



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK POLITOLOGIJA

PROBLEMI I IZAZOVI DEMOKRATSKIH DRŽAVA
U DOBA HIPERKAPITALISTIČKOG KONZUMERIZMA

- master rad -

Kandidatkinja
Zineta Đipka
Broj indeksa: 619/II

Mentor
prof. dr. Elvis Fejzić

Sarajevo, juni, 2021. g.

Dipazineta

Problemi i izazovi demokratskih država u doba hiperkapitalističkog konzumerizma

2021



ODSJEK POLITOLOGIJA

PROBLEMI I IZAZOVI DEMOKRATSKIH DRŽAVA U DOBA HIPERKAPITALISTIČKOG KONZUMERIZMA

- master rad -

Kandidatkinja
Zineta Đipa
Broj indeksa: 619/II

Mentor
prof. dr. Elvis Fejzić

Sarajevo, juni, 2021. g.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. TEORIJSKO-METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	3
1.1. Problem istraživanja	3
1.2. Predmet istraživanja	3
1.3. Ciljevi istraživanja	4
1.4. Značaj i vremensko-prostorni okvir istraživanja	4
1.5. Metode istraživanja	4
1.6. Sistem hipoteza	5
2. TEMELJNI POLITIČKI POJMOVI: TEORIJSKO RAZUMIJEVANJE U POLITOLOGIJI	7
2.1. Globalizacija	7
2.2. Država.....	11
2.3. Državna vlast	15
2.4. Konzumerizam	19
2.5. Hiperkapitalizam	22
3. HIPERKAPITALIZAM I DRŽAVNA VLAST.....	26
3.1. Hiperkapitalizam i ekonomski suverenitet države	26
3.2. Hiperkapitalistička proizvodnja: robna trgovina	36
4. KONZUMERIZAM I SAVREMENA POLITIKA	46
4.1. Implikacije konzumerizma kao ideologije i politike potrošnje	46

4.2. Psihološki motivi konzumerizma	54
5. HIPERKAPITALIZAM I NACIJA	63
5.1. Nacionalni identitet i globalizacija	63
5.2. Hibridni identiteti i nacija	72
6. KONZUMERISTIČKI SVJETONAZOR I DEMOKRATIJA	82
6.1. Konzumerizam kao neprijatelj demokratije	82
6.2. Kako staviti konzumerističku politiku pod kontrolu?	90
ZAKLJUČAK	98
LITERATURA.....	104

UVOD

Problemi sa kojima se suočavaju demokratska društva u današnjem savremenom dobu vrlo su zahtjevni i predstavljaju izazove za mnoge demokratske države i njihovo političko upravljanje u doba globalizacije. Država je u velikoj mjeri izgubila kontrolu u kreiranju i donošenju odluka i samog upravljanja državom. Na scenu stupaju mnoge nedržavne i nevladine organizacije koje polako ali sigurno zauzimaju politički prostor i ravnopravno učestvuju u kreiranju i donošenju odluka. Trend snažnog smanjenja državne vlasti u savremenim demokratijama promijenio je dotadašnji tradicionalni sistem upravljanja državom, na scenu stupa privatizovani sistem političkog upravljanja, koji daje mogućnost nepolitičkim akterima, odnosno transnacionalnim korporacijama i drugim predstavnicima krupnog kapitala da podjednako učestvuju u kreiranju i donošenju političkih odluka. Cilj slabljenja države polako ali sigurno odnosi se na smanjivanje socijalnih davanja, slabljenje sindikata, privatizacija preduzeća koja su do skoro bila nedodirljivi za računicu profitabilnosti (npr., telekom operateri, elektroprivreda, rudnici, gradski prevoz...), socijalne usluge (briga za ranjive socijalne kategorije, obrazovanje, zdravstveno i penziono osiguranje), javne ustanove (odgojno/obrazovne ustanove, zdravstvena zaštita, zatvori) dobrim dijelom su privatizovani širom kapitalističkog svijeta, pa i izvan njega. Činjenica je da su danas u savremenom svijetu na sceni rapidne i radikalne promjene. Među najznačajnijim treba svakako spomenuti velike tehnološke promjene, povećanje ekonomске međuzavisnosti, snažan razvoj mas medija, svijet danas po mnogo čemu drugačije funkcioniše u odnosu na prije dvije tri decenije. Po mišljenju mnogih znanstvenika, mi danas živimo u svijetu bez granica.

Taj famozni svijet bez granica najviše je vidljiv kada su u pitanju ekonomski tokovi, gdje je porast stranih ulaganja u samo dvije decenije (1982. do 2002. godine) porastao sa 59 milijardi na 651 milijardu dolara. Globalizacija je ta koja je najviše doprinijela širenju slobodnog tržišta, a svako uplitanje vlada pojedinih država da se miješa u ekonomiju, unaprijed je osuđeno na neuspjeh. Globalne kompanije zauzimaju veoma bitno mjesto u savremenom kapitalizmu. One su se svojim globalnim utjecajem izborile da mogu smjestiti svoju proizvodnju na komercijalno najbolje lokacije, ma gdje na Zemlji ta mjesta bila (uglavnom su to slabije razvijene države sa blažim poreskim politikama i jeftinijom radnom snagom).

Još jedno jako važan izazov sa kojim se susreću demokratska društva u ovom globaliziranom svijetu jeste sve veći porast migracija, odnosno ljudi u pokretu. Oni se kreću prema zemljama koje su demokratski uređenije i od kojih migranti, ma koji god razlog bio njihovih kretanja u nepoznato, očekuju bolji život od onog kakav imaju u svojim matičnim zemljama. U toj potrazi za boljim sutra mnogi migranti stradaju, a oni koji imaju sreće i prežive, nailaze na

prepreke i kršenje osnovnih ljudskih prava, uglavnom od onih koji se zaklinju u demokratiju i demokratske principe. Demokratske zemlje su pokazale svoje drugo lice (slabost, nezainteresovanost i odsustvo empatije), upravo u odnosu prema migrantima i tražiteljima azila. U današnjem modernom svijetu, svijetu bez granica skoro pa su nezamisliva društva koja nisu multinacionalna. Prihvatanje i podsticanje različitosti direktno utiče na bržu i lakšu asimilaciju migranata u novu društvenu zajednicu.

Savremeno društvo je potrošačko društvo, svi mi imamo različite društvene uloge, ali smo istovremeno svi od najranije dobi potrošači. Obilježja potrošačkog društva ne nalazimo samo u potrošnji proizvoda, već i u području usluga te načinu trošenja slobodnoga vremena. Globalizacija je pospješila razvoj konzumerizma, koji je pridonio većoj konkurenciji, kvaliteti i ponudi proizvoda, ali i dehumanizaciji društva. Globalizacija stvara velike i štetne posljedice, jer je zasnovana na ideji planetarne unifikacije i homogenizacije a i zbog toga što eliminiše društvene, političke, ekonomске i kulturne različitosti u svijetu. Svijet bez granica to je ideja vodilja novog kosmopolitizma, kosmopolitizma međunarodnog menadžera kod kojeg je nacionalni osjećaj nestao. Globalni proizvodi, transplanetarna tržišta i transsvjetske komunikacije olakšale su rast svjetskih roba. Na taj način, globalizacija je od konzumerizma, pa možda i neplanski stvorila mnogo veću silu dvadeset i prvog vijeka, nego što bi on inače bio. Ekspanzija gotovih proizvoda i veća organizaciona djelatnost akumulacije stvaraju situaciju koja bi odgovarajuće mogla da bude određena kao hiperkapitalistička. Savrmena globalizacija potpomogla je razvoj i širenje kapitalizma, a zajedničkim snagama i udruženi u napredovanju doprinijeli su pojavi hiperkapitaliza.

1. TEORIJSKO – METODOLOŠKI OKVIR RADA

1.1. Problem istraživanja

Problem istraživanja jeste kritiči analizirati izazove sa kojima se suočavaju demokratske države u doba hiperkapitalističkog konzumerizma, gdje je jasno da se radi o procesu koji je aktivan na globalnom nivou. Jasno je da dominira liberalni koncept društva u kojem je sve podređeno interesima kapitala – profita i političkoj moći. Demokratska društva su zaista izložena ogromnom pritisku, kako da udovolje izbornoj volji građana, a istovremeno ne naruše svoj integritet u doba ubrzane globalizacije. Pored države, kao glavni akter u procesu donošenja političkih odluka pojavljuju se moćne multinacionalne korporacije i međunarodne organizacije. Pored ovoga, problem istraživanja je hiperkapitalistička proizvodnja i potrošnja roba i usluga koje same po sebi i nemaju više neku svrhu i smisao. Šolte konzumerizam objašnjava kao *nagon za potrošnjom*, sve može da postane predmetom prodaje, i sve može da se kupi.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet ovog istraživanja bit će ponašanje demokratskih država u doba hiperkapitalističke proizvodnje/ potrošnje. Masovni trendovi pokazuju da je globalizacija ta koja je pomogla kapitalizmu da se proširi i učvrsti, odnosno da prodre u sve pore društvenog života. Sa sigurnošću možemo ustvrditi da je globalizacija ta koja je doprinijela pojavi hiperkapitalizma. Svjedoci smo da u neoliberalnom ekonomskom modelu vlada darvinističko načelo preživljavanja najjačeg, bez previše obzira za one slabije. Suština liberalizma kao vodeće ideologije Zapada u dvadesetom vijeku bilo je otvoreno društvo, jednake šanse, blagostanje i socijalna prava za sve građane. Savremeni neoliberalizam zaboravio je te izvorne vrijednosti liberalizma, dajući absolutnu prednost ekonomskoj efikasnosti i maksimalizaciji profita. Najpoželjniji cilj individualnog i društvenog ponašanja postalo je gomilanje novca, profita, kapitala i bogatstva. Taj novi sistem vrijednosti prodrio je u sve društvene sfere: u obrazovanje, zdravstvo, kulturu, sport. Neoliberalistička ideologija izražava snažnu sumnju u državu i državne aparate, u njihovu efikasnost, te na mjesto klasične socijalne države i njezinih redistribucijskih politika promoviše privatizacijske prakse i korporativnu državu. U drugm dijelu rada ćemo kritički analizirati i fenomen novog doba *konzumerizam*, koji je nastao kao pokret samoorganiziranja potrošača i društvenih grupa nakon Drugog svjetskog rata u SAD-u radi opće zaštite potrošača. Kasnije se taj pokret razvio i u drugim razvijenim zemljama. Taj pojam tokom vremena mijenja svoje značenje, pa danas konzumerizam znači

zagovaranje visoke potrošnje kao temelja zdrave ekonomije ili kako neki teoretičari znaju reći da je konzumerizam postao pošast novog doba.

1.3. Ciljevi istraživanja

Cilj istraživanja sastoji se u tome da ukaže na postepeno ali sigurno slabljenje tradicionalnog modela političkog upravljanja u kojem je država imala neprikosnovenu ulogu. Primarni akcenat bit će stavljen na odnos državne vlasti suverenih država i glavne učesnike globalne politike koji svojim djelovanjem urušavaju suverenitet državne vlasti. Posebni ciljevi ovog istraživanja odnose se na vrlo sebično ponašanje glavnih aktera globalne politike (MMF, Svjetaka banka i Svjetska trgovinska organizacija), koji pod krinkom nametanja demokratskih režima vlasti, vrše polako ali sigurno porobljavanje slabije razvijenih zemalja i zemalja u razvoju.

1.4. Značaj i vremensko-prostorni okvir istraživanja

Značaj ovog istraživanja je mnogostruk, budući da ćemo pokušati ukazati na pozitivne i negativne posljedice koje sa sobom nosi uvećani kapitalizam. Strategija novog svjetskog poretka je takva da se otvoreno i bez ustručavanja miješa u politički sistem nerazvijenih područja. Historijski gledano iznalaze se mišljenja da sistem neoliberalne kapitalističke proizvodnje i njegova potrošačka etika zamjenjuju radnu etiku. Stoga ovo istraživanje ima naučnu i društvenu opravdanost. Istraživanje će analitički problematizirati praktična iskustva demokratskih država u doba hiperkapitalističkog konzumerizma, a planirano je da traje šest mjeseci.

1.5. Metode istraživanja

U magistarskom radu bit će korišteno više metoda. Takav pristup je odabran zbog reprezentativnosti istraživanja. Ovo istraživanje možemo okarakterisati kao teorijsko tako da ćemo koristiti sljedeće metode: metoda prikupljanja podataka, metoda analize sadržaja, komparativna metoda, metoda deskripcije i istorijska metoda.

Metoda prikupljanja podataka

Metoda prikupljanja podataka je jedna od najbitnijih faza u naučnim istraživanjima. Prikupljanje podataka u današnje vrijeme je mnogo lakše, informacije su dostupnije i do njih se može doći na više načina, za razliku od ranijih godina. Pomoću ove metode može se doći do značajnih podataka, koji su potrebni za istraživanje, s ciljem da dođemo do ispravnih i kvalitetnih zaključaka.

Metoda kritičke analize sadržaja

Svako savremeno istraživanje započinje primjenom ove metode jer se na samom početku pristupa izučavanju naučnog fonda pomoću metode analiza sadržaja. Pomoću ove metode dolazi se do glavnih pravaca u izradi rada, istražen je veliki broj naučnih i stručnih djela i članaka iz ove oblasti.

Komparativna metoda

Pomoću komparativne metode ispituju se zajednička obilježja ili različitosti između dva događaja, pojavama ili objektima. Istiće se ono što je zajedničko ili ono sto je različito. U ovom istraživačkom radu vršićemo komparaciju kako u vremenskom tako i svakom drugom smislu koji se odnosi na predmet istraživanja.

Metoda deskripcije

Opisuje izgled nekog predmeta ili tok događaja. Koristi se u početnoj fazi znanstvenog istraživanja. G. Petrović uvrštava deskripciju u tzv., pomoćne postupke koji djelomično zamjenjuju definiciju- “ u slučajevima kad ne možemo dati tačnu definiciju nekog pojma ili kada umijemo, ali se bojimo da naš sagovornik ne bi mogao tu definiciju shvatiti služimo se raznim pomoćnim postupcima.” Važno je opisati neku pojavu ili predmet i odgovoriti na pitanje “kako?”, ali i objasniti i odgovoriti na pitanje “zašto?” (uzroci opisane pojave).

Istorija metoda

Na temelju raznovrsnih dokumenata i drugog materijala egzaktno možemo saznati ono što se u prošlosti dogodilo. Može odgovoriti na pitanje: kako i zašto, kada i u kojim okolnostima se nešto dogodilo, šta je čemu bio uzrok i kakve su bile posljedice. Nedostatak: često ne raspolaže potpunim materijalom.

1.6. Sistem hipoteza

Generalna hipoteza

- Hiperkapitalistički konzumerizam promijenio je savremenu egzistenciju i političke kompetencije demokratskih država u različitim oblastima.

Pomoćne hipoteze

- Neoliberalni fundamentalizam doveo je do nezasitne želje za stvaranjem dobiti, neobuzdane težnje za što većom potrošnjom, degradacije tradicionalnih vrijednosti solidarnosti, te urušavanja kvalitete obrazovanja, zdravlja i socijalne sigurnosti.
- Fenomen konzumerizma ima atribucije instant filozofije potrošačkog duha.
- Hiperkapitalistički konzumerizam reducira i destruira ekonomski suverenitet država.
- Društveni inženjering u tridesetim godinama prošlog vijeka razvija posebnu granu koja se označava kao konzumentski inženjering, što uzrokuje nastanak korporativnog kapitalizma.
- Hiperkapitalistički konzumerizam destruira izvorne nacionalne identitete.
- Konzumeristička politika predstavlja otvorenu prijetnju demokratskim režimima vlasti.

2. TEMELJNI POLITIČKI POJMOVI: TEORIJSKO RAZUMIJEVANJE U POLITICOLOGIJI

2.1. Globalizacija

Pojam globalizacije intenzivno se počeo koristiti ne baš tako davno, a dostigao je jedan od najčešće citiranih pojmove u današnjem vremenu. Vrtoglav i nepredvidivi rast globalizacije počinje da se dešava sredinom 20. vijeka. Kapitalizam i racionalizam dali su vjetar u leđa globalizaciji: nevjerovatnom brzinom raste broj organizacija različitog profila, posebno velikih kompanija, broj ugovora po raznim osnovama, a s tim i regulativno pravni mehanizmi. Ovdje valja spomenuti razvoj tehnike, tehnologije, komunikacija i drugih aktivnosti, koje su za sobom vukle i veću proizvodnju, potrebu za većim tržištem, više novca u opticaju, proizvodile su sve veće potrebe itd. "Sam pojam *globalizacija* prvi put se pojavljuje u US English Dictionary 1961. godine, a prvi je koristi u svojim radovima Ronald Robertson 1966. i 1968. godine. Naravno, ne smijemo zaboraviti ni McLuhanovo *globalno selo*, pojam koji je počeo da se upotrebljava u '60-im godinama prošlog vijeka. Tek polovinom '80-ih godina prošlog vijeka globalizacija postaje jedan od najcitiranijih pojmove u Social Sciences Citation Indeks." (Milardović, 1999: 9) Jedan od razloga koji se često pominje za naglu ekspanziju globalizacije jeste i pad Berlinskog zida 1989. godine, koji je do tada dijelio jedan grad na dva dijela, dva poretka i dva društvena sistema. Rušenje Berlinskog zida simbolizira velike promjene u historiji svijeta. Kraj Hladnog rata, pojava informacionih tehnologija i interneta, brzina i troškovi transporta, liberalizacija i globalni problemi, migracije itd., sve je to išlo na ruku i u korist globalizaciji. Mnogi naučnici će se zasigurno složiti oko jednoga, a to je da je pojam *globalizacija* zasigurno najcitiraniji pojam u posljednjih dvadesetak godina, što se, slobodno možemo reći, nije nikako očekivalo. Današnji globalizacijski trendovi zahvatili su cijeli svijet i nije moguće u njima ne sudjelovati. Svijet u svim svojim pojavnostima postaje međuzavisani, pa više nije moguće ignorisati novonastale procese. Naša svijest o tome što se događa također je postala globalna i obuhvata događaje u cijelome svijetu.

Definisanje pojma globalizacija vrlo je nezahvalno upravo iz tog razloga što je to pojam koji je najcitiraniji i najčešće korišteni pojam u posljednjih dvadesetak godina. Mnogi stručnjaci se bave analizom i fenomenom same globalizacije, dajući neke svoje definicije, pa zbog toga nemamo ni neku konkretnu definiciju o istoj. Naime, definicija se određuje u zavisnosti od toga šta ima u svom fokusu djelovanja, da li politiku, ekonomiju, kulturu, ekologiju djelovanja koje nadmašuju granice nacionalnih država. Ja ču za potrebe ovoga rada izdvojiti neke od najcitiranijih definicija o globalizaciji.

Globalizacija se dakle može shvatiti kao historijska transformacija gdje se u jednom još neodređenom prostoru moći svjetske unutarnje politike ukida razlika između nacionalnog i internacionalnog, što je bila bitna dimenzija dotadašnjeg načina posmatranja svijeta. U toj razlici, do sada se oblikovala slika svijeta prve moderne, ključni pojmovi o društvu, državi, identitetu, suverenitetu, legitimnosti, vlasti i vladavini. Kao posljedica moderne radikalizacije, nastale u doba globalizacije, pojmovno se mijenja i raniji svijet sa svim njegovim nosivim stubovima, logikom djelovanja poretka nacionalne države i njezinih temeljnih institucija. Radi se u jednoj od najvećih promjena u historiji moći za koju Beck kaže: "Globalizaciju treba definisati kao polaganu postrevolucionarnu epohalnu transformaciju nacionalnog i internacionalnog sistema ravnoteže moći i pravila moći koji dominira u društvu." (Beck, 2004: 86)

Ulrich Beck drži da: "Globalizacija podrazumijeva procese kojih je posljedica ta da transnacionalni akteri, njihove šanse za moć orijentacije, identitet i mreže potkopavaju nacionalne države i njihov suverenitet i međusobno se povezuju." (Beck: 2003: 28)

Po Šolteu pak: "Globalizacija podrazumijeva pokretanje hiljada transsvjetskih kompanija i strateških udruženja, kao i pojave bezbrojnih globalnih proizvoda, kao i golemu ekspanziju transplanetarnog novca i finansijskih tokova, kao i razvitak velikih pomoćnih sektora akumulacije u industrijama informacija, komunikacija i biotehnologije." (Šolte, 2009: 13) Nijedan od ovih razvitaka ne naglašava uzmak kapitalizma, da i ne govorimo o njegovom kraju. Naprotiv, "...trendovi prije pokazuju da savremena globalizacija potpomaže kapitalizam da se proširi više i ušanči bolje nego ikad. Ako išta drugo, globalizacija je doprinijela pojavi hiperkapitalizma." (Šolte, 2009: 160).

