

U odnosu na vrijeme (2010) kada ste objavili knjigu "Nacija zaduženih: od komunističkog pakla do potrošačkog kapitalizma", pa do danas, što se promijenilo? Je li novi konzumerizam, o kojem ste pisali, sada već stari konzumerizam, odnosno koliko je taj fenomen potrošačkog društva još više eskalirao posljednjih sedam-osam godina, u posve globaliziranom i umreženom svijetu?

- Promjene koje su se dogodile nisu suštinskog karaktera u smislu da bi se moglo konstatirati da je ponašanje potrošača radikalno drugačije ili da se samo oblike potrošačkog društva značajnije promijenilo. Sve ono što omogućuje da se o hrvatskom društvu govori kao o potrošačkom društvu i dalje je prisutno. Trgovački centri i dalje su puni, banke i dalje nude potrošačke kredite, kartice i druga sredstva za zaduživanje, marketinška industrija aktivnija je nego ikad. A tu su i sami potrošači koji su prema podacima koji se objavljuju i dalje spremi trošiti. Dakle, glavne poluge koje omogućuju da se hrvatsko društvo opiše kao potrošačko i dalje su aktivne. Promjene koje su se u zadnjih desetak godina dogodile na području potrošnje ili su tehnološke prirode, ili se odnose na određene modifikacije u ponašanju potrošača. Samim razvojem tehnologije omogućeno je još lakše kupovanje i trošenje, prije svega zbog inovacija u načinima plaćanja te zbog razvoja kuponje posredstvom Interneta. A što se tiče promjene u ponašanju potrošača, neki podaci upućuju da su hrvatski potrošači, nakon iskustva zadnje ekonomske krize, ipak nešto oprezniji. Drugim riječima, vjerojatno smo postali "potrošački pismeniji". Možda su građani u većini ipak svjesniji svih stupica koje stoje iza nekontroliranog potrošačkog ponašanja. No, to ne znači da su i oduštalali od potrošnje.

PRIVREMENO UTOČIŠTE

▼ Ako smo, kako ste konstatirali u knjizi, nacija zaduženih, kako objasniti da u prosincu obaramo rekorde potrošnje? Trošimo li više nego što imamo, pojednostavljeno kazano? I ko zapravo troši, koja to "kritična masa" građanstva ima novca za "utapanje" u blagdanskoj potrošačkoj groznici svake, pa i ove godine?

- Zaduzenost građana je stanje inherentno svakom potrošačkom društvu, a to su manje-više sva suvremena kapitalistička društva. Suštinsko pitanje je mogu li građani taj dug servisirati. Potrošnja koja se financira zaduživanjem, tj. posudivanjem novca iz budućnosti, krucijalan je mehanizam reprodukcije konzumerizma. Bez kreditnih kartica, bez debitnih kartica, bez potrošačkih kredita, shopping centri bi bili više prazni nego puni. Bez potrošnje novca za kojeg računate da ćete ga zaraditi u budućnosti, za kojeg računate da će ubrzo "sjesti" na vaš račun, lanac kojeg čine karlike masovne proizvodnje i masovne po-



HINALANA SILVAR DOMINIC

IVAN BURILIĆ

DR. SC. IVAN BURILIĆ, SOCIOLOG S HRVATSKIH STUDIJA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

Potrošnja je u funkciji proizvodnje i bez nje nema ekonomskog rasta

trošnje napuknuo bi. Potrošnja na dug važan je kotač logike ekonomskog sustava u vremenu i u društvu u kojem živimo. Izvan toga ne treba promatrati ni ponašanje hrvatskih potrošača. Oni su jednostavno dio jedne globalne ekonomike i kulturne matrice. Prema tome, hrvatski građani, kao i većina drugih potrošača diljem svijeta, uglavnom troše više nego što imaju. Normalno, pritom nisu svi društveni slojevi jednako uključeni u tu igru,

