoče industrializacije videli kot bodoče neljube tekmece. Od tod svareči vzkliki "*rumena trgovina grozi*", od tod tudi izrek "*riževi standard proti mesnemu standardu*", ki je v času pred drugo svetovno vojno na simbolični ravni opredeljeval gospodarski boj dveh kulturnih krogov,⁶ dveh filozofij gospodarskega razvoja in različnih poudarkov v njem. Pri vsem skupaj je zanimivo dejstvo, da je pred drugo svetovno vojno vzpostavljeni silno posplošujoč stereotip o japonskem gospodarstvu, v skladu z zakonitostjo življenja tovrstnih predstav in v pravem izvornem grškem pomenu, bil prisoten med Slovenci tudi v kasnejših obdobjih, nenazadnje pa živi med nami tudi v današnjih dneh.

Da Slovenci, razen posameznikov, niso mogli sami občutiti "japonske nevarnosti", nam priča tudi obseg trgovinske menjave z Japonsko, kajti gospodarskega sodelovanja med slovenskim in japonskim gospodarstvom v času pred drugo svetovno vojno praktično ni bilo. Pa tudi Jugoslavija, v okvir katere je sodila Slovenija, je imela zanemarljivo trgovinsko menjavo z Japonsko, navkljub trgovinskemu sporazumu, ki je bil sklenjen 16. novembra 1923 in je stopil v veljavo po obojestranskih ratifikacijah poldrugo leto kasneje, se pravi aprila 1925. Sporazum je bil sklenjen za nedoločen čas, pri čemer je bil določen polletni odpovedni rok.⁷ Kljub sistemski meddržavni ureditvi trgovinskih odnosov pa na izvozni strani v zbirnih jugoslovanskih statistikah japonskih odjemalcev ne najdemo. Japonska je bila verjetno uvrščena v rubriko druge dežele, ki so v skupnem jugoslovanskem izvozu dosegale malenkostni delež - v letu 1935 le 3,34%.⁸ Zaradi tega dejstva ne smemo sklepati, da jugoslovansko gospodarstvo ni prav nič izvažalo na Japonsko. Kakšna malenkost bi se zagotovo našla, sodelovanje je obstajalo vsaj na neki zelo nizki ravni, vendar ga statistika ni prikazovala oziroma zaznala, ker je potekalo prek drugih dežel, prek posrednikov. Če pri izvozni strani trgovinske bilance ne najdemo potrditve jugoslovanskega izvoza na Japonsko, pa nam uvozna plat priča o obstoječem in naraščajočem obsegu menjave. Pri tem je zanimivo, da je japonski izvoz v Jugoslavijo v prvi polovici tridesetih let, se pravi med veliko gospodarsko krizo, imel stalno tendenco naraščanja. Japonski delež v jugoslovanskem uvozu je bil sicer v skupni vsoti majhen, vendar je primerjavi z drugimi jugoslovanskimi partnerji iz leta v leto skokovito naraščal, o čemer pričata spodnja diagrama, s kombinacijo podatkov pa tudi njima sledeča preglednica.

⁶ Trgovski tovariš, 1934, št. 3-4, str. 55.

⁷ Die Wirtschaft Jugoslaviens. Veröffentlichung des Instituts zur Förderung des Aussenhandels in Beograd, 1937, str. 86.

⁸ Nav. d., str. 79.

Diagram 1: *Gibanje japonskega deleža (%) v skupni vsoti jugoslovanskega uvoza v letih 1930-1935*⁹