Za potrebe ovog rada izdvojila bih još jednu definiciju o globalizaciji koju Steger ističe: "Globalizacija se odnosi na multidimenzionalni skup društvenih procesa koji stvaraju, umnožavaju, proširuju i pojačavaju međuvisnost i razmjenu širom svijeta dok istovremeno kod ljudi njeguje sve veću svijest o sve dubljim vezama između lokalnog i udaljenog." (Steger, M. B. 2005: 13)

Posebno važan informacijski model globalizacije smatra se umreženi digitalizirani svijet. Mnoge zemlje su napredovale zahvaljujući ekonomskoj globalizaciji zemalja. Danas kada govorimo o globalizaciji uglavnom se misli na trgovinu i nesmetan protok roba, kapitala, ljudi i informacija. Otvaranje granica i stvaranje trgovačkih blokova definitivno nije pomoglo svima. Zapadne zemlje uslovile su siromašne da ukinu trgovačke prepreke, a pri tome

zadržavši vlastite i tako spriječavajući zemlje u razvoju da izvoze svoje proizvode, automatski im uskraćujući prihode od izvoza. "Rast transplanetarnih i suprateritorijalnih društvenih odnosa nipošto nije ostavio kapitalizam netaknutim. Iako ukupna struktura kapitalizma može da izgleda zdrava kao nikad, globalizacija je pomogla promjeni načina na koji se akumulacija ostvaruje. S obzirom na povećanje broja proizvoda, globalizacija ne samo da jača stara poprišta akumulacije, kao što su primarna proizvodnja i teška industrija, nego i potpomaže porastu drugih sektora kao što su potrošački kapital, finansijski kapital, komunikacijski kapital i u skorije vrijeme, genetički kapital, atomski kapital i kapital za brigu i zaštitu. Potpomognuta globalizacijom, proizvodnja više nego ikada poprima kapitalističku logiku. S obzirom na organizaciju kapitalizma, globalizacija podstiče povećanu akumulaciju putem offshore centara i transsvjetskih kompanija. Pri tome, rast transplanetarnih prostora ohrabruje dosad neviđen talas korporativnih integracija i bogaćenja, koja za uzvrat suštinski doprinose povećanoj koncentraciji kapitala u tekućoj istoriji. Iako globalizacija ne preobražava osnovnu strukturu proizvodnje - to jest, ne prevode društvo iz kapitalizma u neko postkapitalističko stanje - ekspanzija gotovih proizvoda i veća organizaciona djelatnost akumulacije stvaraju situaciju koja bi odgovarajuće mogla da bude određena kao hiperkapitalistička." (Šolte, 2009: 160) Posmatrajući sva ova kretanja u svijetu možemo bez imalo sumnje da potvrđimo da je globalizacija ideja čije je vrijeme došlo.

I svi, htjeli mi to ili ne, moramo biti spremni da je prihvatimo.

Kada se govori o razvoju globalizacije kakvom je vidimo danas, ne možemo a da ne spomenemo i glavne aktere ili djecu globalizacije, a to su ove tri glavne institucije:

- Međunarodni monetarni fond (MMF)
- Svjetska banka
- Svjetska trgovinska organizacija (WTO).

Ove tri institucije imaju privilegiju u donošenju i nametanju pravila globalne ekonomije koji je podržan zajedničkim razlikama snaga između globalnog Sjevera i Juga.

Mnogi globalizaciju izjednačavaju s amerikanizacijom. Često se to naziva i osvajanje svijeta pod vodstvom SAD-a koji vojnim i ekonomskim pritiscima nastoji osigurati nadzor nad informacijama i svjetskim tržistem. Stoga, globalizacija je često shvaćana kao instrument jačanja SAD-a. Prema tom pristupu, Amerika je najspasobnija država za djelovanje u uslovima globalizacije, što nužno ne mora značiti i negativan proces. U posljednjoj deceniji svjedoci smo da su mnoge zemlje nadahnute američkim političkim i ekonomskim modelima,

pa se tako Amerika nameće kao uzor globalne uspješnosti, te samim time globalizacija usmjerava zemlje prema američkom načinu ponašanja. Autori koji globalizaciju izjednačavaju s amerikanizacijom, smatraju da je svjetska zajednica dobrovoljno odabrala baš Ameriku za uzor. Globalizacija nosi pozitivne i negativne strane i mogućnosti. To je doslovno čini proturječnom, otvorenom i neizvjesnom.

Dok se svijet bez granica tumači kao pravo kapitala da teče u bilo kojem smjeru i bezuvjetno, siromašni ljudi ne mogu tako slobodno prelaziti granice bogatih zemalja. Da bi se spriječio njihov dolazak, grade se zidovi od po nekoliko metara visine, zatim se postavljaju kilometarske ograde od bodljikave žice, i granične straže su tu da se spriječi dolazak nepoželjnih gostiju. Toliko o ljudskim pravima i jednakosti za sve! Mnogi će se složiti u jednome, da globalizacija većini stanovništva donosi korist, a s druge strane ugrožava one koji od nje očekuju da im pruži ruke spasa, a to su najsilomašniji. Mnogi će reći da globalizacija ima više oblika. Stoga je potrebno pronaći onaj oblik koji će donijeti koristi i onima kojima je ona najpotrebnija - najsilomašnjima. "Proces globalizacije postao je najznačajnija prijetnja državi, ili makar nacionalnoj državi. Ako gledamo uopšteno, globalizacija je proces u kome događaji i odluke donijete u jednom dijelu svijeta utiču na ljudе u drugom. Jedan od njenih pojavnih oblika jeste nastanak globalne ekonomije, u kojoj je svakoj zemlji postalo mnogo teže, ako ne i nemoguće, da upravlja međunarodnim kretanjem kapitala." (Hejvud, 2002: 194) Posljedice nemogućnosti kontrole za državu mogu biti dramatične. Ekomska globalizacija se iskazuje u ideji da nijedna nacionalna privreda više nije samostalna i zasebna. Sve su u izvjesnoj mjeri uključene u međuzavisnu globalnu ekonomiju.

Politički aspekti globalizacije leže u „eroziji“ nacionalne države i njezinoj bitnoj transformaciji i preobražaju. "Politička dimenzija globalizacije prepoznatljiva je na osnovu rastućeg i uvećanog značaja međunarodnih i planetarnih političkih, nepolitičkih, državnih i nedržavnih organizacija u savremenoj politici. Najvažnije međunarodne organizacije su nakon sedamdesetih godina dvadesetog vijeka promijenile svoju politiku, odnosno prihvatile su neoliberalne principe. U neoliberalnoj političkoj epohi međunarodne organizacije, međunarodne finansijske institucije i multinacionalne korporacije imaju mogućnost da diskriminiraju i izopćavaju države i nacije, tako što ne žele da investiraju u državama koje još uvijek nisu akceptirale neoliberalnu dogmatiku." (Fejzić, 2016: 30) Ovakvim načinom ponašanja narušava se državni suverenitet koji je posljedica uključivanja međunarodnih organizacija i drugih finansijskih institucija koje svojim uplitanjem ograničavaju dosadašnju moć države.

Kulturološka dimenzija globalizacije je proces putem kojeg robe, informacije i slike producirane u jednom dijelu svijeta, dospijevaju u drugi. "Kulturna globalizacija odnosi se na jačanje i širenje kulturnih tokova širom planete. Kultura je veoma širok koncept; on se često koristi da opiše čitavo ljudsko iskustvo. Mi povezujemo pridjev ekonomski sa proizvodnjom, razmjenom i potrošnjom artikala. Ako raspravljamo o političkom, pod tim podrazumijevamo djelovanje koje je u vezi sa stvaranjem i raspodjelom moći u društвima. Ako pak pričamo o kulturnom, zanimaju nas simbolička gradnja, izražavanje i širenje značenja. Ako imamo u vidu da jezik, muzika i slike čine glavne oblike simboličkog izražavanja, oni poprimaju posebno značenje u sferi kulture." (Steger, 2005: 69) Kada govorimo o kulturi i kulturnom aspektu on podrazumijeva uvođenje zajedničkog svjetskog jezika, a to je engleski jezik. Tako je engleski jezik zahvaljujući kulturnoj dimenziji globalizacije po rasprostranjenosti drugi jezik u svijetu.

2.2. Država

Poznato nam je da su kroz historiju države nastajale na različite načine. Termin država koristi se za označavanje izuzetno velikog broja stvari: skupa institucija, teritorijalne jedinice, filozofske ideje, sredstva vladavine silom, odnosno represije itd.

Država se sastoji od različitih institucija vlasti:

- Birokratije
- Vojske
- Policije
- Sudova
- Sistema socijalne zaštite itd. (Hejvud, 2002: 168,170)

Novija istraživanja koja su dostupna prvenstveno Wolfgangu Mageru (1968) pokazala su da se "...pojam država razvio iz više korijena, a na njega su prije svega upečatljivo djelovala iskustva talijanskih komuna i sinjorija, kao i evropskih monarhija. Država i *societas civilis* počeli su se razvijati odjelito: izgubilo se staro jedinstvo srednjovjekovnog pojma *civitas* sive *civitas civilis* i završilo je striktnim odvajanjem države i društva, governmenta i *civil society*, u 19. vijeku. Kod kasnog Hegela država je određena da služi kao ograda od centrifugalnih tendencija društva." (Klaus V. B.1974: 154,155) Od vremena nastanka prvih modernih država, koje su po pravilu imale oblik absolutnih monarhija, pa do naših dana, država je neprestano mijenjala ne samo svoje funkcije, nego i forme i obličja. Svoj moderni pohod započela je u znaku dvostrukih funkcija: kao ratnička država sa jakim najamničkim vojskama, na jednoj, i kao trgovačka država, sa podrškom trgovini i saobraćaju, na drugoj strani.

“Država (civitas) jeste ujedinjenje mnoštva ljudi pod pravnim zakonima. Utoliko što su oni, kao zakoni a priori, nužni, to jest utoliko što sami od sebe slijede iz pojmove izvanjskog prava uopšte (a nisu statutarni), njezin je oblik oblik države uopšte, to jest države u svojoj ideji, kakva treba da bude prema čistim načelima prava, i koja služi kao smjernica (norma) svakom zbiljskom ujedinjenju u svrhe uspostavljanja zajednice (dakle unutrašnjosti). Svaka država u sebi sadrži tri vlasti, to jest volju univerzalno ujedinjenu u trostrukoj osobi (trias politica): suverenu vlast (suverenost) o osobi zakonodavca, izvršnu vlast u osobi vladaoca (u skladu sa zakonom) i pravosudnu vlast (kao sposobnost da se svakome prizna ono što je po zakonu njegovo).“ (Özer, 1998: 152,152) Država je sa sigurnošću nužan politički korelat promjene razmjera i naravi koja pogda ekonomiju u modernom dobu. U svijetu u kojem se obim djelatnosti i dobara neprestano povećava, i u kojem pojedinačni interesi triumfaju nad svakim zajedničkim ciljem, samo je upravni i hijerarhijski aparat u stanju da održi unutarnju povezanost i jedinstvo društva.

Po Foči: “Države su postale nužan oblik organizacije zajedničkoga života, interesa, običaja i obaveza, kako prema vlastitim pripadnicima, tako i prema drugim plemenima, narodima i državama. Neke države su nastale zahvaljujući tome što su se narodi ujedinjavali. Veliki dio plemena to su učinili iz razloga da bi opstali, napuštajući svoj nomadski život, nastanjujući određene krajeve i teritorije i na njima se razvio do naroda i uspostavio državu. Kada jednom država nastane, ona se dalje razvija, na razne načine, najčešće pripajanjem novih područja i naroda pod svoje okrilje. Druge su nastale ujedinjavanjem naroda u strahu ili otporu od najezde trećega. To je dovelo do toga da se više naroda ili plemena, ili država ujedine u novo jedinstvo, odnosno državu i da obrazuju zajedničku vlast. To je u prošlosti bio čest slučaj u stvaranju saveza radi odbrane ili napada. Ti su savezi, ustvari, dovodili do obrazovanja država na većim, odnosno širim teritorijama, u početku s labavijom formom unutrašnjega jedinstva, a u kasnijim fazama sa vrlo čvrstim oblicima državne organizacije i vlasti. Treće su, pak države obrazovane i nastajale putem naseljavanja stanovništva. Naime, vladari su često koristili prava dodjele zemljišta svojim podanicima, ratnicima ili zaštitnicima. Ta praksa je bila naročito rasprostranjena u srednjem vijeku. Osvajanje određenih teritorija od susjednih država i njihovo naseljavanje vlastitim stanovništvom, ili, pak, potčinjavanjem postojećega, dovodili su do nastanka i razvoja posebnih država.“ (Fočo, 2000: 109,110) Tako dakle, države su nastajale na osnovu ugovora i dobrovoljnoga udruživanja pod zajedničku vlast na određenoj teritoriji. Težnja za potčinjenošću tuđem vodstvu je datost ljudske prirode, kako su to neki teoretičari srednjeg vijeka objašnjavali, a nagon za zaštitom sigurnosti i redom vodi još od samoga uspostavljanja odnosa u ljudskim grupama i plemenima.

Po Hejvudu pak: "Država je politička asocijacija koja uspostavlja suverenu nadležnost u okviru određenih teritorijalnih granica i vrši vlast kroz skup stalnih institucija, koje su očigladno javne pošto su odgovorne za kolektivno organizovanje života zajednice i finansiraju se na račun javnosti. Država, dakle, obuhvata različite institucije vlasti, ali i sudove, nacionalizovanu industriju, sistem socijalne zaštite itd." (Hejvud, 2002: 171)

Prema Marxu: "Građansko društvo moglo je državu održati samo tako dugo dok je samo bilo u skladu s razvojnim stupnjem proizvodnih snaga; dakle tako dugo dok traje progresivna borba buržoazije, protivrječnosti su se zaoštrole, i građansko društvo ne može više održavati državu. Političke su krize prisilile buržoaziju da - protivno svom vlastitom liberalnom učenju - uzvisi državu kao instrument integracije i da se u slučaju nužde prihvati diktature: npr. bonapartizma, a u 20. vijeku fašizma." (Klaus, V.B. 1974: 155)

Prema istom autoru, postoji niz kriterija po kojima treba razlikovati državu od ostalih udruženja, pa ćemo ovdje takšativno nabrojati neke od njih:

- Članstvo u državi obavezno je. Čovjek ne može iz nje naprsto izaći kao iz crkve ili nekog udruženja. Ali mogu emigrirati kako je rekao Hobbes.
- U pravilu moguće je biti članom samo jedne države. Pojedine zemlje ovdje su manje sitničave, a s integracijom federacije dvostruko će članstvo biti sve više moguće; napokon i državljanstvo u užem smislu će morati nestati, sa sve dalekosežnijim temeljnim pravima slobode kretanja i sudjelovanja.
- Država je ograničena na određeni teritorij. Mada ima i primjera gdje države ne vladaju čitavom svojom teritorijom, i u njih se penetriraju druge sile.
- Države posreduju između mnoštva interesa i posvećuju se promicanju općih, a ne specijalnih interesa. Ali i to je sporno. Ovdje države služe promjenljivim savezima i dominirajućim interesima, koji često znaju biti vrlo specifični.
- Država je, nasuprot drugim udruženjima, trajna ustanova. U Njemačkoj i Francuskoj udruženja poslodavaca i sindikata trajniji su nego politički sistem; to može prikriti samo neka samovoljna doktrina kontinuiteta i nasljednog prava države.
- Država je nužna asocijacija. Ljudi ne mogu živjeti izvan države, dok mogu živjeti a da ne budu u drugim asocijacijama. U svim vremenima bilo je ljudi koji bi rado živjeli izvan države, koji su izgrađivali zajednice i komune bez odnosa prema državi i koji su protiv svoje volje uvijek iznova potčinjavani državnom vrhovništvu.
- Država ima, prema čuvenoj definiciji Maxa Webera, monopol legitimne fizičke prinude u provođenju naredbi. Ova definicija sve više zastarijeva, uz opravdanje

primjene nasilje od potlačenih i do sada konfliktno nepodobnih interesa i prijelaza između strukturalne sile i protusile, koji se dijelom odvijaju samo na stazama prinude.

- Država ima kontrolu nad svim drugim asocijacijama i suverena je. Država je od Bodina upravo poistovjećivana sa suverenitetom.

Za državu možemo reći da je nastala kao rezultat ljudskih potreba za zajedničkom egzistencijom, zajedničkim pravilima, odnosno potreba za zaštitom teritorije i zajednice ljudi koja živi i egzistira na određenom prostoru. "Država je institucionalni oblik organiziranja društva, njegov je nerazdvojeni pratilac sa svojom poviješću, specifičnim oblicima i principima nastanka, ali i egzistiranja. Dakle, država je izraz nužnosti opstanka ljudi, ali i izraz prisilnoga udruživanja i potčinjanja plemena i naroda određenoj društvenoj organizaciji i njenim pravilima. U svojim najranijim oblicima egzistencije država je oblik uspostavljanja i posredovanja u ostvarivanju zajedničkih interesa svih članova zajednice, u interesu zajedničkoga opstanka. Nastankom države prestaju biti dominantne rodbinske veze, kao osnova udruživanja i zajedničke egzistencije na određenom prostoru plemena ili naroda. Tu funkciju uz vrijednosno-normativni osnov, kao izraz i oblik zajedništva i osnovu povezivanja plemena i naroda preuzima država. Dakle, država uspostavlja pravila i norme kao zajedničke koji su obavezni za sve članove zajednice, a svi članovi zajednice su dužni da ih se pridržavaju i da im se pokoravaju." (Fočo, 2000: 109) Tako možemo utvrditi da je država nastala na osnovama rodbinskih i patrijarhalnih veza, a kasnije se razvila i proširila pomoću zajedničkih normi i aparata sile. Kada jednom država nastane ona se dalje razvija, na razne načine, najčešće pripajanjem novih područja i naroda pod svoje okrilje.

Države su dugo važile za vječni princip organizovanja ljudskih zajednica, koji postoji od kako je svijeta i vijeka. "Kao poseban historijski oblik organizacije društva, država je primarno oblik sile, ugnjetavanja, birokracije ali ona obavlja i opštedruštvene funkcije bez kojih društvo ne može opstati. Po klasicima marksizma, društvo to može vršiti i bez takve organizacije. Radničkoj klasi država je neophodna u formi vlastitog dokidanja, odumirujuća država, u protivnom i u socijalizmu ona može postati sila i nad samom radničkom klasom. Dakle, suprotно piscima nekih socijalističkih zemalja, koji su zastupali tezu o potrebi maksimalnog jačanja države, koje bi dovelo do njenog odumiranja, i Marx i Engels i Lenjin su nedvosmisleni kada naglašavaju da država tj. proletarijat organiziran kao vladajuća klasa, treba tako da bude uređena da bi odmah mogla odumrijeti i da mora odumrijeti. A to njen uređenje koje će omogućiti da država odmah može odumrijeti je uvlačenje što širih masa u upravljanje." (Ljubović, 2005: 222) Sasvim je sigurno da ne možemo utvrditi uslove nastanka država i koji su to elementi i razlozi bili da bi one nastale i razvile se. Razni sukobi, ratovi,

osvajanja i potčinjavanja neprekidan su tok historije kako su nastajale države, od plemenske zajednice do današnjih dana. Fenomen države predmet je interesovanja brojnih nauka, prvenstveno sociologije, a veliki interes su pokazale filozofija, historija, pravo, ekonomija. Uobičajeno se smatra da ja država prastara ljudska institucija, nastala u vrijeme prvih poljoprivrednih društava u Mesopotamiji, nekoliko hiljada godina prije nove ere. Iz svega navedenoga možemo reći da je država voljni, ali i historijski produkt. Izraz je zajedničke potrebe i interesa, jer bez podređivanja pojedinačnih interesa zajedničkom nije moguće konstituirati državu kao cilj, putem koje se uspostavljaju i ostvaruju ti interesi, kao izraz zajedničke volje, ali i vlasti za sve. Vlast vrše obično istaknute i jake ličnosti ili državni aparati sa svim vrijednosnim potrebama i osobenostima koje su već konstituirane u ranijem periodu. Sama prisutnost države ogleda se kroz određene odnose njezinih organizacijskih oblika prema pojedincima i skupinama kojima pripadaju. Država je svakako organizacija ljudskih zajednica i predstava koju ljudi imaju općenito o nekoj društvenoj pojavi, povezana je s vlašću. Država je teritorijalno-politička zajednica u kojoj postoji suverena vlast čiji nositelj je narod.

2.3. Državna vlast

Državna vlast je najmoćnija i najobimnija politička vlast, jer je trenutno država najveća i najsnaznija ljudska organizacija. Državna vlast se razlikuje od svih moći jer se odnosi na jednu veliku organizaciju ljudi koja raspolaže prisilom fizičke prirode, a isto tako, vrlo važno je istaknuti da državna vlast se ne služi silom kako bi ostvarila svoje ciljeve već pravom, pa samim tim uživa povjerenje građana.

Po Zgodiću: "Moć od engleske riječi power potiče od francuske pouvoir, koja je pak derivacija latinskog termina potestas ili potentia što znači sposobnost, moć (obje potječu od glagola potere, biti sposoban, moći)." (Zgodić, 2009: 34) Moć je jedan od pojmove koji se često koristi u političkim naukama.

Čuvena definicija koja je najcitatnija i najčešće je u upotrebi u politologiji i sociologiji je Weberovo shvatanje moći: "Moć predstavlja izglede da se u okviru jednog društvenog odnosa sprovede sopstvena volja uprkos otporu, bez obzira na to na čemu se zasnivaju ti izgledi." (Weber, 1976: 37)

Također, možemo istaknuti i druge definicije:

- Moć je sposobnost da se postigne željeni rezultat i ponekad se o njoj govori kao o moći da se uradi nešto. Pod ovim se podrazumjeva sve, od sposobnosti preživljavanja do sposobnosti vlade da podstiče ekonomski rast. Ali, u politici moć se obično shvata kao odnos, tj. sposobnost da se utiče na ponašanje drugih na način koji oni nisu odabrali. Ona se shvata kao moć nad ljudima. Ako gledamo uže, moć se može dovesti

u vezu sa sposobnošću kažnjavanja ili nagrađivanja, približavajući je tako prinudi ili manipulaciji, nasuprot uticaju koji, takođe podrazumijeva racionalno ubjeđivanje. (Hejvud, 2004: 19)

- Težnja za moći često se shvata kao jedan od temeljnih ljudskih nagona. Tako je po Zgodiću, moć u suštini nametanje volje. A, tako pojmljena moć može počivati na uticaju, prestižu, nagovoru, autoritetu, manipulaciji i golom nasilju. (Zgodić, 2009: 35)
- Pod političkom moći podrazumijevamo mogućnost utjecanja na političko vodstvo ili politički poredak (Hattich, 1996: 75).