ni se svi jednako ponašaju. Ljudi koji žive na granici siromaštva, umirovljenici s niskim mirovinama, radnici u privrednim granama s niskim osobnim dohodcima u ovom procesu ne participiraju, ili participiraju s manjim intenzitetom. Kao i svagdje u svijetu dominantni društveni sloj u igri potrošnje i u Hrvatskoj je srednja klasa. Budući da ekonomisti predviđaju da će ove godine potrošnja u prosincu biti na rekordnoj razini, očito je da su zadnjih ne-

koliko godina u kojima je ekonomija rasla ostavile traga na njenom potrošačkom potencijalu. Tome treba dodati i niz drugih ekonomskih fenomena koji su očito utjecali na jačanje potrošačke snage hrvatskih građana kao što je rast osobnih dohodaka, određena porezna rasterećenja, kao i novčane doznake iz inozemstva od strane osoba koje su iselile iz Hrvatske. Dakle, novca je nešto više, ekonomska situacija je bolja, porast indeksa pouzdanja po-

trošača kojeg računa HNB ukazuje da ljudi sigurnijom držu svoju naporednu ekonomsku budućnost. Sinteza svega toga je da smo u okolnostima u kojima se potrošnja aktivno promiče spremniji lakše uči u dužnički odnos - peglati kartice ili koristiti potrošačke kredite.

▼ U vezi s novcem - Hrvati na štednji u bankama drže milijarde kuna, kako to objasnjavate, koji su to i čiji "mrtvi kapital"? I kako ih staviti u funkciju, da se tako izrazim?

- To samo govori da je novca nešto više, pri čemu uvijek treba imati na umu da porast štednje nije nužno društveno ravnomjeran. U tom procesu određeni društveni slojevi mogu biti neproporcionalno zastupljeni. Drugim riječima, porast štednje nije indikator da su Hrvati masovno bogati, da im je naglo narastao životni standard, ili da većina stanovništva ima višak novca s kojim ne zna što učiniti. Vjerojatno je porast generiran rastom društvenog standarda najboljestojećih društvenih slojeva. Vjerojatno su već spomenuti srednji slojevi, kao i viši društveni slojevi najvećim dijelom vlasnici tog kapitala. Pritom ne treba izostaviti ni mogućnost porasta štednje malih iznosa kod ljudi koji su u zadnjih godinu ili dvije uspjeli popraviti svoj financijski iznos. Zbog čega se novac drži u banci? Bilo bi zanimljivo ispitati investicijske preferencije hrvatskih građana. Možda bi se tada došlo do preciznijih odgovora, no može se pretpostaviti da u pozadini toga stoje dva razloga. Prvi razlog mogli bismo nazvati "privremenim utočištem". Vjerojatno dio ljudi novac drži na štednji, jer ga u neko dogledno vrijeme ima namjeru mobilizirati, npr. kupiti nekretninu, pa dok se to ne ostvari novac stoji u banci. Drugi vjerojatni razlog je moguće nepovjerenje u hrvatsko tržište kapitala, tj. u sigurnost investiranja novca u dionice ili investicijske fondove. Kako staviti taj kapital u funkciju? On će se intenzivnije staviti u funkciju kada veći broj ljudi prepoznata prilike za investiranje, kada prepoznaju mogućnost da iskoriste svoje talente i ideje u nekom poduzetničkom pothvatu. U tom procesu važna je i uloga države koja mora raditi na stvaranju povoljnog institucionalnog okvira za takvo što. Naime, Hrvatska je zemlja s niskom razinom poduzetničkih aktivnosti. Kod nas se dugo vremena u poduzetništvo ulazilo zbog nužde, a ne zbog prepoznatih prilika. Dakle, ako se poboljša toliko često spominjana poduzetnička klima, tada će se veći dio akumuliranog novca aktivnije ulagati u poduzetničke aktivnosti.