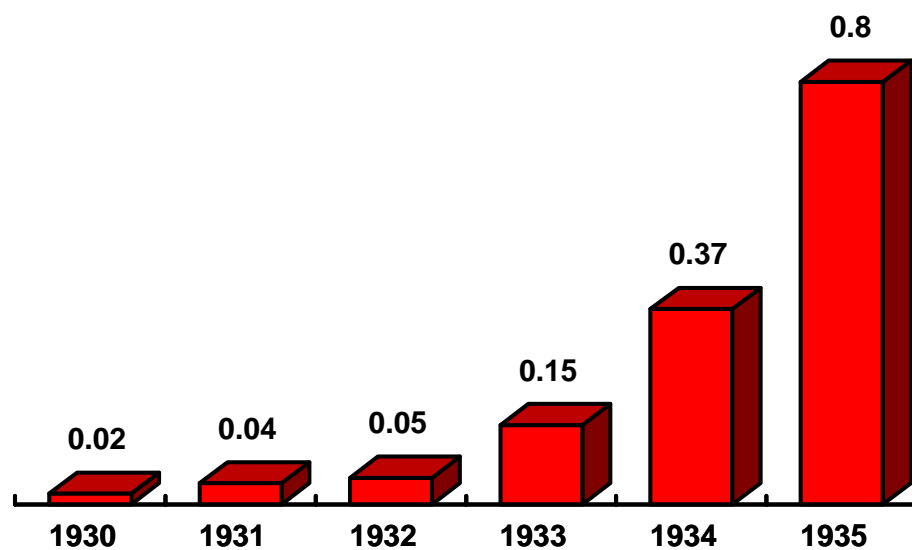
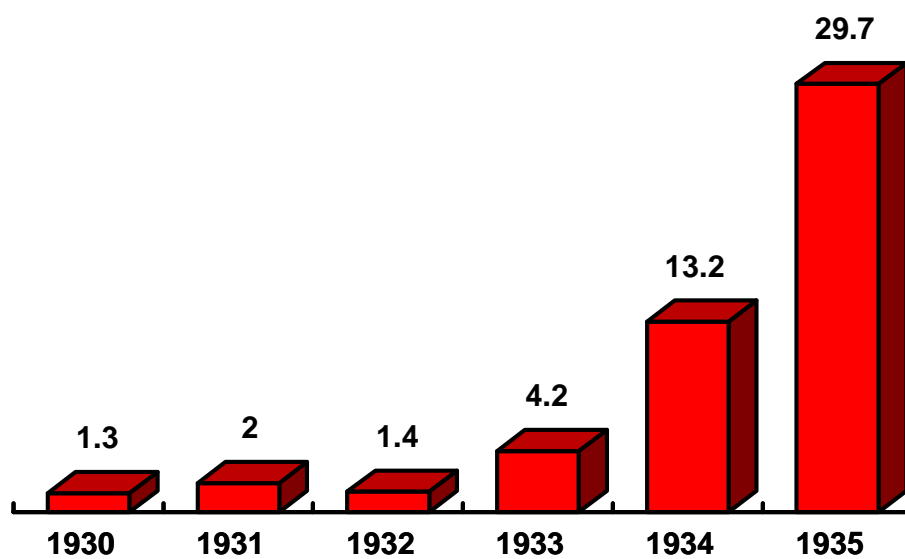


Diagram 2: *Gibanje japonskega izvoza v Jugoslavijo v tisočih dinarjev v letih 1930-1935.*¹⁰



⁹ Nav. d., str. 80.

¹⁰ Prav tam.

Preglednica 1: Verižni indeks deleža in vsote japonskega izvoza v Jugoslavijo v letih 1930-1935¹¹

Verižni indeks gibanja japonskega deleža v jugoslovanskem uvozu					
	1931	1932	1933	1934	1935
+ 25		x			
+ 50					
+ 75					
+ 100	x				
+ 125					x
+ 150				x	
+ 175					
+ 200			x		
+ 215				x	
+ 200			x		
+ 125					x
+ 100					
+ 50	x				
— 30		x			
	1931	1932	1933	1934	1935
Verižni indeks gibanja vrednosti japonskega izvoza v Jugoslavijo					