Dakle, iz ovih definicija možemo reći kako je moć snaga kojom ispunjavamo svoje ciljeve. Ako se osvrnemo na stručnu literaturu, vidjet ćemo da se često sa terminom moć najčešće vežu i pojmovi kao što su: kontrola, autoritet, prestiž, manipulacija, utjecaj. Ona nam daje mogućnost da uočimo i vidimo razliku između različitih lica ili tipova moći.

Da bi detaljnije pojasnila pojam moći koristit ću se knjigom Politika od Hejvuda (2004). Tako je po njemu: "Prvo lice moći: moć kao donošenje odluka: Ovo lice moći sastoji se od svjesnih akcija koje na neki način utiču na sadržaj odluka. Klasičan opis ovog oblika moći možemo vidjeti u knjizi Roberta Dala Ko vlada? (1961). U njoj su na osnovu poznatih preferencija predstavljeni zaključci ko ima moć.

Drugo lice moći je: moć kao određivanje dnevnog reda. Prema Bahrahu i Baracu (1962), drugo lice moći predstavlja sposobnost da se onemogući donošenje odluka: ustvari to je odsustvo donošenja odluka. Ovo uključuje mogućnost da se ustanovi i kontroliše politički dnevni red, i tako, prije svega, onemogući postavljanje pitanja i davanje prijedloga.

Treće lice moći je: moć kao kontrola mišljenja. Treće lice moći je sposobnost da se utiče na druge, određujući šta on ili ona misli, želi ili treba (Lukes, 1974). Ova moć se iskazuje kao ideološka indoktrinacija ili psihološka kontrola. Jedan njen primjer bila bi sposobnost reklamne industrije da oslabi pritisak za usvajanje strožijih zakona o zaštiti potrošača, ubjeđivanjem potrošača da se o njihovim interesima već brine biznis. U političkom životu, upotreba ove vrste moći je vidljiva u propagandi i, šire gledajući, u uticaju ideologije punosti političko i, ustvari, osnova za druge vidove političke borbe." (Hejvud, 2004: 27)

Što se tiče oblika moći, možemo je podijeliti na 3 oblika:

- Utjecaj podrazumijeva racionalno ubjeđivanje. (Hejvud, 2004: 19)
- Manipulacija označava u društvenom području uticaje na ljude za tuđe privredne ili političke svrhe. (Zgodić, 2009: 36)

- Sila je stvaranje fizičkih ograničenja nečije slobode, nanošenje tjelesne boli koja uključuje uništenje samoga života. (Kalanj, 2010: 222)

Moć se shvata kao sposobnost postizanja ciljeva ovladavanjem okoline. Nerijetko moć posjedujemo i sami, a da tog čina nismo ni sami svjesni i postupaka koje činimo.

Temelji moći su:

- Moć prinude - oslanja se na strah
- Moć nagrade - temelji se na očekivanju neke koristi od nositelja moći
- Moć uvjerenja - počiva na alokaciji i manipulaciji simboličkim nagradama
- Moć znanja - zasniva se na posjedovanju i kontroli relevantnih informacija. (Stephen, 1992: 158)

Izvori moći govore o tome kako ste postigli kontrolu nad temeljima moći. Izvori moći su:

- Moć položaja - u formalnim grupama i organizacijama
- Osobna moć - proizilazi iz karakternih osobina
- Stručna moć - proizilazi iz specijalnih informacija i saznanja s kojima se može manipulisati radi kontrole drugih
- Moć prilika - biti na pravom mjestu u pravo vrijeme može osobi dati mogućnost da upotrijebi moć. (Stephen, 1992: 158) Moć možemo podijeliti na dvije teorije:
- Psihološku teoriju – ovdje se polazi od toga da je moć ljudski nagon. Borba za opstankom je ljudska sudbina. Ljudi se međusobno razlikuju u sposobnostima, sklonostima, interesima, posebno po duhovnoj i intelektualnoj snazi, karakteru, izdržljivosti i neumoljivosti. Jedan od značajnijih predstavnika ovakvog gledišta i teorijske koncepcije uzima se Tomas Hobbes. (Fočo, 2000: 135)
- Funkcionalistička teorija – ovdje se polazi od toga da je društvo nosilac moći, te da društvo njome raspolaže kao cjelinom. Po njima, moć nije djeljiva na društvene grupe i individue.

Za Parsons-a, kao predstavnika te teorije, moć je opće sredstvo ili resurs u društvu. To je po njemu, mogućnost da se mobiliziraju resursi društva za postizanje ciljeva za koje se javnost opredijelila. (Fočo, 2000: 135)

Vlast je jedan od najvažnijih elemenata zajedničkog dijeljenja. To je poseban slučaj moći. (Weber, 1976: 45) Ovdje svakako trebamo što podrobnije i bliže objasniti šta za nas znači vlast i kako se ona odnosi prema moći, tj. mogućnosti da se sopstvena volja nametne ponašanju drugih, može se javiti u najrazličitijim oblicima. (Weber, 1976: 46) Mi ćemo pored mnogih drugih mogućih tipova vlasti istaknuti da postoje dva dijametralno suprotna tipa: s

jedne strane vlast po sili konstalacije interesa (posebno na temelju monopolističkog položaja) i s druge strane vlast po sili autoriteta (moć da se izdaju zapovijedi i obaveza na poslušnost). (Weber, 1976:47) Najčistiji tip ove prve vlasti je monopolistička vlast na tržištu, a zasniva se isključivo na utjecaju koji proizilazi iz nekoga na bilo koji način osiguranoga posjeda, utjecaju koji se vrši na formalno slobodno djelovanje povlaštenih u kojem on slijedi samo vlastite interese. U ovom tipu vlasti, vlast je shvaćena kao pribavljanje uticaja. Najčistiji tip druge vlasti jeste, vlast glave porodice, službena ili vladarska vlast, vrsta vlasti koja se zasniva na apsolutnoj obavezi poslušnosti koja se zahtijeva bez obzira na motive i interes. (Zgodić, 2009: 40)

Vlast se najjednostavnije može definisati kao legitimna moć. Dok je moć sposobnost da se utiče na ponašanje drugih, vlast je pravo da se to čini. Vlast se, dakle, zasniva na prihvaćenoj obavezi pokoravanja, prije nego na nekom vidu, prinude ili manipulacije. U tom smislu, vlast predstavlja moć koja sadrži legitimitet ili pravo. (Hejvud, 2004: 15)

S obzirom na različite osnove na kojima se zasniva, M. Weber je izdvojio tri tipa vlasti: Tradicionalna vlast se zasniva na tradiciji. Radi se o prihvaćanju tradicije i običaja. Drugim riječima, ona se temelji na uvjerenju da se treba živjeti kako se oduvijek živjelo, po pravilima za koja niko ne zna kada su, od koga i kako ustanovljena. Za ovaj tip vlasti važi normativni poredak koji je ranije uspostavljen i ne podliježu promjenama, tj., ne priznaju nikakvo novo vodstvo i modernizaciju, niti uvođenje nekih novih pravila. Kao primjer tradicionalne vlasti možemo navesti Veliku Britaniju i kraljicu Elizabetu II.

Racionalna (zakonska) vlast je najsavršeniji tip vlasti koji karakteriše sva moderna društva. Ovdje je na snazi hijerarhijska vlast. Vjeruje se u legalnost pravila te u pojedince na vlasti da se u skladu s pravilima izdaju naredbe. Samim tim, poslušnost se ovdje ne iskazuje osobi na vlasti već zakonu. Ovaj tip vlasti je opravdan, samo ako ga vrši nadležni organ i po utvrđenim pravilima. Vlast pripada pojedincima, samo ukoliko zauzimaju određeni položaj, odnosno ako su izabrani u skladu s važećim pravilima i ukoliko vrše određene službene dužnosti, odnosno ovlasti. Postoje unaprijed određena pravila i zakoni te vlast djeluje u zakonskim granicama. Karizmatska vlast ne priznaje i ne prihvata nikakva pravila, kojima se utvrđuje njena ovlast. Kod ovog tipa vlasti podređeni su privrženi određenim vrijednostima osobe ili poretku kojeg ta osoba stvara. Ovdje se ne priznaju ni zakonska ni tradicionalna pravila, već se temelji na vjeri u izuzetne mogućnosti karizmatskog vođe, neovisno o tome javlja li se on kao prorok, heroj ili demagog. Vlast vođe izgrađena je na poslušnosti njegovih podanika i traje samo dotle

dok ta poslušnost realno egzistira. Za ovaj tip vlasti možemo reći da je privremena pojava, koja je karakteristična za krizna stanja, za koja je tipičan društveni radikalizam.

Vlast se često izjednačava sa pojmom moći, ali razlika je u tome što vlast traži pristanak i stepen pokoravanja dok je kod moći moguća sila.

2.4. Konzumerizam

Konzumerizam je sa sigurnošću zahvatio sve krajeve savremenog svijeta, iako je više prisutan i smatra se da je zastupljeniji među gradskim stanovništvom, srednjoj klasi i mladima. Za konzumerizam je karakteristično to da je više prisutan na Sjeveru nego na Jugu i na Istoku. Konzumerizam jest nastao u kapitalističkom zapadnom svijetu, no nije zaobišao niti socijalističke zemlje. "Proučavanja kulture potrošnje traju tek nekih stotinjak godina i to kroz nekoliko ključnih pristupa. Prvom se takvom studijom smatra ona Veblenova iz 1899. godine pod naslovom *The Theory of the Leisure Class* prema kojoj se promjene u potrošačkim praksama zapadnih zemalja objašnjavaju putem teza odnosno termina o upadljivoj potrošnji (*con-spicuous consumption*). Uz nju se veže upadljiva dokolica (*conspicuous leisure*)."
(Hromadžić, 2008: 18)

Ova sociološka teorija polazi od prakse trošenja novca i drugih vrijednosti radi pokazivanja višega društvenog statusa te imanja vremena za dokoličarenje što je immanentno društvenoj eliti. Početkom 20. vijeka pored Hromadžića, o ovome raspravlja i njemački sociolog Simmel, očigledno je da oba autora zagovaraju "...pristup konzumerizmu determiniran socijalnim, kulturnim i moralnim vrijednostima koje obilježavaju razdoblje tzv. viktorijanskoga puritanizma. Naravno, ove prve teorije nisu zadugo mogle izdržati razvoj individualiziranih identiteta postmodernističkih kultura koje pogoduju subjektivističkim potrošačkim trendovima. Pa tako njihov historijski značaj završava na pomolu kulture potrošnje od pedesetih godina dvadesetog vijeka do danas." (Hromadžić, 2008: 19) Nakon završetka Drugog svjetskog rata 1946. godine, skupina psihanalitičara osnovala je institut sa ciljem istraživanja zašto ljudi kupuju na određeni način, kako reaguju na reklame, njihovi stilovi, navike...Istraživači su zaključili da je definicija za profitnu prodaju skrivena upravo u nesavjesnim željama potrošača.

Sredina šezdesetih godina 20. vijeka je period kada je masovna potrošnja doživjela svoj najveći razvoj. To je period izobilja jer je potrošačka moć stanovništva uvećana više puta. Proizvodi kao što su automobili, električni aparati, televizor su nešto što je postalo uobičajeno u gotovo svim domaćinstvima. Dolazi i do tzv. trgovačke revolucije, širenja brojnih supermarketa i hipermarketa. Masovna proizvodnja i potrošnja su doprinijele nižoj cijeni i marži, što je sa druge strane uslovilo znatno jeftiniju robu i proizvode. "Krajem 1970-ih,

godina skupina ekonomista i psihologa pokreće istraživanje koje ima za cilj otkrivanje želja novog tipa potrošačkih ličnosti. Kupovina postaje lična, ili u ime svoje porodice i domaćinstva. Sa tehnološkim napretkom i brojnim dostignućima znatno su smanjene barijere kupovine, tako da potrošači mogu nabavljati željene proizvode i iz svog doma. Položaj hiperpotrošača je takav da je sa jedne strane, postao dobro informisan, ima veće mogućnosti uz brojne akcijske ponude, ali sa druge strane, tržište je to koje diktira njihov ukus i želje. Ovaj period se naziva i periodom hiperpotrošnje.“ (Hromadžić, 2008: 45) Konzumerizam nije bio ništa novo, naročito u SAD-u, koji je sa tržišnom ekspanzijom 1970-ih godina, odnosno sa erom neoliberalne tržišne ideologije, doveo do toga da konzumerizam po prvi put postaje ne samo ekomska, već i socijalno-kulturna dominanta u Americi i zapadnoj Evropi.

U postmodernističkim društвima današnjice konzumerizam zauzima značajno mjesto, stoga bi bilo pogrešno interpretirati ga u perspektivi svojevrsne teorije zavjere. Zeldin nas tako upozorava da je „...konzumerizam postao nova religija jer su svi povjerivali da će kada svi pojedinci zadovolje svoje žudnje, kakve god one da bile, svijet automatski postati bolje mjesto.“ (Zeldin, 2005: 261) Kako ističe Zeldin: “Trošenje je počelo predstavljati proslavu pobjede nad siromaštvom, ali i životnim nesrećama, način pretvaranja doma u privatnu tvrđavu, jer se običan čovjek u svojem domu mogao sakriti od poniženja na radnom mjestu, a bio je okružen brojnim predmetima koje je sebi sam odabrao i koji su mu pružali, autor će ironično zaključiti, nepresušan izvor kratkoročnog zadovoljstva životom.“ (Zeldin, 2005: 262) Epoha postmodernizma uvela je neke dodatke proučavanja kulture masovne potrošnje i konzumerizma, pri čemu potrošačka kultura i konzumerističke navike direktno sudjeluju u kreiranju identiteta i životnog stila pojedinca, odnosno potrošača. Ovdje valja svakako spomenuti i utjecaj reklama, odnosno marketinške industrije koja djeluje na principu proizvodnje želja i obećanja o užitku, koji je bitan segment za razumijevanje fenomena savremenog konzumerizma. Želja za posjedovanjem određenog proizvoda često je više od njegove puke funkcionalnosti, a odabir proizvoda nosi sa sobom snažnu identifikacijsku poruku kupca, odnosno potrošača, kao i estetizacijski učinak.

Konzumizam, materijalizam i uživanje, postao je novi stil društvenog života: što više imati, posjedovati i time se dičiti pred drugima (siromašnjima), u kojima se brzo rađa bijes i zavist, pa i mržnja na one koji sebi sve mogu priuštiti (bogatiji). To dovodi do socijalno-političkih nemira i sukoba, a jednako tako i do duhovnog osiromašenja, gubljenja duhovnih dimenzija života, zatim egoizma, korupcije, nasilja...“Konzumerizam (nagon za potrošnjom) opisuje ponašanje u kojem ljudi oduševljeno stiču i često veoma brzo gube razna dobra koja korisniku

donose neku vrstu neposrednog, ali sporadičnog zadovoljenja. Ovi potrošački centri zadovoljavaju prolazne želje, posebno žudnju za novotarijama, razbibrigom, maštom, modom i uživanjem, konzumerizam daje oduška neumjerenosti – ili, zapravo uskraćuje sve takve stvari. Jedan od glavnih uveliko raširenih novijih oblasti porobljavanja jeste i potrošački kapital.

Potrošački kapital upućuje na akumulaciju profita koja se ostvaruje u kontekstu ove hedonističke potrošnje. Iako konzumerizam ima svoje preteče i prije sredine dvadesetog vijeka, njegova glavna ekspanzija događa se tek poslije.“ (Šolte, 2009: 162) Društvenom fenomenu konzumerizma bitni su i životni stilovi koji se izgrađuju kao negativne odnosno disfunkcionalne navike konzumiranja koje karakteriziraju iracionalni izbori. Gledano kroz historiju iznalaze se mišljenja da sistem neoliberalne kapitalističke proizvodnje i njegova potrošačka etika zamjenjuju radnu etiku i u tome kontekstu izraz potrošačka kultura znači da su svijet robe i načela njihova strukturiranja presudni za razumijevanje i funkcioniranja savremenoga društva, pa tako i samog čovjeka. Intelektualne i materijalne mogućnosti svakodnevnice, razvoj tehnologija preko kojih se, ponekad, zadire u privatnost ljudi, (ne)kontrolisana prezentacija i neselektivnost medijskih informacija također imaju za rezultat dominaciju određenih manipulativnih segmenata usmjerениh prema pojedincu. Činjenica je da čovjek počinje koristiti stvari ne zbog njihove funkcionalnosti već posjedovanja i stvaranja nerealne slike o sebi. Slobodno tržište koje je usmjерeno samo na zaradu odnosno profit, stvara dakle, značajne socijalno-političke probleme i tenzije.

Doba konzumerizma i materijalizma je od osobe koja kupuje stvari iz vlastite potrebe, došli do potrošača u potrošačkom konzumerizmu kojem cilj nije zadovoljiti osnovne, vlastite potrebe, već zadovoljiti vlastitu želju. Zahvaljujući vrtoglavom napretku tehnike i tehnologije, zatim razvoju trgovačkih centara u 21. vijeku, konzumerizam je kulminirao. “Šoping centri danas su postali novi industrijski centri. To su meke, hramovi savremenog potrošačkog stila, mjesta ritualnog konzumerizma koja prakse kupovanja povezuje sa zabavom, to jest užitkom u slobodnom vremenu. Kupovanje postaje zabava, zabava je kupovanje. Oni donose i osjećaj o bitnoj kvalitativnoj promjeni u samom činu kupovanja. Naime, omogućavaju izraženu mjeru selekcije u beskrajnim proizvodnom nizovima, izbor na osnovama osobnih, individualnih preferencija, želja, imaginacija, dakle osjećaj o mogućnosti stvaranja individualnih identitetskih kreacija stvaranih kroz osobni potrošački stil. Kao takvi, šoping centri postali su i prostori socijalne interakcije, druženja, ali i mjesta za utopistička sanjarenja, maštanja, čime nude i nešto više od zadovoljenja pukih funkcionalnih potreba. Zamišljeni su kao mjesto cjelodnevnog boravka koji omogućavaju savršenu kombinaciju kupovine, zabave, rekreacije,

prehrane....za sve generacije, jer svi su potencijalni potrošači. Šoping centri kulturi potrošnje i konzumerizma donose gotovo religijske karakteristike, navike i načine kupovanja čine sve više nalik religijsko-

obrednim praksama zanimljivim za socijološko-kulturološke i antropološke studije.“ (Hromadžić, 2008: 50) Svjedoci smo uvriježenog mišljenje da je tzv. neoliberalni fundamentalizam doveo do nezasite želje za dobiti, neobuzdane težnje za sve većom potrošnjom, degradacije tradicionalnih vrijednosti solidarnosti, vrlo sumnjive kvalitete obrazovanja, zdravlja i socijalne sigurnosti, uništavanja prirodnih bogatstava i drugih za običnog čovjeka bitnih stvari, koje za društvo imaju negativne posljedice, a sve ima samo jedan cilj - profit.

Slobodno tržište koje je usmjereni samo na zaradu, odnosno profit, stvara značajne socijalnopolitičke probleme. Konzumerizam, materijalizam i uživanje postao je s globalizacijom novi stil društvenog života: što više imati, posjedovati i to isticati pred drugima, naročito siromašnjima, kod kojih se opravdano i s razlogom javlja bijes, zavist pa i mržnja prema onima koji sebi mogu sve da priušte. Taj očiti nesklad između želja i potreba dovodi do socijalnopolitičkih nemira pa i sukoba, a jednak tako i do duhovnog osiromašenja, do gubljenja duhovnih dimenzija života, zatim egoizma, korupcije, nasilja... Raniji stil života koji je bio baziran na solidarnosti i empatiji gubi na značaju, a danas se stvaraju generacije potrošačkog društvo koja ne zna ništa privrjetiti, ali zna sve uredno potrošiti.

2.5. Hiperkapitalizam

Uloga novca i finansija u današnjem svijetu veća je nego ikada prije, a finansije posebno utiču na funkcionisanje samih država danas. Tako finansije postaju osnovni princip na kojem društvo funkcioniše. “Kapitalizam shvatamo kao strukturu proizvodnje u kojoj vladaju procesi akumulacije profita, i onda je, izgleda teško potvrditi takve prepostavke. Globalizacija podrazumijeva pokretanje hiljada transvjetskih kompanija i strateških udruženja, kao i pojavu bezbrojnih globalnih proizvoda, kao i golemu ekspanziju transplanetarnog novca i finansijskih tokova, kao i razvoj velikih pomoćnih sektora akumulacije u industrijama informacija, komunikacija i biotehnologije. Nijedan od ovih pomenutih razvitaka ne naglašava uzmak kapitalizma, da i ne govorimo o njegovom kraju. Masovni trendovi prije pokazuju da savremena globalizacija potpomaže kapitalizam da se proširi što više i ušanči bolje nego ikad. Sa sigurnošću možemo ustvrditi da je globalizacija doprinijela pojavi hiperkapitalizma.“ (Šolte, 2009: 160) Sve institucije koje su se zahvaljujući globalizacijskim procesima

pozicionirale kao odlučujući faktori u svijetu bez obzira govorimo li o finansijskim, političkim ili trgovinskim procesima, svi oni imaju jako pozitivno mišljenje o samom procesu.