BOŽIČNI SPEKTAKL

▼ Kad se radi o blagdanima, kako objasniti napadni konzumerizam suvremenog Božića? Drugim riječima, dojam da smo više siromašni duhom nego financijski.

- Adventsko vrijeme pretvoreno je u vrijeme ekstremnog potrošačkog ponašanja. Svi akteri koji daju dinamiku suvremenom konzumerizmu (trgovci, bankari, reklamni stručnjaci), iskoristili su činjenicu što je Božić i tradicionalno bio vrijeme unutar kojeg je osim duhovne komponente bila istaknuta i materijalna. Naime, tradicionalno to je i vrijeme materijalnog darivanja, vrijeme bogate trpeze, vrijeme u kojem se oskudica, ako je prisutna, pokušava nadvladati. To je iskoristeno kako bi se stvorio dugotrajn potrošački spektakl. Božićna priča pritom je samo okvir unutar kojeg se on odvija. Tome svakako idu u prilog i okolnosti suvremenog života koji je sve više obilježen individualizmom, sve manjim značenjem tradicionalnih društvenih veza, sve većom izoliranosti pojedinaca. Takva situacija potiče jačanje tzv. kompenzacijske potrošnje, a to je dominantni tip potrošnje koji je prisutan u adventskoj potrošnji. Naime, najčešće opravdanje za potrošnju u ovim danima je potrošnja na druge. Druge darujemo materijalnim dobrima. Trošimo kako bismo darivali one koje volimo. A često to činimo kako bismo kompenzirali nemogućnost da smo u njihovom životu i osobno više prisutni, nemogućnost da zbog različitih razloga s onima do kojih nam je stalo njegujemo dublje i čvršće veze. Stoga to kompenziramo materijalnim darovima. (D.J.) ■

▼ Također ste pisali kako su banke, kao trgovci novcem, arhitekti potrošačkoga subjektiviteta. Možete li nam to malo šire objasniti?

- Banke su liberalizirale zaduživanje. Omogućile su široku dostupnost financijskih proizvoda i usluga posredovanjem kojih se može uči u dužnički odnos. Ponudile su ih svim segmentima stanovništva, od

studenta i umirovljenika do ekonomski najjačih društvenih slojeva. Na taj način stvorile su subjekte u procesu potrošnje. To znači da su svima omogućile da budu potrošači, da s manjim ili većim intenzitetom sudjeluju u potrošačkim praksama. Bez liberalizacije zaduživanja koja se proširila na sve kategorije stanovništva to ne bi bilo moguće, pa stoga ni potrošnja ne bi imala masovnost koju trenutno ima. Ovo je proces koji je svojstven za manje-više sva potrošačka društva, pa tako i za Hrvatsku.

▼ Može li se zaključiti kako je konzumerizam blagotvoran za svaku, pa i hrvatsku ekonomiju?

- Masovna proizvodnja i masovna potrošnja dvije su strane jedne te iste medalje. Bez masovne potrošnje stali bi pokretne trake, strojevi, industrijski roboti. Bez masovne potrošnje ni masovna proizvodnja ne bi funkcionirala. A suvremena društva prvo su se konstituirala kao društva masovne proizvodnje, a tek onda društva masovne potrošnje. Potrošnja je u funkciji proizvodnje i bez nje nema ekonomskog rasta. Uostalom, to se vidi i u statistici o rastu BDP-a, pri čemu je uvijek rast potrošnje jedan od značajnijih faktora.

O tome kako se konzumerizam manifestira u hrvatskom društvu, koliko je pozitivnog, a koliko negativnog utjecaja u današnjem globaliziranom i umreženom svijetu kojim smo i sami svjedevci izloženi, razgovarali smo s dr. sc. Željkom Pavićem, profesorom na Katedri za sociologiju Filozofskog fakulteta u Osijeku.