Diagrama in preglednica kažeta, da je japonski delež v jugoslovanskem uvozu nenehno naraščal. Od malenkostne, praktično zanemarljive menjave, v letu 1930 tako pri deležu kot po vsoti se je sredi tridesetih let japonski delež že približal odstotku skupnega obsega jugoslovanskega uvoza. To je bilo resda malo, tako za Japonsko kot tudi za Jugoslavijo, vendar pa ob upoštevanju izhodišča predstavlja izjemno rast. Gibanje japonskega izvoza v Jugoslavijo v prvi polovici tridesetih let nam priča o tem, da evropski gospodarski tokovi in značilnosti niso zaobšli Jugoslavije tudi v tem oziru. Ko opazujemo stopnje rasti japonskega izvoza v Jugoslavijo vidimo da ni naraščal enakomerno, k čemur so pripomogli različni dejavniki, najpogosteje strukturni premiki v jugoslovanskem uvozu, ki so se spreminjali iz leta v leto. Japonski izvoz v Jugoslavijo je pričel naglo naraščati z letom 1933, do leta 1935 se je na letni ravni v povprečju povečeval za 158%.

¹¹ Prav tam.

Pri opazovanju vrednosti uvoženih japonskih izdelkov so gibanja za odtенок drugačna. Če pri deležu beležimo nenehno rast, pa pri obsegu vrednosti opazimo v letu 1932 precejšen upad, kar niti ni presenetljivo, saj je bilo to leto najhujše devizne krize v Jugoslaviji, hkrati pa je zaradi tega v tem letu prišlo do upada obsega in s tem tudi vrednosti jugoslovanskega uvoza, saj je upadel tudi izvoz. Po tem letu so jugoslovanski uvozniki iz leta v leto čedalje več kupovali pri Japoncih. Stopnje rasti so tudi v tem primeru izjemno velike, nekoliko celo presegajo rast gibanja deleža, na povprečni ravni so prinesle letne prirastke v višini 180%. Leto 1935 je očitno predstavljalo višek, kajti že v letu 1936 je prišlo do upada japonskega deleža v skupni vsoti jugoslovanskega uvoza. Padec navkljub povečanju obsega vrednosti jugoslovanskega uvoza ni bil samo relativen, znižal se je za več kot tretjino, temveč tudi stvaren, kajti vrednost uvoženega japonskega blaga se je znižala za približno petino.¹² Vsekakor bi bilo zanimivo poznati tudi strukturo japonskega blaga, ki je prispelo v državo, vendar nam zbirni podatki to plat zamolčujejo. Prav nič pa ne bomo zgrešili, če zapišemo, da so tudi jugoslovanski uvozniki sledili evropskim in domačim potrošnikom ponujali predvsem japonsko blago za široko porabo, ki ga je ob zadovoljivi kakovosti odlikovala zlasti nizka cena.

Če se sedaj povrnemo k stereotipu o značilnostih japonskega gospodarstva, ki je bil na osnovi statističnih podatkov o trgovinskih odnosih več kot očitno vnašan v slovenski prostor, brez stvarno utemeljene izkušnje, lahko kot sestavne dele te predstave izpostavimo nekaj združujočih in opredeljujočih elementov ter njihovih utemeljitev.

1. Socialni "dumping"

Pod tem so razumeli delovne pogoje v japonski industriji, ki so se bistveno razlikovali od evropskih ali ameriških zgledov. Značilnost je bila nizka cena delovne sile. V primerjavi z evropskimi državami naj bi plače na Japonskem krepko zaostajale. V tekstilni industriji, kjer je bila Japonska izjemno konkurenčna, naj bi bile tedenske mezde na Japonskem npr. celo za štirikrat nižje. Vendar je bil to relativen zaostanek, dejanski razkorak je bil večji, kajti japonski delavci so v enem tednu delali 60 ur, evropski pa 48. A tudi to razmerje je treba še naprej relativizirati, saj je bila struktura delovne sile na Japonskem drugačna kot v evropskih deželah. V industriji je namreč prevladovala ženska delovna sila, med industrijskim delavstvom je bilo kar 60% žensk. Zelo je izstopala tekstilna industrija, kjer je bilo med zaposlenimi celo 80% žensk, ki so bile povrh vsega še zelo mlade, kar petina ni imela niti 16 let. Hkrati pa so imele krepko nižje plače kot njihovi moški rojaki, dosegle naj bi le tretjino njihove povprečne ravni. Podobno, a z nekoliko drugačnimi razmerji, naj bi bilo tudi v drugih panogah. Odveč je tudi opozorilo, da japonska delovna sila ni bila sindikalno organizirana, niti se ni potegovala za višje mezde.