Daljna posljedica neodoljivog nagona za maksimiranjem profita pod svaku cijenu, što je i promovisalo neoliberalni kapitalizam, bilo je masovno premještanje proizvodnih pogona iz razvijenih zemalja u zemlje Trećeg svijeta, gdje je cijena rada i do deset puta jeftinija, gdje su porezi mnogo niži, zaštita na radu slaba ili nepostojeća, a ekološki propisi su slabi ili se nikako ne poštjuju. "Cilj smjene mekše radikalnijom, tvrdom varijantom kapitalizma bio je uklanjanje svih prepreka na putu maksimiranja profita i gomilanja kapitala i bogatstva, bez obzira na socijalne, moralne i ekološke posljedice. Društveni interesi, koji su u doba prevlasti Keynesove doktrine i države blagostanja imali određenu važnost, sada su pali u drugi plan ili su potpuno zanemareni. Vrhovna društvena vrijednost i najpoželjniji cilj individualnog i društvenog ponašanja postalo je gomilanje novca, profita, kapitala i bogatsva. Taj novi sistem vrijednosti prodrio je u sve društvene sfere: u obrazovanje, zdravstvo, kulturu i sport. Suštinu neoliberalnog modela kapitalizma D. Harvey je ovako definirao: "To je projekt uspostave apsolutne moći više klase (klase na vlasti) nametanjem strukturnih mehanizama neoliberalne vlasti i neravnopravnog razvijenog svijeta." Velike multinacionalne korporacije i finansijske ustanove postaju glavni akteri ne samo ekonomске već i društvene i političke scene, kako na nacionalnom tako i na međunarodnom planu." (Mesarić, 2010: 20,21) Finansijske institucije, finansijska logika i prevlast na tržištu i u društvu postaju glavni faktori finansijskog kapitalizma. Danas potrošački kapitalizam podrazumijeva ogroman niz proizvoda, uključujući brendiranu hranu i pića, dizajniranu odjeću, zdravstvenu pomoć, motorna vozila, dozvoljene i nedozvoljene lijekove i narkotike, turizam, ugovorene sastanke sa poslovnim agencijama, fotografije, audiovizuelne proizvode i masovne spektakle kao što su lutrijska izvlačenja i sportski susreti. U svim ovim slučajevima, potrošač pribavlja trenutno i često jednokratno prijatno iskustvo. "Konzumerizam shvata proizvodnju kao zadovoljavanje želja. Ljudi moraju biti nagovorenici da kupe proizvode i iskustva koja bi u drugim okolnostima smatrali nepotrebnim. Zato su dizajn i prezentacija postali glavna preokupacija na savremenim tržištima. Tako je u 2000-oj godini, svjetska industrija ambalaže proizvela 1,4 milijardu tona materijala (od kojeg je 70% upotrijebljeno za potrošnu robu), u vrijednosti od 443 milijarde eura, u oko 100 000 kompanija. Na isti način, promućurna strategija brendiranja može da nešto obično preoblikuje u izuzetno." (Šolte, 2009: 163) Globalizacija je doprinijela širenju porobljavanja putem porasta nečega što bismo mogli da nazovemo kapital socijalnog staranja. Sektor socijalnog staranja obuhvata usluge koje doprinose dobrobiti osoba koje ne mogu same obavljati radno-životne aktivnosti, kao što su invalidi, starci, bolesnici, maloljetnici....

Promjene koje se dešavaju u strukturiranju ekonomskih odnosa dio su šire promjene koja se javlja u prirodi kapitalističkog sistema. U dugotraјnom smo prijelazu s industrijske proizvodnje na kulturnu proizvodnju. Sve veći dio trgovine budućnosti odnosit će se na marketing široke matrice kulturnih iskustava, a ne samo tradicionalnih, na industriji baziranih roba i usluga. "Pod narastajućim hiperkapitalizmom, čak se i obezbjeđivanje zaštite ubrzano porobljuje. Ovaj trend je očigledan posebno na Sjeveru, s porastom komercijalnih zdravstvenih usluga, zbrinjavanja djece, staračkih domova, agencija za održavanje stanova, profesionalnih savjetovališta i drugih psiholoških terapija, kancelarija za sklapanje brakova i usvajanje djece." (Šolte, 2009: 175) Zatim ovdje svakako treba spomenuti i sve unaprijed upakovane aranžmane kada govorimo o odlasku na godišnje odmore, naše je samo da platimo i imamo sve izrežirano od strane agencije. Globalni turizam, tematski gradovi i parkovi, zabavni centri, wellness, moda i kuhinja, profesionalni sport i igre, kockanje, muzika, film, televizija, virtualni svjetovi cyberspacea i elektronički posredovana zabava svake vrste sve brže postaju središtem novog hiperkapitalizma koji trguje pristupom kulturnim iskustvima.

U neoliberalizmu, daje se prednost ekonomiji i tome da ona bude što efikasnija, dok se istovremeno izražava sumnja u državu, državne aparate u njihovu samu efikasnost i opstajanje. Neoliberalna ideologija usmjerena je na profit, promociju privatizacije i koropracija koje zahvaljujući privatnom kapitalu u doba liberalne demokratije doživljavaju svoj procvat. "Sve veća upitnost dugoročne održivosti kapitalističkog i liberalističkog modela u njegovojo savremenoj neoliberalnoj, odnosno ultroliberalnoj ili globalističkoj varijanti. Taj model služi prvenstveno interesima međunarodnog financijskog kapitala i transnacionalnih korporacija, kojima je sve drugo podređeno. Očigledno je da u neoliberalnom ekonomskom modelu vlada darvinističko načelo preživljavanja najjačeg, bez previše obzira za one slabije. Filozof P. Kondylitis smatra da neoliberalizam, kao danas dominantna ideologija u zapadnim društvima, znači potpuno napuštanje suštine liberalizma, te vodeće ideologije Zapada u dvadesetom vijeku, koju je obilježavala otvorenost društva, jednake šanse, blagostanje i socijalna prava za sve građane. Savremeni neoliberalizam zaboravio je te izvorne vrijednosti liberalizma, dajući apsolutnu prednost ekonomskoj efikasnosti i maksimalizaciji profita." (Mesarić, 2004: 31) Neoliberalna država uspostavlja i štiti interes kapitala tako što smanjuje socijalna davanja i osnovna prava radnika, promovišući tako stanje gdje je pojedinac odgovoran za ostvarivanje socijalnih, zdravstvenih i drugih prava. Usvajajući zakone koji su sve više u službi deregulacije, savremena neoliberalna država stavlja sebe u funkciju interesa krupnog

korporativnog kapitala, osigurava fleksibilnost radne snage, smanjujući moć sindikata i realne prihode zaposlenih, a istovremeno utirući put njihovoj radnoj preopterećenosti i potplaćenosti.

Kako neoliberalna država promoviše privatizaciju a štiti interes kapitala, istovremeno se ide na smanjenje socijalnih davanja i prava radnika, ciljano se smanjuju i ovlasti države. “Danas vidimo da su se glavne karakteristike neoliberalnog fundamentalizma već jasno iscrtale (nezasitna želja za profitom, neobuzdane želje za sve većom i većom potrošnjom, opadanje značaja vrijednosti solidarnosti i ljudske brige za druge...) i kada je postalo očigledno da su neoliberalni recepti za ekonomski rast u praksi rijetko kada uspješni, te su se već pokazale vidne posljedice neoliberalnih politika (lažna teza da neometano bogaćenje pojedinaca donosi blagodati za cijelu zajednicu, katastrofalne posljedice koje smanjenje državnog utjecaja ima na obrazovanje, zdravlje i socijalnu sigurnost, nestanak društvene solidarnosti kao posljedica takmičarskog duha radikalnog individualizma, degradacija prirode), neoliberalizam se našao na udaru kritika sve brojnijih socijalnih gibanja.“ (Hromadžić, 2008: 44) Opsjednutost materijalnim dobrima za posljedicu imaju neprestano povećanje proizvodnje, trgovine i profita. Ovdje se rijetko govori o ekološkim posljedicama i posljedicama po čovjeka i njegovo zdravlje koje je itekako narušeno u uslovima ubrzane globalizacije. Ljudi su konstantno izloženi stalmom stresu, napetosti, nesigurnosti i brzom načinu života koju je sa sobom donijelo moderno doba. Ako pogledamo statistiku Svjetske zdravstvene organizacije, ne stiče se utisak da je veliki materijalni napredak pratio i poboljšanje mentalnog zdravlja ekonomski najrazvijenijih zemalja. Prema podacima Svjetske zdravstvene organizacije mentalna oboljenja, naročito depresija posljednjih godina je u stalmom porastu u zapadnim zemljama, pa je u 2000-oj godini evidentirana kao najčešća bolest. Tako u SAD prema dostupnim podacima gotovo polovica građana u dobi od 15 do 55 godina pati od nekog mentalnog poremećaja, a oko 30 milijuna ljudi redovno koristi terapiju.

Vizija kojoj se okreće neoliberalni kapitalizam je taj da se shvata kao političko-ekonomski sistem koji se temelji na slobodnom tržištu bez uplitanja države, promovišući tako liberalnu demokraciju – slobodu i ravnopravnost svih građana, no iza toga nerijetko stoji sve veća privatizacija državnih institucija te stvaranje monopolja nad tržištem gomilanjem stečenog kapitala. Deregulacija, privatizacija, povlačenje države iz mnogih područja socijalne zaštite postaje i više nego uobičajene pojave.

3. HIPERKAPITALIZAM I DRŽAVNA VLAST

3.1. Hiperkapitalizam i ekonomski suverenitet države

Pitanje suvereniteta države od sredine XX. vijeka, pa sve do danas, prilično je uzdrmano, a sve zahvaljujući ekonomskoj ekspanziji i miješanju međunarodnih institucija u unutrašnja pitanja država. Prateći promjene političkih odnosa na svjetskoj sceni, došlo je i do promijenjenog odnosa po pitanju suverenosti država, čak do te mjere da je pitanje suvereniteta u potpunosti dovedeno u pitanje pošto su neke međunarodne institucije postale snažnije i bitnije od samih država, tako da je sve veći broj onih koji govore o tzv. relativizaciji pojma suvereniteta u dvadeset prvom vijeku. Proces neoliberalizacije danas prevladava nad svim društvenim principima. To su dugoročne državne intervencije, jer zakon tržišta i ekonomije određuje funkcionisanje društva. Državna vlast u zemljama koje su slabije razvijene ili zemlje Trećeg svijeta kako ih sad nazivaju, obično bivaju suočene s tim da budu svrgнуте. Svjedoci smo do sada mnogih vojnih napada, državnih udara, nereda i postavljanja demokratskog režima vlasti, koji uglavnom ne donose prosperitet i blagostanje, nego autoritarnu vlast, strahovladu i siromaštvo. U nastavku ovog dijela rada ću da prezentujem kako neki od istaknutih filozofa i mislilaca objašnjavaju pojam suvereniteta i njegov utjecaj na ekonomiju države.

Po B. Klaiću (1974), riječ "suverenitet potiče iz latinskog jezika, od pridjeva superanus, odnosno od super (iznad). U riječnicima stranih riječi suveren označava onoga ko je nosilac vrhovne vlasti, vladar, neograničeni gospodar, samodržac, monarh, a riječ suveren onoga ko je samostalan, nezavisan o drugoj državi, vrhovni, vladarski neograničen." (prema Zgodić, 1997: 13)

Po Zgodiću termin "Suverenost označavao pojam najviše vlasti, dakle, one posljednje nad kojom ne postoji neka druga, viša vlast. U najširem smislu, termin je označavao bilo kojeg subjekta koji u svojoj sferi uticaja i djelovanja jest vrhovni subjekt: on je unutar svoje oblasti nešto najviše, vrhovno." (Zgodić, 1997: 13) Prema tome, "Pojam suverenosti već u sebi prepostavlja i momenat hijerarhije: u određenoj sferi odnosi između subjekata su postavljeni vertikalno na načelo podređenosti i nadređenosti, pa je suveren samo onaj subjekt kome su oni na ljestvici niži-podređeni i od njega ovisni, dok iznad njega ne postoji neko ili nešto što ima višu vlast. Suverenost je svojstvo samo onog subjekta koji je u određenoj oblasti djelovanja samostalan i nezavisan u odnosu na druge te posjeduje kvalitet posljednje, vrhovne, najviše vlasti." (Zgodić, 1997: 13) Obrazlažući ovaj opći pojam suverenosti (vlast, vrhovništvo i hijerarhija) ovaj se termin upotrebljava za označavanje odnosa i raznih oblika socijalne

organizacije. Vremenom će se pojam suvereniteta uglavnom vezati za fenomen države i označavanje njenih bitnih svojstava.

Trebamo svakako spomenuti koje oblike suvereniteta razlikujemo, a to su:

- vanjski suverenitet označava priznanje okoline (drugih država) da neka država ima suverenu vlast.
- unutrašnji suverenitet države podrazumijeva isključivo ovlaštenje države da izvršava nesmetano najvišu vlast na vlastitoj teritoriji, nad vlastitim stanovništvom. (Zgodić, 1997: 14,15)

Spahić pak navodi da: "Pod pojmom i sadržajem suvereniteta države podrazumijeva se apsolutna vrhovna i najviša državna vlast koja je nadređena svakoj drugoj vlasti u državi, a sve druge vlasti unutar te države su neupitno i bezuvjetno podređene toj državnoj vlasti. To znači da državna vlast koja je vrhovna u svojoj oblasti nema nad sobom nikakve druge vlasti. U okviru države suverenost označava svojstvo državne vlasti da je pravno najviša vlast, nezavisna od svake druge vlasti i da su joj sva pravna i fizička lica na njenoj teritoriji potčinjena." (Spahić, 2000: 55)

Smatra se da državna suverenost obuhvata sljedeće bitne elemente:

- nezavisnost državnih vlasti koja se izražava i potvrđuje kroz slobodu donošenja odluka i djelovanja u odnosu na bilo koju i kakvu drugu vlast unutar ili izvan njene teritorije a u prvom redu u odnosu na bilo koju drugu državu,
- supermacija državne vlasti koja znači da je državna vlast u okviru svoje državne teritorije viša od bilo kakve druge vlasti ili faktora,
- pravna neograničenost državne vlasti ili puna sloboda i pravo u donošenju i primjeni odluka
- savremeno međunarodno pravo prihvata suverenost kao jedno od bitnih obilježja nezavisnosti država i u smislu Povelje UN odnosi među svim članicama UN moraju se zasnovati i na načelu suverene jednakosti i međunarodnom priznavanju ravnopravnosti, nezavisnosti i odricanja od mješanja u unutrašnje poslove drugih država pod uvjetom da one unutar svoje zemlje i prema drugim zemljama poštuju i primjenjuju Povelju UN i relevantne akte Međunarodne zajednice. (Spahić, 2000: 55)

U ovom dijelu će spomenuti još i Hinsleyevu definiciju o suverenitetu, pa tako: "Pojam suvereniteta pojavljuje se istodobno s nastankom moderne države. Njegovo podrijetlo i povijest blisko su vezani s prirodom, podrijetlom i poviješću države." (Hinsley, 1992: 10)

Politika kejnezianizma je ekonomска teorija koja je dobila naziv po Johnu Maynardu Keynesu, a koju karakteriše velika državna regulacija. Prema glavnom načelu keynesianizma, državna intervencija može stabilizirati ekonomiju, što znači da povećanje državne potrošnje dovodi do povećanja ukupne potražnje koja kratkoročno stimulira ekonomiju i time je pokreće. Budući da se smatralo kako intervencionistička ekonomija ne može biti rješenje svjetskoj ekonomskoj stagnaciji jer je u tom periodu došlo do te stagnacije, počelo se tragati za novim načinom vođenja ekonomije, pa je tako kejnezianizam zamijenjen neoliberalnim, tržišnim modelom. Neoliberalni kapitalistički model svoj vrtoglavi uspon bilježi u sedamdesetim i osamdesetim godinama 20. vijeka, koji je možda u svojoj osnovi bio političko-ekonomска ideologija i filozofija, ali je vremenom postao i puno više od toga. Kritičari neoliberalizma tvrde da je to ideologija koja je uspjela da oblikuje današnji svijet koji je doprinio jačanju kapitalizma i konzumerizma. U drugoj polovini sedamdesetih i prvoj polovini osamdesetih, kao reakcija na državnu blagostanja u Velikoj Britaniji pod Margaret Tačer, a u Sjedinjenim Američkim Državama pod Ronaldom Reganom nastupa period deregulacije i uspostavljanje modela neoliberalne države. Za zastupnike hiperglobalističke teze (the hyperglobalist thesis) svijet se danas značajno razlikuje od onog od prije samo dvije ili tri decenije. Po njihovom mišljenju mi danas živimo u svijetu bez granica. To naročito važi za ekonomiju koji pokazuju da je porast stranih direktnih investicija u samo dvije decenije (od 1982. do 2002. godine) porastao sa 59 milijardi na 651 milijardu dolara. Globalizacija je ta koju najčešće povezuju sa širenjem slobodnog tržišta, a svako miješanje vlada pojedinih država u ekonomiju osuđeno je na neuspjeh. Argumenti zastupnika hiperglobalističke teze su da globalizacija ne označava samo kraj geografije nego i kraj nacionalne države.

Neoliberalni ekonomski rast odgovara manjini zemalja koje preko Međunarodnog monetarnog fonda, Svjetske banke, Svjetske trgovinske organizacije i drugih globalnih institucija moći, nameću liberalizaciju i tako kontrolisu domaće ekonomije. Uslijed neoliberalno utemeljenih globalnih nejednakosti, glad, siromaštvo i stopa smrtnosti su u porastu. Wendy Brown, baratajući s pojmom "...neoliberalizma kao modela racionalnosti, modela koji ekonomskutržišnu racionalnost hoće da instalira u sve sfere državnog života, tvrdi da neoliberalizam kao doktrina, politika i ideologija zagovara izgradnju institucija, politika i diskursa koji bi odgovarali toj racionalnosti te, istovremeno postavlja kao zadatak razvoj,

diseminaciju i institucionalizaciju takve racionalnosti.” (Zgodić, 2014: 237) Neoliberalna ekonomска globalizacija razorila je državu blagostanja i njen koncept pune zaposlenosti i na taj način povećala nesklad između bogatih i siromašnih, nerazvijenih i razvijenih, moćnih i nemoćnih država, naroda i pojedinaca. Neoliberalni ekonomski model racionalnosti zasnovan je, prije svega na odgovarajućem shvatanju i tretmanu, tako ga neoliberali nazivaju, slobodnog tržišta: to shvatanje čini noseći stub koncepta neoliberalne države.¹ U posljednjih stotinu i pedeset godina korporacija se uzdigla iz anonimnosti i postala vodeća svjetska ekonomска institucija. Možemo slobodno reći da danas korporacije upravljaju našim životima. One određuju šta jedemo, šta oblačimo, šta gledamo, gdje radimo i čime se bavimo. Neizbjegno a i nesvesno smo okruženi njihovom kulturom i ideologijom. Korporacije se ponašaju kao da su nepogrešive i svemoguće. Daju sebi za pravo da sve više utječu na odluke državnih vlasti te tako upravljaju donedavno javnim područjima društvenog života, a koje bi ih ustvari trebale da nadziru.

Kako navodi Fejzić: “Ekonomska politika savremenih nacionalnih država, a naročito njihova poreska politika, trpi velike štete zbog negativnih ekonomskih i političkih implikacija koje producira, donosi i uzrokuje korporacijski imperijalizam. Tako, na primjer, velike korporacije trebale bi državama u kojima eksploriraju prirodne resurse - plaćati adekvatan porez i koncesijske naknade za eksploriranje prirodnih izvora jer kad se neobnovljivi “...resursi države iskoriste, oni gube taj dio svog bogatstva. Porezi ubrani od onih koji eksploratišu izvorišta, međutim, pomažu da se ublaži taj gubitak.“ (De Dordž, 2003: 526, prema Fejzić, 2016: 175,176) Uslovi pod kojima moćne korporacije eksploratišu prirodne resurse su prilično zabrinjavajući, samim time što koncesijska prava i iskorištavanje prirodnih resursa kupuju od slabije razvijenih zemalja i zemalja u razvoju, po veoma niskim cijenama. “Multinacionalne korporacije obično se ponašaju neodgovorno u sferi poreske politike, odnosno sklone su različitim praksama utaja i neplaćanja poreza, jer im takvo poslovanje donosi dodatnu finansijsku dobit. Posebno omiljena praksa velikih transnacionalnih kompanija u oblasti poreske politike je fiktivno plaćanje poreza (Beck, 2003) koje državama u kojima su korporacije smještene ili imaju svoje ispostave preko kojih obavljaju svoju proizvodnu djelatnost nanoseći tako ogromnu finansijsku štetu.” (Fejzić, 2016: 176) Socijalna prava radnika i kvalitet socijalne egzistencije nije prioritet korporacijskih aktera. Korporacije imaju

¹ “U interpretacijama neoliberalizma smatra se, zapravo, da se najbolje demonstrira priroda neoliberalizma upravo kroz njegov odnos prema tržištu, odnos koji, međutim, stoji i pod nadzorom Međunarodnog monetarnog fonda pa će, otuda, Urlih Beck i reći: neoliberalna država jeste država natjecanja, država tržišta, oblik države u kojoj politika slijedi logiku kapitala. Taj oblik države, da tako kažemo, nosi oznaku odobrio MMF. Svjedoci smo da od početka 21. vijeka MMF nadzire ekonomsku politiku barem svake treće suverene države na Zemlji.” (Beck, 2004: 332, 331)

krajnje licemjeran odnos prema radnicima koje upošljavaju, pogotovo je to vidljivo u slabije razvijenim zemljama i zamljama u razvoju. Iako se o tome slabo govori, velike svjetske korporacije u zemljama Trećeg svijeta vrše klasičnu eksploraciju ionako obespravljenih radnika.