INDIVIDUALNO I DRUŠTVENO

▼ Prosinac je mjesec prave šoping-groznice, koja trese i Hrvatsku. Iz HGK najavljuju da ćemo do kraja godine oboriti rekorde potrošnje unatrag desetak godina. Kako to komentirate?

- Hrvatsko je društvo nedvojbeno dio globaliziranog svijeta, a kulturna globalizacija koja uključuje djelomično izjednačavanje životnih stilova i vrijednosti dio je procesa globaliziranja. Često se za širenje konzumerističkog duha okrivljuju mediji i reklama industrija, i u tome ima ponešto istine, no valja reći da je želja za što ugodnijim životom, udobnošću i materijalnim dobrima sastavni dio ljudske vrste. Vrlo je teško na vagu staviti takvu prirodnu ljudsku težnju i, s druge strane, negativne utjecaje koje potrošnja sigurno izaziva, osobito kada su u pitanju njezine ekološke posljedice. Mislim da se kritikom konzumerizma često zapravo nesvjesno impliciraju drugi procesi koji s njime i nisu tako usko povezani. Tako se duhu konzumerizma često pripisuje sebičnost, no tu je riječ o procesu individualiziranja koji bi se događao i da konzumerizam nije prisutan u tolikoj mjeri. Ukratko rečeno, sve što nam se možda ne sviđa u suvremenim društvima možda olako pripisujemo najvidljivijem fenomenu - povećanoj potrošnji - iako se u pozadini nalaze društveni procesi koji se već dugo odvijaju (bar) u zapadnom svijetu, a odnose se na sve veću orijentiranost pojedinca na samoga sebe i vlastite potrebe. Ne znači to, naravno, da čovjeku više nije važna pripadnost društvenim grupama, osobito obitelji, nego da se ta pripadnost često mjeri s pomoću dobrobiti i koristi koje donosi pojedincu. Često se govori i da je potrošnja iracionalna i da čovjeka mogućnost izbora većeg broja materijalnih dobara čini nesretnim, no teško da postoje uvjerljivi empirijski dokazi za takve tvrdnje. Iako je taj odnos prilično složen, životno zadovoljstvo i sreća pozitivno su povezani s materijalnim blagostanjem i na individualnoj i na društvenoj razini analize. Drugim riječima, bogatiji pojedinci unutar jednog društva u prosjeku su sretniji, a u bogatijim društvima u prosjeku žive sretniji ljudi nego u manje bogatim. Naravno, to ne znači da je potrošnja recept za sreću i da se povećanjem bogatstva i potrošnje sreća beskonačno povećava, no svakako u pravilu

ARHIVA GS



ŽELJKO PAVIĆ

DR. SC. ŽELJKO PAVIĆ, IZVANREDNI PROFESOR NA KATEDRI ZA SOCIOLOGIJU, FILOZOFSKI FAKULTET OSIJEK

Teško je odjednom stvoriti kulturu skromnosti i materijalnog odricanja

potrošnja nije ni recept za nesreću, osobito kada govorimo o društvima poput hrvatskog, u kojima potrošnja još nije dosegnula razine koje postoje u najrazvijenijim društvima. To isto tako ne znači da povećana potrošnja nužno znači i sebičnost. Možemo trošiti i na druge ljude, a neka istraživanja pokazuju da smo čak sretniji ako dio svoga dohotka trošimo na takav način.

FAKTORI RASTA

▼ Kad govorimo o suvremenom potrošačkom društvu - kakvo je ono u RH, jesmo li s tim u vezi napredovali ili nazadovali posljednjih 10-15 godina, i koliko smo kao društvo konzumeristički "jaki", da se tako izrazim?