¹² Prav tam.

Šarabon se ob navajanju teh podatkov ni spuščal v kategorično obsojanje, temveč je ob ugotovitvi razmer, stanje skušal razumsko tolmačiti. Ni pristajal na

vnaprejšnje sodbe. Razloge je iskal v drugačnem miselnem svetu, v drugačnih življenjskih praksah, čeprav se je zavedal, da imajo japonski delavci dejansko nižji življenjski nivo kot evropski. Odgovor je našel v posplošujočem dejstvu, da so Japonci že po naravi preprosti in skromni, zmerni in z malim zadovoljni.¹³ V okvir socialnega "dumpinga" so uvrščali tudi neizoblikovan socialno varstveni sistem na Japonskem, tamkajšnji delodajalci niso bili obremenjeni s socialnimi dajatvami. To naj bi bila posledica svojevrstnega patriarhalnega sistema, ki je tudi veljal za enega ključnih elementov konkurenčne prednosti japonske industrije.

2. Patriarhalni sistem

Ta patriarhalni sistem, ki so ga Japonci imenovali "*kazoku seido*", je bil neke vrste ideologija. Že na izhodiščni ravni je negiral individualizem, Japonce je združeval v enoten pojem ene samo velike družine, pojem družine pa se je prenašal tudi na nižje enote človeškega udejstvovanja, tudi v podjetja. V tako zastavljenem ideološkem okolju pa delodajalec in delojemalec nista mogla biti nasprotnika, temveč sta si bila veliko bolj blizu, bila sta neke vrste sodelavca. Vsekakor so bili med njima vzpostavljeni bistveno drugačni odnosi kot v Evropi ali Ameriki.

V takih razmerah so imeli japonski delavci precejšnje koristi. Delodajalec je v okviru svojih možnosti denarno prispeval pri veselih ali žalostnih dogodkih v delavčevi družini, v sorazmerno visokih odpravninah pri morebitni odpustitvi z dela, kar naj bi se sicer zelo redko dogajalo. Poleg tega so japonski delavci dobivali tudi obilna naturalna plačila, npr. stanovanje, obleko, hrano in podobno. Povsem v nasprotju z zahodnjaško miselnostjo so bili delavci deležni tudi posebnih nagrad v sorazmerju z dobičkom podjetja. Vse to je pripomoglo, da so imeli delodajalci na voljo "*prav uslužno delavstvo*". Zaradi tega in občutka skupne usode delavci tudi niso terjali skrajševanja delovnega časa in izboljšanja delovnih pogojev, niti uvedbe socialno-varstvenega sistema. Neredki so bili primeri, da so celo delavci sami v podjetjih, ki so zašla v težave, predlagali znižanje mezd in brezplačno nadurno delo, da bi podjetju pomagali na zeleno vejo. Pobude za izboljšanje delovnih pogojev naj bi prihajale izključno iz ozkih krogov intelektualcev ali pa od vlade same, med delavci naj ne bi imele večjega odmeva. Šarabon je ob tem pripomnil, da se razmere vendarle spreminjajo in da se ta idealizirana podoba solidarnosti med delavci in delodajalci vendarle podira, v kar so ga prepričevali naraščajoči socialni konflikti.¹⁴

3. Valutni "dumping"

Med bistvene elemente japonske gospodarske prodornosti in uspešnega osvajanja tujih trgov so prištevali tudi siceršnjo podcenjenost nacionalne valute. Vse skupaj pa je bilo podkrepljeno še z uradnim devalvacijskim drsenjem jena

¹³ Trgovski tovariš, 1934, št. 1-2, str. 28-29.