Ako gledamo sa stajališta neoliberalizma i neoliberalne države, Harvi smatra da “...slobodno kretanje kapitala između sektora, regionala i zemalja smatra se krucijalnom karakteristikom. Sve barijere takvom slobodnom kretanju kao što su carine, politika kaznenih poreza, planiranje i kontrola zaštite životne sredine ili druge lokalne smetnje moraju biti uklonjene, osim u onim oblastima koje su presudne za nacionalni interes kako god on bio definisan. Državni suverenitet nad tokovima roba i kapitala kako god on bio definisan svesno se predaje globalnom tržištu.“ (Harvi, 2012: 91. prema Zgodić, 2014: 238) Država je ta od koje se očekuje i koja treba da se prilagodi potrebama tržišta, koje joj nameće neoliberalna politika. “Neoliberalizam zna da ekonomija ne može nepredovati bez upravljanja i intervencija, ona mora biti usmjeravana, podržavana i zaštićena zakonom i političkim mjerama te širenjem društvenih normi osmišljenih da olakšaju kompeticiju, slobodnu trgovinu i racionalno ekonomsko djelovanje svakoj instituciji i pripadniku društva. Neoliberalizam priziva i hoće državu tražeći njenu asistenciju u tržišnoj ekonomiji. Država se odaziva, ona otvoreno odgovara na potrebe tržišta, bilo kroz fiskalne ili monetarne političke mjere, imigracijsku politiku, tretman prema zatvorenicima ili strukture javnog obrazovanja.” (Brown, 2012: 56. prema Zgodić, 2014: 238) Država sama mora da se organizuje i da djeluje upravo onako kako tržište od nje očekuje, tj., država treba da bude na usluzi i da se prilagodi potrebama slobodnog tržišta. “Država koja se ponaša prema uzusima neoliberalizma je država obavijena i oživljena tržišnom realnošću: ne samo profitabilnost, već općenito kalkulisanje troškova i dobiti postaju mjerilo svih državnih praksa. Politički diskurs je na svim razinama označen preduzetničkim rječnikom; država se mora ne samo baviti tržištem nego razmišljati i ponašati se kao tržišni igrač u svim svojim funkcijama, uključujući pravnu.” (Brown, 2012: 56. prema Zgodić, 2014: 238) Osluškujući potrebe tržišta i ponašajući se sama prema tržišnim normama, država stvara ambijent u kojem je rast i razvoj ekonomije osnova legitimacije države, što zbog odgovornosti države za razvoj ekonomije što zbog ekonomске racionalnosti kojoj su podvrgnute državne prakse.² Na državu se gleda kao na produženu ruku svjetskog tržišta, odnosno na državu koja je uključena u svjetsku tržišnu utakmicu.

² Neoliberalna mitologija tržišta razvila se unutar globalizma kao ideologije globalizacije. “Njegov katehizam može se sažeti u nekoliko rečenica: svet je totalno tržište; sve se može kupiti; svako se može kupiti; bog ovog sveta je novac; ne treba da imаш druge bogove sem njega; biti izvan tržišta je greh, a bez novca se stiže u pakao.“ (Elzeser, 2009: 6, prema Zgodić, 2014: 239)

Političari i ekonomisti koji obećavaju da će od liberalizacije trgovine svima biti bolje neiskreni su i licemjerni. Ekomska teorija pokazuje upravo suprotno: čak i ako zbog liberalizacije trgovine zemlji u cijelosti bude bolje, ona rezultira time da je nekim skupinama lošije, ne "snađu" se svi isto u tržišnoj utakmici. Ekomska globalizacija, kako tvrdi Neš, po mišljenju mnogih "...dovodi do ograničavanja kontrole nacionalnih država nad ekonomskom politikom. To svakako podrazumijeva udaljavanje od kejnsovske posleratne države u kojoj su se vlade, sindikati i nosioci biznisa upuštali u kompromise u domenu ekomske politike kako bi obezbjedili visoku stopu zaposlenosti i potrošnje, ekomski rast i socijalnu sigurnost. Organizovani radnici sarađivali su sa kapitalistima, a zauzvrat su dobijali socijalno osiguranje i zarade regulisane kolektivnim ugovorom; korporativni kapital obezbjeđivao je visok nivo investiranja, radi maksimalne produktivnosti; država je preuzeila obavezu usmjeravanja poslovnih ciklusa kroz fiskalnu i monetarnu politiku da bi obezbjedila visok nivo rentabilnosti kapitala, a ulagala je u javne radove i socijalne programe kako bi smanjila nezaposlenost i radnicima omogućila da troše kupujući potrošačka dobra." (Neš, 2006: 61,62) Dolaskom neoliberalnog sistema država se našla u jako teškom položaju: država sada mora da privuče multinacionalne korporacije, sa svim onim što to podrazumijeva u smislu uskraćivanja podrške militantnom sindikalizmu i stimuliranja globalnog kapitala, umjesto formulisanja uslova u kojima se kooperativna ekomska politika sprovodi radi ostvarivanja koristi za naciju kao cjelinu.

Početkom sedamdesetih godina dvadesetog vijeka dogodile su se bitne promjene za "... međunarodni finansijski sistem, izazvane promjenama odnosa ekomske moći najrazvijenijih zemalja svijeta. Kao reakcija na novonastale uslove na međunarodnim deviznim i finansijskim tržištima pojavili su se brojni, do tada nepoznati, finansijski instrumenti, čija je pojava imala dalekosežan uticaj na efikasnost ekomskih politika zemalja, a posebno na tri njena najznačajnija segmenta - monetarnu i fiskalnu politiku, kao i na politiku deviznog kursa. U suštini, ovakav razvoj događaja predstavlja svojevrsnu borbu između najmoćnijih finansijskih korporacija, sa visokim stepenom slobode u kreiranju poslovne politike i događaja u svjetskoj ekonomiji, sa jedne strane, i pokušaja državnih vlada da aktivno utiču na smjer poslovnog ciklusa, odnosno da usmjeravaju ekomski razvoj, sa druge strane." (Čaušević, 2004: 72) Kako se sada nalazimo u periodu tranzicije ka fleksibilnom postmodernom dobu koje karakterišu postfordovske tehnike i odnosi proizvodnje, najvažnije je da je kapital namijenjen finansiranju ojačao na račun države i organizovanog rada. "Nacionalna država u velikoj mjeri je izgubila kontrolu nad

ekonomskom politikom i odnosima vezanim za radnu snagu kojom je raspolagala u kejnsovskom korporatizmu. Primorana je da postane poduzetnička uz disciplinovanje radnika i smanjivanje moći sindikata, u cilju privlačenja kapitalnih investicija. Fleksibilno postmoderno doba je opasniji oblik kapitalizma u kome su država i organizovani rad na milosti kapitala namijenjenog finansiranju.” (Neš, 2006: 73) Posljedica toga je da pozicija rada postaje slabija, neorganizovani, dok je za to vrijeme pozicija kapitala sve jača. Korporacije su veoma kompleksne strukture ljudi tehnologije i ciljeva. Osnovna svrha postojanja korporacija je da donosi profit; stvara i podstiče nastanak novih tehnologija i proizvoda; da neprekidno raste i širi svoj domet i moć i da učvršćuje potrošački način života svuda u svijetu. Tako Zgodić upozorava: “Na djelu je planetarna panvladavina korporacija: nije to oblik vlasti koji egzistira samo unutar nacija-država, jer korporacijska vlast funkcionira - čak je to prostor na kojem se njena vlastodržačka moć nezasitno hrani i gdje ona može da se u svojim gorostasnim dimenzijama potvrdi i demonstrira na razini svjetskog poretku država. A na toj razini to je vlast koja, podređujući sebi cijele narode i države- i to tako što suštinski ograničava njihovu slobodu, nezavisnost i suverenitet - neprestano destabilizira i razara međunarodni pravni poredak.” (Zgodić, 2009: 245) Razvojem tehnike i tehnologija došlo je do lakše pokretljivosti i prenosivosti korporacija, što je dovelo do bržeg i boljeg načina opreme kompanija. Razvojem telekomunikacija a pogotovo u novije vrijeme internet komunikacije, korporacije sada nisu više vezane za domaće tržište, pa mogu po cijelome svijetu tragati za lokacijama koje im odgovaraju za proizvodnju dobara i usluga uz mnogo niže troškove. Tragajući tako za jeftinom radnom snagom, fleksibilnim poreskim i ekološkim zakonodavstvom, oni svoje proizvodne pogone izmještaju u slabije razvijene zemlje.

Kako piše Bruckner u svojoj knjizi Bijeda blagostanja: “Neoliberalizam je stvorio takvo okruženje da je postalo staromodno da se obračunava porez na dohodak, plaća zastarjela stvar, sindikat prepotopan, a sama ideja socijalne sigurnosti ili javne službe smiješna. Najvećim je zanesenjacima dovoljno da svakom problemu dodaju epitet tržišni kako bi se sve riješilo: tako će zagovarati tržišnu ekologiju, privatizaciju mora, planina, šuma, pa i zašto ne svemira, neki će se izdavati za vlasnike Mjeseca, Marsa, Saturna, brže-bolje patentirat će život, stanicu, tijelo, krv, pa čak i lijekove tradicionalnih medicina.“ (Bruckner, 2004: 87) Kritikujući tako hipertrofiranu državu, neoliberali je, a da toga nisu ni svjesni, reformiraju i jačaju kako bi na zahtjevniji način redefinirali njezine atributе i granice. Gajeći u sebi natjecateljski i tržišni duh “...neoliberalna država je politička zajednica u kojoj politika slijedi logiku kapitala ili, pak, država koja funkcionira u skladu s diktatom međunarodnih finansijskih institucija, kao što je, na primjer, Međunarodni monetarni fond. Neoliberalna država suprotstavljena je svjetonazoru

socijalne države u političkoj teoriji i praksi.“ (Fejzić, 2016: 37) Bolje rečeno, neoliberalna država nije utemeljena na načelima egalitarizma i pravde niti, pak, ima intenciju da ta načela implementira u političkoj praksi. Savremenoj liberalnoj državi nije neophodan legitimitet naroda zato što proces donošenja političkih odluka, svakako regulišu korporacijski moćnici. Postoji veliki kontrast između politike neoliberalne države - zasnovana je na postulatima tržišno-korporacijskog imperijalizma i ciljeva demokratske politike.³ Zahvaljujući globalizacijskim procesima korporacije ignoriraju javno dobro i urušavaju temeljne prepostavke demokratije tako što devastiraju tradicionalne prakse u poreskom svijetu - svijetu u kojem su oduvijek javno dobro, socijalna pravda, djelatnost države i demokratski običaji imali svoje materijalne temelje.

Neoliberalni mehanizam razaranja države i njene desuverenizacije nije jednodimenzionalan. Vrlo je kompleksan, zahvatio je sva područja društvenog života, od ekonomije, politike, do kulture i duhovnosti. Glavni oslonac i stub neoliberalizma su tržište i pojedinac. “Osnovni neoliberalni cilj je potisnuti granice države, pošto se vjeruje da će neregulisani tržišni kapitalizam donijeti djelotvornost, privredni rast i rašireno bogatstvo. Po tom gledištu, „mrtva ruka“ države guši inicijativu i koči preduzetništvo; vlada, bez obzira na to koliko ima dobre namjere, neminovno štetno utječe na ljudsku djelatnost. Ovo se ogleda u liberalnoj zainteresovanosti nove desnice za svojinsku politiku i davanju prednosti privatnom u odnosu na državno preduzetništvo i nacionalizaciju: „privatno je dobro, javno je loše“. Ovakve ideje su povezane sa krajnjim individualizmom koji je iskazala Margaret Tačer u čuvenoj izjavi: “Društvo ne postoji, već samo pojedinci i njihove porodice.“ Smatra se da *država dadilja*⁴⁵ podstiče kulturu zavisnosti i potkopava slobodu koja se shvata kao sloboda izbora na tržištu. Vjeruje se u samopomoć, ličnu odgovornost i preduzetništvo. Ove ideje se snažno šire procesom globalizacije, koji neki smatraju neoliberalnim.” (Hejvud, 2004: 99,100) Neoliberalizam je savremena verzija klasične političke ekonomije koja je razvijena u djelima ekonomista slobodnog tržišta, kao što su Fridrih Hajek i Milton Friedman i filozofa Robert

³ Korporacija je postala jedna od najvažnijih institucija, ako uzmemu u obzir sintetičke efekte njenog javnog djelovanja. Zbog akumulirane ekonomske moći multinacionalne korporacije se mogu označiti najvažnijim akterima neoliberalne globalizacije. U ostvarivanju profita do kojeg često dolaze putem nedozvoljenih praksi izrabljivanja, ucjena, prevara i kriminala – većina korporacijskih aktera ne respaktira nikakve moralne kriterije niti su zainteresovane za protekciju općeg dobra. Stoga, njihova marketinška politika, navodno, korporativne društvene odgovornosti najčešće ima samo promotivni karakter ili, bolje rečeno, markirana je političkim licemjerstvom. (Fejzić, 2016: 34,37)

⁴ “Država dadilja: država sa širokim društvenim odgovornostima; termin podrazumijeva da su socijalni programi neopravdani i ponižavajući za pojedinca. Smatra se da država dadilja podstiče kulturu zavisnosti i potkopava slobodu koja se shvata kao sloboda izbora na tržištu. Vjeruje se u samopomoć, ličnu odgovornost i preduzetništvo. Ove ideje se snažno šire procesom globalizacije, koju neki smatraju neoliberalnim.” (Hejvud, 5 : 99,100

Nozik. Fridman je bio profesor ekonomije na Čikaškom univerzitetu i osnivač je takozvane Čikaške škole.

Elizabeth Martinez i Arnoldo Garcia (u "Whatis neoliberalism") sa kritičkim tonom razmatraju osnovne aspekte neoliberalizma. Oni, može se reći, pokušavaju da što jednostavnije predstave neoliberalizam i to, prije svega, kao set ekonomskih politika. Prema njima osnovni aspekti neoliberalizma su:

- Vladavina tržišta; preduzeća su oslobođena obaveza prema državi, bez obzira na posljedice; cijene su regulisane na tržištu; radnici se «de-unionizuju», smanjujući tako i sigurnost zaposlenih; međunarodna trgovina se oslobađa obaveza stvaranjem freetrade unija (npr.NAFTA);
- Smanjenje državnih izdataka i to selektivno. Prema autorima u ime smanjenja uloge države smanjuje se pomoć nezaposlenima, zdravstvu, školstvu, dok, sa druge strane, pomoć biznisu ne trpi smanjenje;
- Deregulacija;
- Privatizacija koja za cilj postavlja veću efikasnost ali donosi i koncentraciju bogatstva u rukama bogatih pojedinaca i povećava troškove koje društvo plaća za zadovoljavanje svojih osnovnih potreba (školovanje, liječenje, čak i korištenje javnih dobara, voda za piće, struja...);
- Eliminacija koncepta javnog dobra ili društva i uvođenje individualne odgovornosti prebacujući problem siromaštva na one koji su siromašni označavajući ih, kako autori navode, lijenima. (Tomka, 2004: 217, 218)

Iskustva koja dolaze sa terena govore da i u industrijski razvijenim zemljama, najveći teret i štetu trpe oni koji su na dnu ljestvice - nekvalifikovani radnici. Jedan od razloga zašto je protivljenje liberalizaciji tako prošireno jeste i taj da je povećana nesigurnost. Osjećaj nesigurnosti pridonosi sve većoj nejednakosti u razvijenim i manje razvijenim zemljama, ona je vladama ograničila sposobnost reagovanja. Liberalizacija ne samo da zahtijeva ukidanje carina, koje su manje razvijenim zemljama važan izvor javnih prihoda, nego, da bi neka zemlja bila konkurentna, možda mora smanjiti i ostale poreze. Kako se smanjuje ubiranje poreza, smanjuju se i javni prihodi, što za sobom vuče to da treba praviti rezove i smanjivati javne rashode za obrazovanje i infrastrukturu, zatim rashoda za sigurnosne mreže kao što je osiguranje protiv nezaposlenosti u trenutku kad su važnije nego ikad, kako bi se reagiralo na konkurenčiju i pomoglo ljudima da se nose sa posljedicama liberalizacije.

Neoliberalni mehanizam razaranja države i njene desuverenizacije nije jednodimenzionalan. Vrlo je kompleksan, zahvatio je sva područja društvenog života, od ekonomije, politike, do kulture itd. "Patološka borba za sticanje profita uklesana je u temelje globalne politike koja je već dehumanizirala građansku egzistenciju i ugrozila političku stabilnost slabije razvijenih država čije su ekonomije zahvaćene stagnacijom i propadanjem. U neoliberalnoj politici nema mesta za moral, društveno odgovorno poslovanje i ekocentrično ponašanje zato što je neoliberalni svjetonazor u politici i ekonomiji u potpunosti distanciran od navedenih postulata i idealta." (Fejzić, 2016: 171) Situacija u svijetu prilično je zabrinjavajuća, jer svijetom dominiraju nerazvijenost, siromaštvo, glad u preko 130 zemalja, a upravo u tim zemljama živi 75% svjetskog stanovništva, koja proizvode svega 20% svjetskog BDP-a, dok je s druge strane bogatstvo i moć koncentrirano u svega 30 razvijenih zemalja.

Neoliberalna država se zalaže za slobodno trzište i privatni biznis, privatno obrazovanje i slobodno organizovanje. U tom smislu značajnu ulogu u neoliberalnoj doktrini imaju korporacije kao bitni mehanizmi koji podržavaju i šire neoliberalne doktrine. Hromadžić tako navodi, da je "Neoliberalizam danas zadobio status svojevrsnog hegemonističkog *Imperijalnog* modela mišljenja i diskursa, gotovo dio općeg *common sensea*, na način da mu je uspjelo izgraditi sebi svojstven etički kodeks koji se proširio daleko preko granice samog gospodarstva i tržišnih relacija. Štoviše, ideologiji neoliberalizma uspjelo je logiku tržišnih principa djelovanja u znatnoj mjeri prenijeti i na druga polja međuljudskih odnosa koji nisu primarno tržišno-ekonomski i profitno-interesno određena." (Hromadžić, 2008: 41) Ideološka matrica neoliberalizma upisana je u same temelje njegova djelovanja, kao teorije političko-ideoloških praksi koje predlažu da ljudski prosperitet može biti unaprijedjen liberalizacijom individualnih poduzetničkih sloboda i vještina unutar institucionalnog okvira kojeg karakterišu snažna privatna vlasnička prava, sloboda tržišta i slobodna trgovina. Korporacije teže da se oslobode ograničenja lokacije i dođu sada u situaciju da diktiraju državnu ekonomsku politiku. Uvidjevši da imaju u svojim rukama moć, korporacije počinju sa ucjenama državnih politika. Kako bi ostale u nekoj zemlji i nastavile sa ulaganjima, država je sada ta koja mora da bude privlačna, da se natječe i nudi povoljnije uslove za poslovanje, država treba da bude fleksibilna i prilagodljiva potrebama tržišta. Iz toga je proizašlo to da su države počele da krešu regulativu, posebno onu koja se tiče zaštite radnika i okoline, smanjivanje poreza i socijalnih programa, često bezobzirno zanemarujući i neobazirući se na posljedice.

Danas, u 21. vijeku, koncept suvereniteta je narušen i izložen je mnogim izazovima, od kojih je najznačajniji proces globalizacije koji je doveo do sve veće međupovezanosti ljudi širom

svijeta vidljive na svim poljima: političkim, vojnim, ekonomskim, kulturnim i pravnim. "Suverenitet države obezbjeden je međunarodnim sistemom država koji se razvijao paralelno sa odnosom međusobne zavisnosti. Globalizacija je narušila ovaj poredak stvaranjem internacionalnih i transnacionalnih institucija, prvenstveno radi rješavanja međunarodnih sukoba, a kasnije u cilju rješavanja drugih problema u svijetu. Ove nove političke institucije pluralizuju suverenitet i mijenjaju položaj nacionalne države u odnosu na njen absolutni suverenitet." (Neš, 2006: 67) Neoliberalizam se nadovezuje na klasični i ekonomski liberalizam, koji je temeljen na uvjerenju da je jedini bitan oblik slobode, sloboda od prisile i bilo kakvih ograničenja. Neoliberalizam favorizira laissez-faire ekonomsku politiku, odbacujući bilo kakvu intervenciju države u proizvodno-ekonomskoj sferi kao oblik prisile koji ograničava ekonomsku slobodu pojedinaca. Neoliberalizam je prva ekomska teorija koja tvrdi da cilj slobodnog tržišta nije ostvarenje zajedničke dobrobiti, već je važna samo sloboda pojedinca, odnosno odsustvo bilo kakve prisile u ekonomskoj razmjeni.

3.2. Hiperkapitalistička proizvodnja: robna trgovina

Društvo je danas ulovljeno u mrežu kapitalizma koja obuhvata mnoge sfere ljudskih aktivnosti te ne nudi put za izlazak. Kapitalizam je postao primjer u današnjem vremenu i društvu. Jedna od mnogih manifestacija kapitalizma jest konzumerizam. Činjenica je da i sami često podliježemo konzumerističkim navikama i u svakodnevnom životu neraskidivo smo vezani i ovisni o robi, njezinoj kupovini i trošenju. Konzumerizam se shvaća kao obilježje kapitalizma i dijete globalizacije. S promjenama u načinu proizvodnje dolazi do drugačijeg shvatanja društva. Konzumerizam se u svojoj suštini vezuje uz ekonomiju. Ali danas bi to značilo podržavanje visoke potrošnje koja se u ekonomskom smislu prihvata kao zdrava. Količina proizvodnje raste te se isto događa i s dostupnošću na polju tržišta, i potražnjom za istim. Iako konzumerizam znači poboljšan ekonomski razvoj i životni standard, negativne posljedice su izraženije. On dovodi do otuđenja, dehumanizacije pojedinca i cjelokupnog društva, zanemaruje radnička i ljudska prava te uz sve to uništava prirodno blagostanje i samu prirodu. Zatim, može doći do pojave bolesti i/ili psihičkih stanja nastalih potrošačkim načinom života. Prije svega, zanemaruju se istinske društvene vrijednosti što naposljetku dovodi do puke nezainteresiranosti za dešavanja koja nas okružuju, socijalne isključenosti, problemi sa mentalnim zdravljeni sve su izraženiji. Bitno postaje imati i kupovati proizvode te konzumirati usluge čime se stiče željeni društveni status.