- Gospodarskim rastom, doduše uvelike prekinutim tzv. velikom recesijom koja je u nas trajala duže nego u većini drugih zemalja, po definiciji rastu potrošnja i duh konzumerizma. Dio smo istoga procesa koji postoji u drugim zemljama. Valja reći da često nismo sami sa sobom naisto želimo li veću potrošnju ili ne, pa se istovremeno u javnosti pojavljuju međusobno kontradiktorni diskursi. U blagdansko je doba tako moguće susresti kritiku konzumerističkog blagdansko duha odmah pokraj vijesti o povećanju BDP-a, koji u nas trenutno raste upravo zahvaljujući komponenti potrošnje kućanstava. Ova druga vijest obično je pozitivno intonirana, a zapravo je riječ o trijumfu konzumerizma. Drugim riječima, nemoguće je kritizirati konzumerizam a da posve ne promijenite društvo koje je zapravo sazdano na ideji beskonačnog gospodarskog rasta.

UZALUDNA BORBA

▼ Ni Božić ne prolazi bez konzumerizma, kupujemo što nam treba i što nam ne treba, pri čemu se duh religioznosti, uz časne izuzetke, sve više gubi. Kako to objasniti?

- Povećana blagdanska potrošnja rezultat je vremenaskog poklapanja Božića i dolaska nove godine, specifičnog stanja duha koje vlada u to doba godine koje je velikim dijelom uvjetovano i društvenom funkcijom darivanja kojom se simbolički izražavaju prije svega obiteljski, ali i prijateljski društveni odnosi. Nedvojbeno je da za jedan dio ljudi Božić ima više socijalnu i konzumerističku, a za drugi dio uz te ima i religijsko-duhovnu funkciju. No ne bi rekao da je konzumerizam uzročnik takve pobjede. U pitanju je proces seklarizacije i sekulariziranja koji se i danas ubrzano odvija u europskim zemljama, a rezultat je niza društvenih i kulturnih procesa (racionalizacija, individualizacija i sl.) koji bi sekularizaciju izazivali čak i kada ne bi bilo tako napadnog konzumerizma. I ovdje je riječ o tome da se konzumerizam pripisuje odgovornost za nešto što je mnogo dugo-

ročniji i dublji fenomen od potrošnje kao takve.

▼ Kako se zaštititi od preteranog konzumerizma, kupnje/potrošnje (ovog prosinca obaramo rekorde, blagdanska je potrošnja najveća od 2008.), ima li antikonzumerizam, koji i kakav, uopće šanse protiv konzumerizma?

- Postoje razni antikonzumeristički aktivistički pokreti koji se često i na vrlo maštovite i duhovite načine, preko kulturnih diverzija, ironiziranja i bojkota, nastoje boriti protiv kulture konzumerizma i stvoriti nove društvene vrijednosti. U određenom su smislu i uspješni jer se u zapadnim zemljama može primijetiti jačanje tzv. etičke potrošnje u



Kapitalističko je društvo zasnovano na načelu neograničenog gospodarskog rasta, profita i potrošnje te je njih nemoguće zaustaviti.

Povećana potrošnja nužno ne znači i sebičnost. Možemo trošiti i na druge ljude, a neka istraživanja pokazuju da smo čak sretniji ako dio svoga dohotka trošimo na takav način.

kojoj se pojavljuju potrošački zahtjevi u pogledu etičnosti načina proizvodnje, radničkih prava i prava dobavljača, ekološke prihvatljivosti i sl. No kapitalističko je društvo zasnovano na načelu neograničenog gospodarskog rasta, profita i potrošnje te je njih nemoguće zaustaviti. Više je riječ o tome da se gospodarski rast i potrošnja, a to su iste stvari, učine dugoročno održivima na način da nepovratno ne unište ili ne iscrpe prirodne resurse koji su nam potrebni.

Konzumeristička je kultura nezaustavljiva jer je teško očekivati da ćemo odjednom stvoriti kulturu skromnosti i materijalnog odricanja u gospodarskom i društvenom sustavu koji je zasnovan na drukčijim načelima. Ključno je pitanje može li se konzumerizam odvijati unedogled, a da ne uništi materijalnu podlogu budućnosti ljudske vrste. (D.J.) ■