¹⁴ Trgovski tovariš, 1934, št. 3-4, str. 53-54.

navzdol v primerjavi z drugimi valutami na začetku tridesetih let, ko je jen izgubil kar 60% predhodne vrednosti.¹⁵ Tako je razvrednoten jen v kombinaciji z elementi socialnega "dumpinga" in odsotnostjo socialnih dajatev, omogočal japonskim podjetnikom proizvodnjo s primerjalno nižjimi stroški, kot so jih imeli tekmeči v drugih deželah, kamor so Japonci v velikih količinah izvažali blago za široko porabo po za tedanje čase silno nizkih cenah.

4. Organiziranost in učinkovitost

Japoncem so tudi pripisovali veliko spretnost in iznajdljivost, kar je imelo za posledico poleg učinkovite proizvodnje še sistematično in usklajeno delovanje vladnih in podjetniških struktur, resda bolj na zunanjih kot na notranjem trgu. Ker so Japonci želeli biti trajno prisotni na tujih trgih, enkratne prodaje jih prvenstveno niso zanimale, so sistematično obdelovali tuja tržišča. V posamezne dežele so pošiljali številne delegacije in komisije, ki niso potovale le na vljudnostne obiske, temveč so zbirale tudi relevantne ekonomske podatke. V postopku analize so ti kazalci razkrivali potrebe in zmožnosti konkretnih trgov. Na osnovi teh spoznanj so nato prilagajali asortiman izdelkov in cenovno ponudbo.¹⁶

Vse to je bilo podprto z vladno kratkoročno in dolgoročno sistemsko in tekočo gospodarsko politiko, ki je imela prvenstveni cilj pospeševati zunanjo trgovino. Vlada je tako izdatno subvencionirala ladijske prevoznike, da bi izničila geografsko oddaljenost Japonske od evropskih in ameriških tržišč. Ravno tako pa je vlada najemala v tujini posojila, da bi okrepila domači podjetniški sektor in njegovo izvozno naravnost. Kot slabost japonskega izvoznega gospodarstva so poudarjali še nezadostno sposobnost kreditiranja kupcev in nekoliko slabšo kvaliteto izdelkov,¹⁷ vendar pa so zaradi hitrih sprememb na Japonskem že slutili, da bo Tokio v kratkem postal pomembno finančno središče. Japonska naj bi se sorazmerno hitro preobrazila iz posojilojemalca v kreditodajalca. O nenehnem kakovostnem napredku japonskih izdelkov pa ni nihče več dvomil.¹⁸

5. Nelojalna konkurenca

Japonski industriji so v tedanjem času zamerili tudi metode osvajanja tujih trgov in zlasti prijeme pri izrinjanju tekmecev. Neredko so jo obtoževali nelojalne konkurence. Dolžili so jo kraje intelektualne lastnine, predvsem uporabe tujih patentov brez dovoljenja nosilca pravic. Tako naj bi Japonci množično izvažali ponaredke in brez predsodkov uporabljali tuje blagovne znamke, zlasti angleške in nemške. Pri tem naj bi dostikrat namerno pri povzemanju blagovnih znamk uporabljali drobne pravopisne napake in s tem zbujali vtis o pristnosti izdelka. Nadalje naj bi japonski podjetniki zlorabljali tudi oznake porekla blaga. Tako naj bi japonsko blago označevali kot angleško ali nemško. Svoje izdelke naj bi označevali z besedami "*Made in Engdand*" ali pa "*Made in Germeny*" namesto England oziroma

¹⁵ Trgovski tovariš, 1934, št. 1-2, str. 27.

¹⁶ Trgovski tovariš, 1934, št. 8, str. 149.

¹⁷ Trgovski tovariš, 1934, št. 6-7, str. 127.

¹⁸ Trgovski tovariš, 1934, št. 8, str. 149.