Kultura potrošnje počela je da se proučava prije više od stotinjak godina i to kroz nekoliko ključnih pristupa. Prvom se takvom studijom smatra ona Veblenova iz 1899. godine pod

naslovom The Theory of the Leisure Class prema kojoj se promjene u potrošačkim praksama zapadnih zemalja objašnjavaju putem teza odnosno termina o „upadljivoj potrošnji“⁶ (conspicuous consumption). Uz nju se veže „upadljiva dokolica“⁶ (conspicuous leisure). Ova sociološka teorija polazi od prakse trošenja novca i drugih vrijednosti radi pokazivanja višega društvenog statusa te „imanja“ vremena za dokolicarenje što je immanentno društvenoj eliti. „Početkom 20. stoljeća u tome smislu raspravlja i njemački sociolog Simmel (Hromadžić, 2008) što znači da oba autora zagovaraju pristup konzumerizmu determiniran socijalnim, kulturnim i moralnim značajkama koje obilježavaju razdoblje tzv. viktorijanskoga puritanizma.“ (Hromadžić, 2008: 19) Naravno, ove prve teorije nisu zadugo mogle izdržati razvoj individualiziranih identiteta postmodernističkih kultura koje pogoduju subjektivističkim potrošačkim trendovima.

Autori koji se bave proučavanjem društveno-ekonomskih promjena, davali su im različite nazive „...superindustrijsko društvo, postburžoazijsko društvo, postkapitalističko društvo, tehnotroničko društvo, i drugi, a općeprihvaćeni termin postao je postindustrijsko društvo predložen od američkog sociologa Daniela Bella, kojeg je koristio u svojim predavanjima još 1950-ih godina.“ (Hromadžić, 2008: 31) Događa se svojevrsna hibridizacija nekad autonomnih sfera. Rad, politika i intelektualne aktivnosti sve se više isprepliću, a tradicionalne podjele između privatnog i javnog, te države i civilnog društva postaju sve maglovitije... Označavajući klasičnu masovnu industrijsku proizvodnju kao fordističku, vežući je za tekuću vrpcu, teorije koje se bave ovim pitanjima su paradigmu nastalih produksijskih promjena u postindustrializmu nazvali tojotizam, pri tome jasno aludirajući na poznatu japansku automobilsku korporaciju Tojota gdje termin *just in time* postaje oznaka za postfordističke proizvodne mehanizme; ključna razlika je promjena u načinu proizvodno-produksijskog procesa. Po fordističkom hijerarhijskom pristupu od vrha nadolje (od proizvođača do kupca), tzv. tojotizam uvodi obrnut smjer od kupca - njegovih želja, interesa, afiniteta - prema proizvođaču koji proizvodi takve, individualne i unikatno zahtjevane produksijske proizvode.⁷ Postfordistički proizvodni trend je kroz svoju socijalno-kulturnu inačicu - postmodernizam, proširio konzumerizam na sva područja privatnog i javnog života, postao je univerzalan model kasnokapitalističke životne svakodnevice - kada potrošnja postaje proizvodnja.

⁶ „Klasično Veblenovo tumačenje upadljive potrošnje (1899/2008) sugerira da će društvene grupe koje žive u obilju upotrebiti svoju kupovnu moć da bi zadobile društveni status kroz vidljivo posedovanje roba koje označavaju visok društveni položaj. Da bi se steklo i sačuvalo poštovanje drugih ljudi, nije dovoljno samo posedovati bogatstvo i moć, već se i bogatstvo i moć moraju javno pokazati. Poštovanje se stiče samo na

osnovu dokaza, a dokaz bogatstvane služi samo da se drugima pokaže svoja važnost i da se ta predstava o svojoj važnosti održi. Javno pokazivanje kupovne moći gotovo je isto toliko potrebno i radi građenja i čuvanja vlastitog samopoštovanja.“ (Leposava V., i sar. 2011: 179)

⁶ Upadljiva dokolica podrazumijeva „pojavu imanja slobodnog vremena, vremena za besposličarenje, kao karakteristike viših socijalnih klasa odnosno društvene elite“ (Hromadžić, 2008: 18).

⁷“Posrfordistička ekonomija biva pojačana produkcijom nematerijalnih inforormacijskih i jezičnokomunikacijskih usluga, znači informacijskom režimu produkcije zasnovanom na nematerijalnom radu, informaciji, znanju i jeziku kao dobrima koji se prodaju, gdje je bitan naglasak na originalnosti i individualnosti, pri čemu je nematerijalni rad dobro koje se prodaje, a klasična industrijska radna snaga postaje relikt prošlosti.” (Hromadžić, 2008: 32, 33)

Trend razvoja globalizacije značajno je pomogao u načinu na koji se akumulacija ostvaruje. Ovdje se prvenstveno misli na porast gotovih proizvoda i na organizacione uslove akumulacije. Tako je globalizacija sa sobom donijela “...bezbroj globalnih proizvoda i nekontrolisano širenje transplanetarnog novca i finansijskih tokova i razvoj velikih pomoćnih sektora akumulacije u industrijama informacija, komunikacija i biotehnologije.” (Šolte, 2009: 160) Kako se proizvodnja povećavala, globalizacija je osim pomoći u proizvodnji i teškoj industriji, značajno doprinijela porastu drugih sektora kao što su: "...potrošački kapital, finansijski kapital, komunikacijski kapital, genetički kapital, atomski kapital i kapital za brigu i zaštitu.” (Šolte, 2009: 160) Globalizacija je takođe doprinijela akumulaciji putem *offshore* centara i globalnih kompanija, a sve je to imalo dosad neviđen napredak korporacija i bogaćenja, povećavajući tako koncentraciju kapitala u tekućoj istoriji.

Gotovi proizvodi su predmeti koji se obradom i preradom pretvaraju u robu, zatim se prodaju na tržištu kao gotovi proizvod a sve s jednim ciljem - ostvarivanje profita. “Karakter robe mijenja se kroz historiju kapitalizma. Ranu akumulaciju profita uglavnom je obezbjeđivao trgovачki kapital: to jest, profit je obezbjeđivan trgovinom poljoprivrednih i rudarskih proizvoda, zatim određenom luksuznom robom, kao što su krvno i začini. Krajem osamnaestog vijeka na scenu dolazi i industrijski kapital: to jest, niz gotovih proizvoda je toliko porastao da je uključio proizvode obimne fabričke proizvodnje. Postepeno, krajem devetnaestog vijeka pridružuje se i finansijski kapital, odnosno njihovi instrumenti kao što su akcije i dionice, koje su se ubrzano pretvarale u robu.” (Šolte, 2009: 161) Nova ekonomija globalnog kapitalizma bolje opstaje od one starije. To nije slučaj napuštanja ranijih načina porobljavanja u korist novih oblasti akumulacije. Već, stari načini porobljavanja pokušavaju da opstanu i prežive u isto vrijeme kad niču novi sektori.

Moderni oblik porobljavanja kako ga nazivaju je potrošački kapital. Konzumerizam je bio prisutan i ranije, ali je do njegove ekspanzije došlo u sedamdesetim godinama XX vijeka. Konzumerizam čini uslugu akumulaciji kapitala. “Konzumerizam (nagon za potrošnjom) opisuje ponašanje u kojem ljudi oduševljeno stiču a često i veoma brzo gube razna dobra koja

korisniku donose neku vrstu neposrednog, ali sporadičnog zadovoljenja. Potrošački centri zadovoljavaju prolazne želje, posebno žudnju za novotarijama, razbibrigom, maštom, modom i uživanjem. Konzumerizam daje oduška neumjerenosti ili zapravo uskraćuje sve takve stvari. Potrošački kapital upućuje na akumulaciju profita koji se ostvaruje u kontekstu ove hedonističke potrošnje.“ (Šolte, 2009: 162) Potrošački kapitalizam obuhvata niz proizvoda od brendirane hrane i pića, markirane odjeće, zdravstvene zaštite, obrazovanja, motornih vozila, turizam, igre na sreću, spotrski susreti itd. Konzumerizam shvata proizvodnju kao zadovoljavanje želja. Ljudi moraju biti nagovoreni da kupe proizvode i iskustva koja bi u drugim okolnostima smatrali nepotrebnim.⁷ Još jedna jako bitna potrošačka aktivnost jeste turizam. Želja da se dožive jedinstvena i egzotična mjesta niču sve više počev od 1960-ih godina. Za razliku od samoorganizovanih putovanja u prošlosti, današnji turisti kupuju unaprijed spakovan i brendiran proizvod sa ranije režiranim i utvrđenim rutama. Turistička ponuda prati takvu potražnju pa se i luksuz spušta na nivo koji je dostupan širokim narodnim masama. Raskošni resorti, kruzeri, bogate trpeze u „all inclusive“ aranžmanima, sadržaji su na koje svakom pojedincu koji vapi za malo mira i odmora zastaje dah. Konzumerizam se ukorijenio svuda po svijetu, mada je više prisutan na sjeveru nego na jugu, i podložnije mu je urbano i gradsko stanovništvo. Dizajn i pakovanje pomogli su proizvođačima da podižu cijenu, pa samim tim i svoj profit. Povećavajući tako cijene, povećavali su se i prihodi a proizvodi imaju kratak rok upotrebe, što sa sobom povlači češću kupovinu, konzumerizam tako ima centralnu ulogu u održavanju i razvoju savremenog kapitalizma.

Finansijski kapital je svaki ekonomski resurs mjerjen novcem koji poduzetnici koriste za kupovinu onog što im je potrebno za proizvodnju svojih proizvoda ili za pružanje usluga na kojem se temelji njihovo poslovanje. “Finansije se porobljavaju kada se trgovina stranim novcem, akcijama, obveznicama i slično koristi ne samo kao pomoć kapitalističkoj proizvodnji u drugim oblastima, kao što su poljoprivreda i industrija, nego i kao sredstvo akumulacije u pravom smislu te riječi. Valute mogu da se kupuju i preprodaju u nadi da će se ostvariti profit (putem provizija i kolebanja mjenjačkog kursa), da bi se obezbjedila prekogranična trgovina.

Investitori mogu da trguju akcijama prije nego na osnovu naplata dividendi i doznaka.“ (Šolte, 2009: 165) Trgovina finansijskim instrumentima sve više poprima samostalan tok akumulacije, a sve zahvaljujući globalizaciji finansija koja je prisutna u današnje vrijeme.

⁷ “Zato su dizajn i prezentacija postali glavna preokupacija na savremenim tržištima. Tako je u 2000. godini, svjetska industrija ambalaže proizvela 1.4 milijardi tona materijala od kojeg je 70% upotrebljeno za potrošnu robu, u vrijednosti od 443 milijarde eura. Tako promučurna strategija brendiranja može da nešto obično preoblikuje u izuzetno. Reklamiranja je, naročito u posljednjim decenijama postalo nezaobilazan pratilac mnogih kapitalističkih preduzeca.“ (Šolte, 2009: 163)

Glavni nosilac ekspanzije finansijske aktivnosti su elektronske suprateritorijalne transakcije koje se momentalno prebacuju s jednog na drugi kraj planete. "Savremeni finansijski kapitalizam obuhvata i nove vrste institucionalnih investitora, uključujući pojedine trustove, uzajamne fondove, penzione fondove i osiguravajuća društva. Ukupna suma investirana u ove fondove iznosila je jedan trilion dolara 1990. i tri triliona dolara 1996. godine, da bi krajem 2004. godine dostigla 8,1 trilion dolara (FT, 27. mart 1996: 29; ICI, 2005). Vrijednost svjetskih penzionih fondova dospjela je iznos od 13 triliona dolara u 2000. godini (The Economist, 20. maj 2000: 127)." (Šolte, 2009: 167) Finansijski trgovачki centri širili su se po cijelom svijetu, a mjenjačnice su se pojavile na mjestima ko što su Malavi i Burma, gdje je to do prije par decenija bilo skoro pa nemoguće. Mjenjački poslovi u stranim valutama su cvjetali "...premašili su trilion dolara dnevno već sredinom 1990-ih i gotovo dva triliona dnevno u 2004. godini." (Šolte, 2009: 167) Zahvaljujući povećanom obrtu na finansijskim tržištima, došlo je i do velike akumulacije. Tako su, "...mjenjački poslovi stranim valutama obezbjedili od 1970-ih, bankama velike izvore prihoda. U jednom velikom ulovu trgovci stranim valutama ostvarili su 1992. godine 3 milijarde funti zahvaljujući pokušajima Engleske banke da stabilizuje funtu sterlina u skladu sa mehanizmima tadašnje EU kursne liste. Georg Soros je tom prilikom zaradio milijardu funti kladeći se (na svjetskim finansijskim berzama- prim. prev) protiv funte." (Šolte, 2009: 167) Poduhvatili transsvjetskih bankarkih korporacija bili su glavni kanali akumulacije viška kapitala. Iako se banke suočavaju sa brojnim krizama, kao što je kašnjenje u ispunjavanju obaveza krupnih komercijalnih zajmova na jugu, njihovi profiti ostali su visoki i sigurni. "Banke su osnovale jedinstvenu grupu od 18 članica, između 100 najvećih svjetskih kompanija sa tržišnom kapitalizacijom sredinom 1990-ih godina (FT 500, 1997:6-7). Bankarstvo je bilo najveći sektor u 2004. godini, sa berzanskom vrijednošću akcija od 2,6 triliona dolara." (Pretzlik, 2004. prema Šolte, 2009: 168) Trgovci finansijskim derivatima nisu uopšte govorili o svojoj dobiti, ali su se menadžerima isplaćivale vrtoglave cifre, što govori o kakvom profitu je riječ.

Zahvaljujući ubrzanim globalizacijskim procesima informacijski i telekomunikacijski kapital došli su u središte kapitalizma dvadeset prvog vijeka. Ovo je jedan od neopipljivih oblika kapitala, a ide ka tome da zauzme vodeće mjesto u ostvarivanju profita. Zahvaljujući informatičkim tehnologijama podaci, poruke, ideje i slike s lakoćom putuju svijetom uz pomoć elektronskih mreža i postaju visoko profitabilan posao. "Informatičke tehnologije (IT), telekomunikacije i mas-mediji postali su osnovna gradilišta akumulacije profita posljednjih decenija. Savremena proizvodnja informacija i komunikacija proširila je doseg postvarenja ili komodifikacije u četiri glavna vida: hardver, softver, usluga i sadržaj." (Šolte, 2009: 170)

Servisiranje informatičko-komunikacijske opreme već je postalo jako profitabilna industrija. Ako genetički i atomski kapital poredimo sa prethodno pomenutim, uvidjet ćemo da su to jako mali iznosi akumulacija, ali svakako imaju mogućnost da igraju veliku ulogu u budućoj globalnoj akumulaciji. "Biotehnologija - objedinjavanje biohemije, mikrobiologije i inžinjeringu podrazumijeva mapiranje i rukovanje osnovnim elementima za izgradnju života. Započet otkrićem DNA 1953. godine, a razvijan od 1970-ih, moderni genetički inžinjering ima primjenu u mnogim sektorima, uključujući poljoprivredu (tj.GM usjeve), hemikalije (tj. plastiku), energiju (tj. biogoriva), šumarstvo (tj.pulpu i papir), medicinu (tj.kulturu ćelija i tkiva), vojsku (tj. biološko oružje) i farmaciju (tj. hormone i insulin)." (Šolte, 2009: 173) Vrijeme koje dolazi je vrijeme genetičkih istraživanja gdje se očekuje da biotehnologija unaprijedi borbu protiv bolesti, siromaštva i ekološkog propadanja, dok kritičari pak upozoravaju da ovo polje otvara vrata za klonove, dizajnirane bebe i nove i neizlječive bolesti.

Postoji još jedan oblik porobljavanja koji možemo da nazovemo kapital socijalnog staranja. U svakodnevnom životu sve smo više svjedoci toga da dosta ljudi iz raznih razloga zatraži usluge sektora socijalnog staranja. Tu se prvenstveno misli na invalidna lica, lica treće životne dobi, bolesna lica i maloljetnike. Tradicionalno, socijalni rad nije porobljen. Podizanje djece, vođenje domaćinstva, liječenje, poslušnost i spolni odnosi, uopšteno gledajući, nisu predmeti komercijalnih transakcija. Međutim, bogatija domaćinstva već odavno imaju plaćenu poslugu. Zatim moderni medicinski profesionalci naplaćuju liječenje svojim pacijentima, a prostitucija se već vijekovima smatra *najstarijim zanatom* na svijetu, gdje prostitutke žive od svog rada. Mada većina svakodnevnih poslova, koje uglavnom obavljaju žene, još uvijek se ne naplaćuje. "Socijalni rad je neophodan da bi kapitalizam funkcionalisao kao cjelina." (Mies,1998; Peterson, 2003:pogl.4, prema Šolte, 2009: 175) Podizanje i socijalizacija djece životno su značajni za pripremu sljedeće generacije kapitalističkih investitora i radnika. Neplaćeno materijalno, afektivno i čulno izdržavanje u privatnoj sferi domaćinstva podupire druge porobljavajuće poslove u javnoj areni plaćenih radnih mjesta. Štaviše, neplaćeni domaći radnici od kojih su većinom žene, obezbjeđuju veliku klijentelsku osnovu za još naglašeniji potrošački kapitalizam. Po Šolteu: "Pod narastajućim hiperkapitalizmom, čak se i obezbjeđivanje zaštite ubrzano porobljuje. Ovaj trend je očigledan posebno na sjeveru, s porastom komercijalnih zdravstvenih usluga, zbrinjavanje djece, starački domovi, agencije za održavanje stanova, profesionalnih savjetovališta i drugih terapija, kancelarija za sklapanje brakova i usvajanje djece, hraniteljstvo i nagli porast (često legalizovane) seks industrije sa erotskim plesnim klubovima i sličnim radnjama, kao što je npr. prostitucija." (Šolte, 2009: 175) Svjedoci smo migracije koje se dešavaju sa juga na sjever, gdje globalne kompanije za njegu traže radnike

da opslužuju potrebe brige i njege na sjeveru. Ovdje se radi o ekonomskim migrantima koji za male plate obavljaju ove poslove. Skoro pa svakodnevno možemo vidjeti agencije koje se reklamiraju kao posrednici pri zapošljavanju medicinskih radnika u zemljama Evropske Unije. Tako je i kapital socijalnog staranja podlegao procesima globalizacije, pa se sada sa sigurnošću može tvrditi da su to globalne kompanije koje ostvaruju jako velike profite. Potreba za brigom i opskrbom osoba koje su u potrebi u Evropi je zaista velika.

Kada sve ove modele porobljavanja rezimiramo dolazimo do zaključka da "...ekonomija poprima drugačiju stvarnost." (Šolte, 2009: 176) Starija i osnovna roba ostala je i dalje u opticaju, mada je izgubila na jačini i ne preovladava više u akumulaciji kapitala na globalnom nivou kao što je to nekad bio slučaj. Manipulacije koje se dešavaju u globalnom knjigovodstvu omogućile su kapitalizmu mogućnost da ubire profite na mjestima s niskim porezima u transplanetarnim prostorima. Tako *offshore* centri obezbijedju veliki podstrek akumulaciji kapitala. "*Offshore* centri ili uopšte ne naplaćuju, ili naplaćuju tek minimalne korporativne, prodajne i personalne poreze. Ova mjesta primamljuju kapital niskim troškovima ulaganja, ograničenim propisima, povlasticama i zakonskim garancijama privatnosti. Eufemizmi potvrđuju da offshore aranžmani obezbijedu poresku efikasnost i diskreciju. Tako offshore aranžmani ostvaruju mnoge mogućnosti za akumulaciju. Države formiraju *offshore* zone radi pokretanja globalne proizvodnje i za aktivnosti globalnih finansija." (Šolte, 2009: 177) Mjesta specijalnog oporezivanja nalaze se uglavnom na ostrvima kao što su Bahami ili Bahrein koja su grijezda *offshore* centara. Takođe "...internet je otvorio daljnje mogućnosti za offshore poslovanje u domenu igara na sreću (kocke), telekomunikacija i trgovine elektronskim putem." (Šolte, 2009: 177) *Offshore* poslovanje je potpomoglo akumulaciju kapitala i enormno bogatstvo pojedinaca.

Globalne kompanije pozicionirale su se visoko u savremenom kapitalizmu. Godišnji profiti ovih kompanija nadmašuju BND mnogih manjih zemalja. Globalne kompanije uspostavljaju svoje podružnice u mnogim zemljama širom svijeta. "Globalne korporacije često smještaju svoju proizvodnju i tržišta na komercijalno najbolje lokacije, ma gdje na Zemlji ta mjesta bila. Čak i kada fabrika i oprema ostaju čvrsto na određenim lokacijama, transsvjetske kompanije povećavaju svoje prihode putem formula globalnog knjigovodstva. Transferom određivanja cijene, firma može postaviti cijene za svoju prekograničnu trgovinu unutar firme na takav nivo da njeni profiti teku prema završnim računima onih podružnica koje su smještene u zemljama sa najpovoljnijim porezima, blažim kontrolama ili drugim zakonskim povoljnostima." (Šolte, 2009: 179) Kako je globalna proizvodnja i mobilnost kapitala

objedinjena zahvaljujući multinacionalnim korporacijama koje su svoje poslovanje proširile i u jako udaljene i slabije razvijene zemlje. Često se tvrdi da su multinacionalne korporacije konsolidovale i nastavile već postojeću postkolonijalnu podjelu rada, s obzirom da uglavnom posluju iz razvijenih zemalja, a koriste mogućnosti jeftine radne snage i resursa nerazvijenih dijelova svijeta. Jedan takav primjer koji je na lošem glasu je multinacionalna kompanija *Nike*.⁹ *Nike* je kompanija koja je

⁹ *Nike* je kompanija koja je sa godišnjim prometom iz 1994. godine dostigao 4 milijarde dolara, zapošjava 9.000 ljudi u SAD-u u oblasti dizajna, marketinga i distribucije, pri čemu kroz kooperantske ugovore, koji na lošem glasu iz razloga što su radnici loše plaćeni, loši uslovi rada, te da zapošljavaju čak i maloljetnu djecu.

Po Hromadžiću, svjedoci smo svakodnevnih promjena koje se dešavaju u proizvodnoj politici, tako što se "...proizvodni proces seli iz matične tvornice te nastaju manji proizvođači koji proizvode pojedinačne dijelove konačnog proizvoda, zatvaraju se skladišni prostori koje zamjenjuje sve veća mobilnost, jačaju nematerijalne, informacijske i jezičnokomunikacijske usluge, a naglasak se postavlja na individualca koji svojom originalnošću i autonomnim radom zamjenjuje industrijskog radnika. Radi se o fenomenu prekarnosti. Tim se terminom, koji u širem smislu označava aktuelne životne uslove, a u užem radne okolnosti i taktike preživljavanja, pokušava obuhvatiti i objasniti kompleksne promjene pozicioniranosti radnika i njihovog rada, okolnosti pod kojima su makroekonomski, proizvodno-produkcijske transformacije, dovele do situacije trajne radne i životne nesigurnosti sve većeg dijela populacije i porast strukturalne nezaposlenosti na mikrorazinama života. Nekadašnja teško stečena radnička prava i socijalne pogodnosti (zaposlenje na neodređeno vrijeme, socijalno i zdravstveno osiguranje, definirano radno vrijeme, godišnji odmori, regresi, sindikalno organiziranje...) iz vremena dominacije tvorničke, materijalne industrijske proizvodnje, postaju teže dostupnima sve većem broju ljudi, a zamjenjuju ih fleksibilni, često samo honorarni i ugovorni, poslovi uglavnom nematerijalnog, uslužnog i komunikacijsko-informacijskog tipa za određeno razdoblje, sa sve manjim brojem radnih benefita." (Hromadžić, 2008: 36) Doskorašnji uhljebljeni fabrički radnik industrijskog kapitalizma i socijalizma, radnik koji je imao zagarantovano radno mjesto do svog odlaska u penziju, zamjenjuje prekarni radnik postindustrijskog globalnog kapitalizma, čije je radno mjesto svedeno na stalnu nesigurnost. Bolje rečeno, industrijski proleter postao je postindustrijski prekarni radnik. Jedan od takvih tipičnih oblika prekarnosti predstavljaju svakako privremeni i povremeni poslovi, kao i djelimično finansirani procesi samozapošljavanja. Pred početak sezone (ljetne, zimske) možemo vidjeti reklame da se traže sezonski radnici na 3 ili 6 mjeseci,

gdje radnici rade u vrlo teškim i nehumanim uslovima. Ovi uslovi i poslovi se prvenstveno odnose na nekvalifikovanu radnu snagu i radnike koji u procesu tranzicije nisu uspjeli da se prekvalifikuju.

Ovdje će kao primjer navesti jednu reklamnu kampanju koja je pokazala neobuzdanu konzumerističku žudnju za nečim novim, „...kampanju, koja je ujedno i najpoznatija kritika evropskom konzumerizmu bila je češki dokumentarni film *Češki San*, 2004. godine, autori Filip

pokrivaju 100% proizvodnje, angažuje 75.000 ljudi u zemljama u razvoju, (Kina, Južna Koreja, Tajvan, Tajland). (Neš, 2006: 61)

Remunda i Vit Klusak, dodijelili su sebi ulogu vodećih menadžera izmišljenog lanca hipermarketa. Reklamnom kampanjom koju su jako dobro osmislili, unajmivši čak i profesionalnu agenciju za oglašavanje, najavili su otvaranje novog hipermarketa, s nevjerovatno povoljnim cijenama. Kampanja je uključivala televizijske i radijske spotove, letke, osvijetljene panoe, reklamnu pjesmu, internet stranicu, oglase u novinama, koji su vršili promociju navodnih proizvoda marke *Češki san*. Koristeći jednostavni trik antireklame koja je zapravo najbolja reklama, u obliku slogana poput „Ne idite“, „Ne žurite“, „Ne trošite“. Kampanja je uspjela, piše Hromadžić, budući da je privukla nekoliko hiljada ljudi na otvaranje hipermarketa koji zapravo nije ni postojao. Masa ljudi nestrpljivo je iščekivala da se vrata hipermarketa napokon otvore, no kada se to dogodilo, umjesto šarenih polica i artikala dočekalo ih je lažno pročelje i metalne cijevi iza ogromne kulise.” (Hromadžić, 2008: 71,72) Iako su neki osuđivali opravdavajući ljutnju i razočaranje prevarenih i izmanipulisanih ljudi, ne možemo poreći činjenicu da film *Češki san*, na zabavan i provokativan način simbolizira učinak i posljedice neobuzdanog trenda potrošnje u postkomunističkom društvu, kritiku potrošačke ovisnosti, kritiku lakovjerne mase, mehanizama marketinško-propagandnog zavođenja. Spomenuti film, kako tvrdi Hromadžić, „...ostavlja prostor za neka kompleksnija psihološka pitanja glede konzumerizma, a to je dilema da li su prakse današnje potrošnje nametnuta ideologija suvremenog kapitalizma ili tek slobodan izbor pojedinca? Kako mediji i oglašavanje utječu na životni stil pojedinaca? Možemo li govoriti o svojevrsnoj evoluciji iz građanina/radnika u potrošača?....” (Hromadžić, 2008: 74) Rast transplanetarnih i suprateritorijalnih prostora pridonio je porastu nivoa akumulacije viška vrijednosti i potpomogao moć kapitalizma u savremenom društvu. Kako se globalizacija razvijala i jačala od kapitalizma ka hiperkapitalizmu, sa sobom je nosila i brojne nejednakosti prvenstveno između klasi, rasa, zemalja, kao i između gradskog i seoskog stanovništva. Akumulacija

kapitala je nešto što je nezaustavljivo i stalno se nastavlja, ma kako okolnosti nam se činile i bile nestabilne i nepravedne prema mnogim pojedincima, preuzećima i vladama.

Prelaz s fordističkog u postfordistički način proizvodnje, upućuje Hromadžić, doveo je do širenja multinacionalnih kompanija, a to je ujedno značilo i razvoj šoping centara. Svrha centara bila je izmjestiti kupovinu u centru grada onom na rubu grada. Takvim postupkom izmjehstanja velikih kupovnih centara na periferije i van grada, širili su se gradovi, ali i stvarali svojevrsni mali gradovi, šoping centri, u kojima su ljudi imali sve što im je bilo potrebno. Glavna svetkovina konzumerizma je kupovanje po šoping centrima. U proteklom periodu ova priredba postala je svakodnevna aktivnost stotina miliona ljudi. S prividnom neumoljivošću, radno vrijeme šoping centara je uglavnom do kasno u noć, pa i vikendom i praznicima. I pored protesta koji organizuju organizacije koje se zalažu za prava radnika koji rade u trgovini i uslužnoj djelatnosti, da i oni imaju pravo provesti praznike ili vikend sa svojim porodicama, ti protesti ne dopiru do poslodavaca. Šoping centri su danas postali moderni industrijski centri. To su meke, hramovi savremenog potrošačkog stila, mjesta ritualnog konzumerizma koja prakse kupovanja povezuje sa zabavom i užitkom u slobodnom vremenu. Kupovanje postaje zabava, zabava je kupovanje. Šoping centri su postali prostor socijalne interakcije, druženja, ali i mjesta za utopistička sanjarenja, maštanja, čime nude i nešto više od zadovoljenja pukih funkcionalnih potreba. Ciljano su osmišljeni kao mjesta cijelodnevnog boravka za cijelu porodicu, koji omogućavaju savršenu kombinaciju kupovine, zabave, relaksacije, rekreativne prehrane za sve generacije, svima treba da se ugodi, jer svi su potencijalni konzumenti i potrošači.

4. KONZUMERIZAM I SAVREMENA POLITIKA

4.1. Implikacije konzumerizma kao ideologije i politike potrošnje

Konzumerizam i potrošačko društvo nije nešto što je nedavno izmišljeno, prisutan je u društvu vijekovima, samo je imalo drugaćiju konotaciju. Ljudi su od postanka bili konzumenti kako bi zadovoljili svoje životne potrebe i ugodili sebi u životnoj svakodnevici. Međutim, ovaj današnji način pretjeranog konzumerizma, prevaziđa granice dosadašnjeg viđenja istog. Kako navodi Šolte: "Jedan od glavnih uveliko raširenih novijih oblasti porobljavanja jeste potrošački kapital. Konzumerizam – nagon za potrošnjom opisuje ponašanje u kojem ljudi oduševljeno stiču a često i veoma brzo gube dobra koja korisniku donose neku vrstu neposrednog, ali sporadičnog zadovoljstva." (Šolte, 2009: 162) Ekonomski rast je osnova koja diktira potrošnju. "...učestalo je mišljenje da je neoliberalni fundamentalizam doveo do nezasitne želje za dobiti, neobuzdane težnje za sve većom potrošnjom, degradacije tradicionalnih vrijednosti solidarnosti, urušavanja kvalitete obrazovanja, zdravlja i socijalne sigurnosti, uništavanja okoliša i drugih, za društvo negativnih posljedica." (Žakman i sur. 2016: 43) Potrošački kapital upućuje na akumulaciju profita koja se ostvaruje u kontekstu ove hedonističke potrošnje. Potrošnja je još krajem 18. vijeka postala masovna, a u našem je vremenu potiho prerasla u ideologiju posjedovanja proizvoda koji nose sa sobom statusnu pripadnost i identifikacijski značaj. "Danas potrošački kapitalizam podrazumijeva ogroman niz proizvoda, uključujući brendiranu hranu i pića, dizajniranu odjeću, zdravstvenu pomoć, motorna vozila, dozvoljene i nedozvoljene lijekove i narkotike, turizam, ugovorene sastanke sa poslovnim agencijama, fotografije, audio-vizuelne proizvode i masovne spektakle kao što su lutrijska izvlačenja i sportski susreti." (Šolte, 2009: 163) Zahvaljujući slobodnoj trgovini i drugim oblicima ubrzane deregulacije, globalno tržište napokon je postajalo realnost, ali postavljala su se nova pitanja koja su tražila hitne odgovore: "...naći najbolji način da se proda isti proizvod preko različitih granica? Kako se reklameri trebaju obratiti cijelom svijetu odjednom? Kako se jedna kompanija može prilagoditi kulturno-geografskim razlikama, a istovremeno ostati koherentna?" (Klein, 2002: 92) Najpoznatiji slučaj je distribucija *Coca-Cola* proizvoda koji su neznatno modifikovani tako da odgovaraju ukusima onih kojima su namijenjeni širom svijeta.

Konzumerizam je posljedica kapitalističkog sistema koji pomoću manipulativnih medija kreira potrošačke navike. "Prožimajući globalnu kulturnu stvarnost jednoličnim TV programima i neinteligentnim reklamama, ove korporacije sve više oblikuju identitet i

strukturu želja ljudi širom svijeta. U posljednje dvije decenije, mala grupa veoma velikih transnacionalnih kompanija počela je dominirati globalnim tržištem zabave, vijesti, televizije i filma.“ (Steger, 2003: 76) Kada govorimo o medijima i njihovo moći, više se oni ne smatraju sedmom silom kako je to bilo nekada, već kotiraju jako visoko „...kao četvrta vlast, koja pazi na zloupotrebu političke moći, te je razotkriva.“ (McNair, 2003: 67, prema Fejzić, 2016: 129) Najmoćniji mediji, kako sami sebe percipiraju, su samozvana i relativno neovisna grana vlasti, jer je podložna samo utjecaju vlasnika i superiornih političkih interesa. „Zato je ona, ta vlast, sila i moć bez kontrole, može - i tako postoji, i to jeste - biti nasilje, može biti čak i teror. Mediji kao takvi prebivaju pod formalnim slobodama: jer oni sami sebe tako doživljavaju i predstavljaju, pa ih u ime slobode niko ne smije nadzirati, ometati i kritikovati.“ (Zgodić, 2009: 301) Svaki pokušaj uvođenja kontrole nad aktivitetom medija povezan je sa zadovoljavanjem nekih pragmatičnih i profiterskih interesa. „U normativnom smislu identificira se pet idealnih funkcija komunikacijskih medija u demokratskim društvima: oni moraju informisati građane o onome što se oko njih događa, moraju obrazovati u pogledu značenja činjenica i mediji moraju pružiti platformu za javni politički diskurs koji će olakšati oblikovanje javnog mnijenja i pružiti javnosti povratne informacije o tome mnijenju, jer je ono iz nje i došlo.“ (Zgodić, 2009: 302) Glavnim izvorom moći medija smatraju se njihove veze sa korporacijama, npr. mediji se organizuju u formi korporacija. To su veliki mediji koji funkcionišu kao transnacionalne kompanije. Njihovi programski sadržaji prodaju se u cijelom svijetu, u svom vlasništvu posjeduju medije iz različitih država te, uz to, imaju ogromnu finansijsku moć. Velike medijske korporacije često apsorbiraju suparnička medijska poduzeća čime postaju sve veće, a, s druge strane, sve ih je manji broj.⁸ Ako pogledamo unazad nekih petnaestak godina većina kompanija koje danas posluju nije postojala ni približno u sadašnjem obliku kompanije. „Danas, većina medijskih analitičara priznaje da je pojava globalnog tržišta komercijalnih medija ravna stvaranju globalne oligopolije, slične onoj naftnih i automobilskih industrija na početku dvadesetog vijeka. Ključni kulturni inovatori ranijih decenija - male neovisne radio stanice, bioskopi, novine i izdavači knjiga bukvalno su izumrli pošto su postali nesposobni da se nose s medijskim divovima.“ (Steger, 2005: 76,77) Takva politika proizvodi uniformisano mišljenje u javnom prostoru koji odgovara pristalicama neoliberalnog i korporacijskog imperijalizma.

⁸ U posljednje dvije decenije „...mala grupa veoma velikih transnacionalnih kompanija počela je dominirati globalnim tržištem zabave, vijesti, televizije i filma. U 2000., samo deset medijskih konglomerata – AT&T, Sony, AOL/Time Werner, Bertelsmann, Liberty Media, Vivendi Universal, Viacom, General Electric, Disney i News Corporation – činili su više od dvije trećine sume od 250-275 milijardi dolara, koliko iznose godišnji svjetski prihodi koje stvara industrija komunikacija.“ (Steger, 2005: 76)

Očigledne su posljedice promovisanja načela deregulacije i privatizacije u sferi medija i medijske politike, što je doprinijelo njihovoj komercijalizaciji. Deregulacija predstavlja politički i industrijski pritisak da se država povuče iz medijskog sistema, kao vlasnik, osnivač, regulator, kontrolor i finansijer.⁹ Sklanjanjem države iz medijskog sistema stvara se prostor za produciranje uniformisanog mišljenja koje odgovara pristalicama neoliberalnog korporacijskog imperijalizma. Mediji koji pokušavaju da ostanu autonomni i neovisni o velikim korporacijama dolaze u stanje da ne mogu da obavljaju svoju normativnu funkciju, tj. nemaju dovoljno uticaja i moći kako bi se suprotstavili korporacijskim medijima. Vrlo često se dešava da u pokušaju svoje neovisnosti mnogi izdavači, časopisi, novine, radijske i televizijske kompanije jednostavno bivaju ugašene. “Izvorna svrha i normativne funkcije medija su pod uticajem korporacijskog imperijalizma znatno izmijenjene i svedene su na ortodoksnu finansijsku računicu. Konvertitski duh korporacijskih medija reducirao je, zapravo, njihov osjećaj za društvenu odgovornost i eliminirao je njihov heretički mentalitet.“ (Fejzić, 2016: 133) Veliki svjetski mediji najčešće se pozivaju na društveno odgovorno poslovanje – iako ono ponekad ima obilježje lažne nesebičnosti kada promovišu njihov javni aktivitet i proizvodnu djelatnost u javnoj sferi. Mnogi se “...TV programi pretvaraju u globalna tržišta trača pružajući gledateljima i čitateljima svih uzrasta isprazne detalje o privatnom životu američkih slavnih ličnosti kao što su Britney Spears, Jennifer Lopez, Leonardo Di Caprio i drugi. Dokazi govore da ljudi širom svijeta, a posebno oni iz bogatih zemalja sjeverne hemisfere gledaju televiziju više nego ikad ranije.” (Steger, 2005: 77) Dnevno vrijeme provedeno ispred TV-a u domaćinstvu Sjedinjenih Država povećalo se sa 5 sati i 56 minuta u 1970., na 7 sati i 26 minuta u 1999. Iste godine, TV pretplatnička stopa bila je rekordnih 98.3%, a domaćinstva koja su imala dva ili više TV prijemnika 73.9%. Tako su “...moćni medijski konglomerati zagovornici, promotori i nosioci politike konzumerizma. Oni produciraju i prodaju svoje medijske programe “...po celom svetu.“ (Krec, 2005: 235) Velika medijska preduzeća uz pomoć različitih medijakratskih metoda nesebično asistiraju moćnim multinacionalnim kompanijama u konzistentnom provođenju politike korporacijskog kolonijalizma u planetarnim okvirima koja, u osnovi, drastično reducira moć, stabilnost i koheziju nacionalnih društava, država i ekonomija.“ (Fejzić, 2016: 133,134) Ovdje mediji prestaju biti savjest društva i čuvari demokratije, jer gube funkciju odgovornog kontroliranja zloupotrebe politike, jer su i sami postali vladari. Kako navodi Zgodić “...na djelu je parazitska simbioza politike, medija i njihovih vlasnika. To je vlast koja nema nikakvu demokratsku legitimaciju, niti je demokratski izabrana, niti je kontrolirana i demokratski

⁹ “Počev od osamdesetih godina prošlog vijeka deregulacija postaje vodeća orijentacija u svijetu, pa većina zemalja od tada reorganizuje svoje informaciono-komunikacione sisteme po principu više tržišta, manje države.“ (Hamelink 1998: 7, prema Pavlović, 2010: 305,306).

izmjenjiva.“ (Zgodić, 2009: 305) Mediokratija stoji u vrlo dobrim odnosima sa militokratijom, npr. odnos medija u SAD-u prema ratu u Iraku, ili manipuliranje medijima kao instrumentom psihološkog rata. Razlog zašto korporativni mediji navijaju za rat, leži u tome da velike korporacije dobar dio svog programa, odnosno emisija koje imaju visok rejting gledanosti upravo posvećuju vijestima.

Iako se smatra da je Zapad taj koji je kreator potrošačke kulture, kultura konzumerizma se širi kao globalni planetarni fenomen ne ostavljajući ni jedan kutak svijeta netaknutim. Posjedovanje onoga što je dobilo imperativ modernog postaje obilježje društvenog statusa, a slijedeće modnih trendova znači kupovanje nove robe, neovisno o činjenici što je stara još upotrebljiva. Tako Leš i Ari „...stavljuju veći naglasak na potrošnju, kao najizraženiju pojavu u praksi savremenog kapitalizma, nego što to čine oni koji razmišljaju u okvirima postfordizma i fleksibilne specijalizacije. Po njima, progresivne karakteristike neorganizovanog kapitalizma manje se ogledaju u kapitalu namjenjenom finansiranju i postfordovskoj proizvodnji, a više u potrošnji i uslužnim djelatnostima koje, prema tome, čine njegovo jezgro.“ (Lash and Urry, 1994: 17,60. prema Neš, 2006: 75) Konzumerizam je zauzeo važnu ulogu u uspostavljanju odnosa i među ljudima. Sve češće aktivnosti koje ljudi rade u slobodnom vremenu okrenute su činu konzumiranja roba i usluga. “Ljudi moraju biti nagovoreni da kupe proizvode i iskustva koja bi u drugim okolnostima smatrali nepotrebnim. Zato su dizajn i prezentacija postali glavna preokupacija na savremenim tržištima. Na isti način, promoćurne strategije brendiranja mogu da nešto obično preoblikuju u izuzetno.“ (Šolte, 2009: 163) Konzumerizam danas nije ograničen samo na bogatu klijentelu, već je postao dostupan i ukorijenio se u sve slojeve društva. Tako se, masovno potrošačko društvo zasniva na jednakosti građana kao potrošača. Posjedovanjem novih stvari, odnosno modernih, daje se na značaju i ukazuje na određeni status u društvu, bez obzira na spoznaju da je stara roba još uvijek u dobrom stanju i može da bude u upotrebi. Možemo slobodno reći da modernog potrošača opsjeda želja za kupovinom, a stalno i iznova željeti i žudjeti za nečim novim postaje stvar prestiža. U prilog ovome ide i to da je ogroman porast i „...uloga marketinške industrije, koja djeluje na principu proizvođenja želja i užitaka. Želja za posjedovanjem proizvoda nadrasta njegovu funkcionalnost, a odabir proizvoda nosi sa sobom snažnu identifikacijsku važnost konzumentu. Modni kreatori stvarali su nove ukuse, ali i novu ovisnost.“ (Spasenovski i sur. 2017: 73,74) Činjenica je da se potrošačko društvo zasniva na hiperprodukciji potražnje i potrošnje, iako realno ne postoji potreba za posjedovanjem tolikih količina dobara i usluga. Ono što je bitno kod potrošačkog društva jeste pobuditi i proizvesti određene želje, u tome im dobrim dijelom pomažu razni vidovi reklamiranja i marketing

kampanja preko tv-a, novina, portala, plakata, bilborda... O kakvoj se jakoj i velikoj mašineriji radi govori činjenica da je 2008. godine u SAD-u više novca uloženo za marketing i reklame, već što je izdvojeno za državnu javnu potrošnju.