Germany. Pogosta navada pri pridobivanju odjemalcev naj bi bilo označevanje izdelkov s kraticami "A.g.a. made in Germany", kar je pomenilo "As good as made in Germany - ravno tako dobro kot napravljen v Nemčiji".¹⁹

Med sredstva nelojalne konkurence so uvrščali tudi japonsko navado obdarovanja gostiteljev ali gostov. Resda so bila to drobna in cenena darila, vendar so bila zelo privlačna in mikavna. Drobne geste pozornosti so Japoncem odprla marsikatera vrata, ki bi jim sicer ostala zaprta. Ob ugotovitvi tega dejstva je Šarabon zapisal: "Ta stoletja stara navada se sedaj japonskemu eksportu imenitno obnese. Kajti prav s temi majhnimi, skorajda nič vrednimi izdelki je mogla prodreti Japonska skozi mejne luknjice zunanje trgovine, pri čemer omrežje carinskih določil njenemu eksportu kaj malo škoduje. Tem majhnim darilnim predmetom je sledilo potem drugo japonsko blago, najprvo vsi izdelki tekstilne industrije, dalje električne svetilke, gumijevi čevlji in drugo gumijevo blago, klobučevina, igrače, svinčniki itd..., in celo pivo."²⁰

Iz sorazmerno redkih zapisov ugotovimo, da je bila podoba japonskega gospodarstva v slovenskem tisku pred drugo svetovno vojno shematična in posplošujoča. Vir spoznavanja japonskega gospodarstva, njegove ekspanzivne moči ter prodornosti na tujih trgih je bil zahodnoevropski tisk. Tako ni presenetljivo, da so tudi elementi stereotipa o japonskem gospodarstvu v slovenskem tisku enaki virom povzemanja. Kot sestavni deli teh posplošujočih predstav so nastopale naslednje kategorije: socialni in valutni "dumping", patriarhalni sistem, ki je nadomeščal socialno-varstveno zakonodajo, boljšo organiziranost in učinkovitost japonskega gospodarstva, tako na podjetniški kot državni ravni, ter nemalokrat tudi nelojalna konkurenca. Tako videnje japonskega gospodarstva pa ni bilo plod lastne izkušnje, temveč se je opiralo na tuje doživljanje. Drugače tudi ni moglo biti, saj je bila raven stikov med jugoslovanskim, v tem okviru tudi slovenskim, in japonskim gospodarstvom minimalna. Japonska je v jugoslovanskih statistikah nastopala le na uvozni strani. A obseg menjave je bil majhen, skromen, komajda opazen. V najboljših letih, kljub naraščanju, ni dosegal niti odstotka jugoslovanskega uvoza.

¹⁹ Trgovski tovariš, 1934, št. 6-7, str. 127; št. 8, str. 150.

²⁰ Trgovski tovariš, 1934, št. 1-2, str. 25.

Žarko Lazarević

THE RICE STANDARD VERSUS THE MEAT STANDARD

(The elements of the Slovene stereotype of the Japanese economy before the Second World War)

S u m m a r y

Before the Second World War, the image of the Japanese economy in the Slovenian press was very schematic and generalised, as the relatively scarce written material suggests. The Slovenian press became acquainted with the Japanese economy and its expansionist tendencies and penetrative force on foreign markets through the western European press. It is, therefore, no surprise that the elements of the stereotype of the Japanese economy created by the Slovenian press were identical to those quoted by its source. This generalisation included the following categories: Japanese social and foreign-exchange dumping, the patriarchal system as a substitute for social welfare legislation, a better organisation and greater efficiency of the Japanese economy in both the private and public sectors, and, not infrequently, unfair competition.

This concept of the Japanese economy did not emerge from a direct interchange but was based on the foreign experience. It could not have been otherwise, given the bare economic contact between Japan and Slovenia, within the framework of Yugoslavia. Japan, in fact, only featured as exporter in the Yugoslav economic statistics. The volume of trade exchange between the two countries was insignificant and hardly noticeable. Even in the best years and despite growth, it never reached one percent of the total Yugoslav import.