Sredinom sedamdesetih godina dolazi do zasićenosti tržišta i pada profita, te se tako pokazuju slabosti sistema zasnovanog na fordovskim tehnikama masovne proizvodnje i kejnosovskog korporativizma koji su podrazumijevali međusobni sporazum države, kapitalista i sindikata, kao garanciju visokih stopa zaposlenosti, investicija i potrošnje. "...intenzivnije sužavanje savremenog prostora prisutno je od sedamdesetih godina prošlog vijeka, kao reakcija na krizu u fordovskom režimu kapitalističke akumulacije: novi oblici informacione tehnologije i komunikacije sada se koriste u cilju stvaranja fleksibilnijeg oblika kapitalizma." (Neš, 2006: 73) Krajem dvadesetog vijeka dolazi do radikalnijeg restrukturiranja kapitalizma, kada je tehnološka revolucija temeljena na informatičkim tehnologijama počela drastično da mijenja materijalnu osnovu društva, izazivajući duboke ekonomске i društvene promjene. "Tada se rodila nova tehnološka paradigma, koja se za razliku od tehnologije industrijskog doba obilježene jeftinom ulaznom energije, zasnivala na jeftinim ulaznim informacijama zahvaljujući strelovitom napretku mikroelektronike i telekomunikacija. Prema mišljenju uglednog američkog sociologa Manuele Castellsa, informatička je revolucija otvorila novu eru u razvoju ljudske civilizacije, koju je on nazvao informatičko umreženo doba. U sferi proizvodnje, informatička je revolucija omogućila veću fleksibilnost proizvodnih procesa, veću efikasnost i decentralizaciju upravljanja i umrežavanje proizvodnih pogona i poduzeća, općenito skokovi napretka ekonomске učinkovitosti." (Mesarić, 2011: 270,271) Razvoj informatičkih tehnologija odražavao se na radnu snagu, što je u spremi s neoliberalnom ekonomskom politikom doprinijelo jačanju prevlasti kapitala nad radom, smanjenom utjecaju sindikata, masovno uključivanje žena u radnu snagu i postepenom ukidanju socijalne države. Pretvaranje svijeta u tržište i robu staro je koliko i sam kapitalizam i pravi njegov uzlet počinje od 18. vijeka kroz svaku fazu razvoja. Možemo reći da smo u tržišnom društvu od početka. "Adam Smit smatra kako idealno društvo treba biti strukturirano kao tržište budući da su njegovi zakoni u skladu sa sudbinom čovjeka. Devetnaesto će stoljeće bit europskih nacija podvrgnuti toj novoj moći. Izmijenivši iz temelja životne uvjete milijuna seljaka, industrijska revolucija nije samo stvorila izrabljivani proletarijat, nego je društvo učinila dodatkom ekonomskog sistema u koji su obiteljski i osobni odnosi potpuno uklopljeni." (Bruckner, 2004: 101) Ovdje se postavlja pitanje dokle sve ovo može da ide, do kojeg nivoa. Pretvaranje svijeta u tržište i robu obuhvata dvije različite stvari. "Prvo, redefiniciju djelatnosti namijenjenih državi i tržišnom sektoru: poput public/private partnershipa engleskih

Novih laburista, koji državnu vlast ovlašćuje da privatnim poduzećima povjeri koncesije za monopolistička tržišta (zatvore, bolnice, prijevoz, škole) uz jamstva za iskorištavanje i javne naknade. Pomicanje crte razgraničenja između tržišnog i netržišnog sektora u korist neovisnih agencija. Javni sektor prenosi na privatni ono što ovaj može takođe dobro činiti. Drugo, pod pojmom tržišno društvo razumijemo progresivnu monetarizaciju ljudskih ponašanja, činjenicu da smo svi postali klijenti - u ljubavi, vjeri, poslu, obrazovanju - potrošači koji su spremni platiti ovu ili onu uslugu.“ (Bruckner, 2004: 101) S vremenom se potrošačka kultura i konzumerizam kao i drugi aspekti modernog društva, stalno mijenjali. Moderno doba je sa sobom donijelo jedan novi obrazac odnosa i ponašanja prema potrošaču. Kultura kapitalizma potiče proizvodnju i prodaju stvari koje nam olakšavaju život i čine ga ugodnijim. Kako navodi Bruckner da „...kupovanje sa svojim jednostavnim pravilima i očitim užicima, ustraje jer nudi svima radost neograničena obilja i trenutačno zadovoljenje želje. Ne zahtijeva se druga formalnost doli neodoljiva žudnja i način da je ispunиш. Društvo je to izloga u kojem je roba poslagana prema sofisticiranim kazališnim pravilima koja jamče njezinu dodanu vrijednost.“ (Bruckner, 2004: 103) Tako konzumerizam ide ukorak sa strašću da budemo svoji, da postanemo ono što jesmo.

Gledano kroz historiju svjedoci smo raznih oblika nejednakosti koji se međusobno ukrštaju i prožimaju. Ovdje svakako možemo spomenuti i to da savremena globalizacija ne predstavlja osnovni izvor nejednakosti u svijetu. “Kretanje od kapitalizma ka hiperkapitalizmu pojačava brojne nejednakosti između klase, zemalja, rodova, i rasa, kao i između gradskog i seoskog područja.“ (Šolte, 2009: 183) Nejednakost u klasama i rizičnim društvima mogu se preklapati, međusobno uslovljavati, jedni mogu da proizvode druge. “Nejednaka raspodjela društvenih dobara pruža jedva savladive odbrambene zidove i opravdanja za proizvodnju rizika. Klasna društva su društva u kojima je, uprkos svim klasnim jazovima, najvažnije vidljivo zadovoljenje materijalnih potreba. Ovdje se konfrontiraju glad i izobilje, moć i nemoć. Bijedi nije potrebno samopotvrđivanje. Ona postoji. Njena direktnost i očiglednost korespondira sa materijalnom evidentnošću bogatstva i moći.“ (Beck, 2001: 66) Kako navodi Šolte, ...klasne nejednakosti su postojale i prije ubrzane globalizacije; pa kako onda rast transplanetarnog i suprateritorijalnog kapitalizma izaziva međuklasne jazove u novijim vremenima.¹⁰ Zavisno od toga koje su koristili statističke metode i zavisno od zemlje koja je u pitanju, dohodovna

¹⁰ „Statistički podaci po ovom pitanju usredsređuju se na razlike u prihodima, s posebnim osvrtom na posebno grubo mjerilo poznato kao Ginijev koeficijent. Klase ovdje ukazuju na podjelu stanovništva s obzirom na različite uloge u procesu proizvodnje. Međutim, ona je nepravedna kad klasne kategorije proizvode nejednake životne šanse.“ (Šolte, 2009 :321,320) Zavisno od toga koje su koristili statističke metode i zavisno od zemlje koja je u pitanju, dohodovna nejednakost u posljednjim decenijama kretala se u različitim smjerovima.

nejednakost u posljednjim decenijama kretala se u različitim smjerovima. "Jedno široko preduzeto istraživanje zaključilo je da 48 od 73 zemlje u kojima su podaci o zadovoljavajućem standardu bili dostupni iskusilo rast dohodovne nejednakosti u toku 1980-ih i 1990-ih godina. Prema tom mjerilu, dvije trećine zemalja iskusilo bi proširivanje međuklasnih jazova na vrhuncu novoliberalističke globalizacije." (Šolte, 2009: 321) Nepravda koja se dešava u klasnim odnosima proširila se i izvan pitanja dohotka i imovine. Primjera radi, u novijoj istoriji, svjedoci smo sve manjeg ulaganja, gdje dolazi do pogoršanja uslova u javnom obrazovanju širom svijeta. "Alternative u privatnom obrazovanju, ili druge dopune obrazovanja uopšte, dostupne su samo bogatijim porodicama. Kao rezultat, klasno utemeljene nejednakosti obrazovnih mogućnosti imaju tendenciju rasta. Širom planete rasprostranjeno pogoršavanje javnog zdravstva, javnog stanovanja i javnog prevoza isto tako teži da mnogo snažnije pogodi siromašnije klase, produbljujući tako njihovu potčinjenost." (Šolte, 2009: 322) Globalizacija je zasigurno doprinijela širenju klasne nejednakosti, jer u svojoj osnovi potiče slobodu tržišta na globalnom nivou koja su otvorena za sve, ali svi nemaju jednake šanse i mogućnosti. Svakako je doprinijela stvaranju dalekosežnih i štetnih posljedica zato što je zasnovana na ideji planetarne unifikacije i homogenizacije ili, zato što eliminiše društvene, kulturne, ekonomске i političke raznolikosti u svijetu. Razlog leži u tome da je globalizacija utemeljena na suštinskim principima neoliberalne politike i ekonomije.

Siromaštvo je danas vrlo aktualna tema budući da je riječ o problemu koji obuhvata globalne razmjere. Ono se općenito može definirati kao nedostatak osnovnih materijalnih sredstava za normalan život. Siromaštvo je postalo globalni fenomen, što zapravo i jest. Svakako, postoje razlike između Sjevera, Istoka i Juga, u svjetskim poslovima, što podrazumijeva suštinsko pojednostavljivanje. U praksi Sjever, Jug i Istok značajno se razlikuju. "Siromašni Jug sasvim normalno uključuje naftne šeike od Kuvajta i finansijske trgovce od Singapura. Takođe, bogati Sjever, uključuje slamove i Vašingtonu, DC, i marginalizovane farmere na Siciliji. Doista, siromašni ljudi, sasvim razumljivo, jesu dio Juga." (Šolte, 2009: 326) Naime, danas, u svijetu kada nauka, proizvodnja i tehnologija rastu i razvijaju se brže nego ikada enormno je veliki broj krajnje siromašnih ljudi. Ključ shvaćanja tog fenomena leži u sve većem povećanju jaza između bogatih i siromašnih. Opšti rascjep u bogatstvu između Sjevera i Juga povećao se u toku savremenog perioda ubrzane globalizacije, a istraživanja pokazuju da se taj rascjep naročito produbio između 1980. i 2000. godine.¹¹ Posljedica neoliberalne politike je ubrzano

¹¹ "Trend rastuće nejednakosti između svjetski najbogatijih i najsuđenijih zemalja može se pratiti unazad, sve do 1870. godine, ako ne i još ranije (Pritchett, 1997). Empirijska evidencija sugerira da današnja globalizacija često pojačava proizvoljne hijerarhije između Sjevera i Juga. Međutim, osim klasnih nejednakosti, nepravedni ishodi u odnosima Sjever – Jug često proizilaze iz (uglavnom novoliberalističkih)

socijalno raslojavanje, odnosno produbljivanje dohodovnog i imovinskog jaza između bogate manjine i većinskog dijela društva. U periodu od 1975-1985. godine je svjetska ekonomija porasla za 40%, dok se istovremeno broj siromašnih povećao za 17%. U preko 100 zemalja je danas ekonomski gore nego što je to bilo prije. U zemljama u razvoju su prihodi manji nego ranije, a siromaštvo i bijeda veći. I, sve je to, naravno, proizvod praktične primjene neoliberalne ideologije na prostoru globalnih i lokalnih ekonomskih i političkih odnosa koji se i zasnivaju na velikim međusobnim nejednakostima.¹² Konzumerizam ekonomski bogatijih zemalja sudjeluje u stvaranju siromaštva slabije razvijenih. Bogatije zemlje svojim načinom života pridonose i zapravo guraju siromašnije na sve veće iscrpljivanje prirodnih resursa. Gotovo sve relevantne institucije ističu da hrane ima i previše, ali je glavni problem prekomjerna konzumacija bogatijih i njena neravnomjerna raspodjela. Siromašni ljudi nemaju hrane ne zato što hrane nema, već što ju nemaju čime da plate. "Prema definiciji Svjetske banke, siromašnom se smatra ona osoba koja živi s manje od dva dolara na dan, a krajnje siromaštvo znači preživljavanje s manje od jednog dolara dnevno." (Mesarić, 2011: 290) Siromaštvo u svijetu nije posljedica kao što neki navode populacijskog rasta, već prije svega ekonomskog i političkog sistema. Može se reći da siromašne zemlje finansiraju neodrživi potrošački način života na Zapadu, kao i njihovo bogatstvo, dok s time ujedno doprinose i produbljuju svoje vlastito siromaštvo. Činjenica je da se u svijetu proizvodi 30% više hrane, već što je potrebno za potrošnju, pa samim time hrane ima dovoljno, ali je neravnomjerno raspoređena. Ovo je jedan od pokazatelja da bogate zemlje nisu empatične, nemaju sluha i osjećaja na vapaje siromašnih.

Savremeni trendovi stvaraju društvene vrijednosti, dokaz tome je pojava konzumerizma i materijalizma. Konzumerizam je stvorio materijalizam, koji više povezujemo sa zapadnim društvom. Materijalizam je filozofski pravac prema kojem se materijalna stvar izjednačava s vrijednošću pojedinca u društvu. Možemo spomenuti hedonizam kao jednu od vrijednosti današnjice, prema kojem potrošači svoje ponašanje usmjeravaju ka zadovoljstvu. Teško je reći da profit nije primaran cilj djelovanja korporacija (jer bez njega ne bi opstale), ali je sigurno da korporacije nastoje da nametnu i određena shvatanja i ubjeđenja, konzumerističku i hedonističku kulturu pa, tako, i kontrolu potreba, interesa, mišljenja i ponašanja osoba. Propagiranjem konzumerističkog shvatanja i načina života za korporacije je idealnotipski

politika koje se prihvataju s obzirom na globalne prostore, prije nego što bi proizlazili iz same globalnosti." (Šolte, 2009: 326)

¹² "U periodu od 1988-2005. godine se manifestuje veliki stepen globalnih nejednakosti – odnos između 10% najbogatijih i 10% najsiromašnijih je 1:80, dok je na nivou 5% najbogatijih i najsiromašnijih razlika još veća, čak 1:200." (Kovačević, 2016: 84)

građanin bolesno lakom potrošač (Mark Kingwell).¹³ Bogate zemlje tako eksploratišu ne samo radnu snagu siromašnih zemalja, već i njihove prirodne resurse. Bogatstvo bogatih im omogućava sve veću proizvodnju, ali i sve veću potrošnju resursa čime se ugrožava život siromašnih koji trpe štetu profitabilno orijentisanog rasipničkog života bogatih. U eri materijalizma sve je podređeno profitu, sve može da se iznese na tržište i da se kupi/ proda. "Pred našim očima se odvija komodifikacija svijeta. Mi danas možemo da kupujemo simbole drugih kultura, možemo da kupimo bilo šta u bilo kom dijelu svijeta, počev od plutonijuma, pa do motocikla marke "harli dejvison": možemo da kupimo bilo koju uslugu - od prostitutucije do servisiranja kompjutera; možemo da kupujemo ljude, da usvajamo djecu s drugih kontinenata ili da kupujemo bračne partnere; a gotovo svugdje možemo da kupujemo i informacije. Jednom riječju, ništa nije sveto." (Tarner, 2009: 340) Skoro pa je nezamislivo koliko daleko će ova težnja odmaći, međutim, činjenica je da su za samo nekih pedesetak godina globalna tržišta i komodifikacija uspjeli da transformišu društva svijeta. Potrošači u današnjem svijetu spremni su da koriste sve napredne tehnologije kako bi na što jednostavniji način, sa samo jednim "klikom" došli do željenog proizvoda. Potrošači današnjeg modernog doba svakim danom sve su informisaniji, zahtjevniji i sofisticirani u pogledu svojih želja, što predstavlja izazove za kompanije koje su spremne da osluškuju, prate i prilagode se njihovim potrebama i zahtjevima.

4.2. Psihološki motivi konzumerizma

Ponašanje potrošača je zanimljivo budući da svi ljudi, uz mnogobrojne uloge koje imaju u svom životu, ustvari su potrošači od najranije dobi. "U kasnokapitalističkim i postmodernističkim društvima današnjice konzumerizam zauzima značajno i naglašeno mjesto, stoga bi bilo pogrešno interpretirati ga u perspektivi svojevrsne teorije zavjere, primjerice kao fenomen u kojeg su ljudi naprsto gurnuti od strane manipulativnih marketinško-reklamnih taktika prodaje bernayevskog tipa, upregnutih od strane korporacija, ili putem tržišnih strategija izrađenih na osnovu rezultata istraživanja znanstvenih instituta. Teorijski intrigantnije, istraživački kompetentnije i epistemološki relevantnije jeste promisliti konzumerizam - nedvojbeno općedruštveni fenomen - i kroz nešto širi kontekst koji bi uključivao i pitanja potencijalnoj afirmativnosti konzumerizma, manifestaciji intimnih potrošačkih navika pojedinaca s onu stranu korporativnih strategija te se pozabaviti pitanjima

¹³ "Korporacije nastoje da izgrade korporativnu organizaciju društva, svojevrsni korporacijski poredak u kojem bi apsolutno kontrolisale interese, potrebe i ponašanje ljudi. U tom poretku bi ljudi bili puki proizvođači i potrošači korporativnih dobara, usluga i ideja, a u njemu bi vladali egoizam, grabežljivost, individualizam i konzumerizam. U korporativnom poretku nema prostora za etiku, prava i pravdu, demokratiju i jednakost, kao i saosjećanja, jer se upravo tim vrijednostima korporacije snažno suprostavljaju." (Kovačević, 2016: 66,67)

kako potrošačke prakse reprezentiraju identitete potrošača, njihove životne stilove, interese, svjetonazore kao i pomaže li konzumerizam izražavanju vlastite osobnosti ili tek pruža privid istoga...“ (Hromadžić, 2008: 16,17) Tako su potrebe i želje potrošača postale glavni predmet zanimanja stručnjaka različitih profila, a sve radi što boljeg pristupa i spoznaje potreba, motiva i želja svakog kupca. Potrošačko društvo počiva na potrošnji materijalnih dobara i usluga, a u novije vrijeme i iskustava, što je postalo dostupno većini stanovništva. Kako živimo u konzumerističkom dobu gdje nam društvo nameće da živimo brzi tempo života, da sustignemo sve, naše neke zamišljene ideale, uzore, po društvenim platformama, da postignemo taj neki zamišljeni ideal svoje ličnosti. “Konzumerizam se kao proizvod globalizacije, a koristeći uticaj televizije, interneta, novina i ostalih medija, sve više širi i utiče na sve sfere života, i pojedinaca i društva. Proizvođači podstiču kupovinu proizvoda sve agresivnijim korištenjem marketinga. Popularni brendovi i reklamne poruke diktiraju modu, životni stil i navike potrošača. Uspjeh konzumerizma se temelji na uvjerenju da roba daje značenje pojedincima i njihovim ulogama u društvu, stvaraju se vještačke potrebe i želje koje povezuju proizvode sa željenim statusom. Konzumerizam, u najširem smislu, predstavlja pojam kojim se označava pojava prekomjerne i objektivno nepotrebne potrošnje i opisuje stav da sreća pojedinaca (potrošača) zavisi od konzumacije (potrošnje) dobara i usluga, odnosno posjedovanja materijalnih dobara. (Trandafilović i sur. 2015: 79,80) Za ekonomiste, konzumerizam je poželjna i prihvatljiva aktivnost jer on podstiče potrebe pa samim time i potrošnju. Tokom 60-ih godina XX. vijeka multinacionalne kompanije su imale jedan jedinstveni slogan: ne proizvoditi da bi zadovoljili potrebe potrošača, već proizvoditi same potrebe potrošača/ kupaca. Tako Hromadžić navodi da je potrebno trenirati ljude da žele, da žude za novim stvarima, čak i prije nego što su stare stvari do kraja konzumirane. Ljudske želje trebaju zasjeniti objektivne potrebe, želja je odrednica savremenog potrošača.

Razvoj potrošačke svijesti i konzumerističke kulture ne samo da je prisutan, već zauzima bitno mjesto u savremenom društvu. “Konzumerizam se u stručnoj i znanstvenoj literaturi češće raščlanjuje kao strukturni društveni fenomen nego kao individualna psihološka disfunkcija koja se manifestira kao poremećaj kompulzivnoga kupovanja, a koja se može promatrati i kao relativno nova ovisnost. Društveno disfunktionalnim ponašanjima ovisnika o alkoholu i/ili psihotropnim supstancijama u literaturi i praksi, pa i u legislativi, učestalo se pridaje velika pažnja, što je i opravdano, ali se zanemaruje moguća razornost poremećaja kupovanja kako za samoga ovisnika tako i za njegovu užu socijalnu sredinu i društvo u cjelini. Geneza ovisnosti o kupovanju kao individualnom poremećaju dijelom svakako proistječe i iz konzumerizma kao društvenoga fenomena odnosno same biti potrošačkoga društva.“ (Žakman

i sur. 2016: 39) Hiperpotrošačko društvo koje je nastalo krajem sedamdesetih godina prošlog vijeka karakteriše promjena stila života, vrijednosti, ustaljenih normi i običaja, promjene ciljeva. Sada kupovina postaje lična, ili u ime svoje porodice i domaćinstva.

Danas sve češće možemo čuti da je kupovina preko internet osim što je neizvjesna, prepoznata i kao mentalni poremećaj, na to nas upozoravaju stručnjaci koji tvrde da ova ovisnost ima veliki utjecaj na ljudski um. Mada je ovisnost o šopingu već odavno prepoznata, ona u današnje doba poprima prilično drugačije značenje i razmjere. Posljednje istraživanje pokazalo je da uživanje u trošenju novca na internetu može dovesti do nepotrebnog gomilanja stvari, upadanja u dugove, gubitka samokontrole, neracionalnih odluka te sukoba u porodici. Sve su glasnija upozorenja da se kupovina preko interneta prepozna kao opasnost za mentalno zdravlje i kao mentalni poremećaj, te da ljudi treba educirati o svim negativnim aspektima. "S pojavom interneta i virtuelnog svijeta otvorio se još jedan gigantski prostor za potrošače koji zahvaljujući svojoj virtualnosti, u Ritzerovom viđenju, nosi čak veći potencijal za fantaziju, spektakl i imploziju. Sada potrošači ne moraju izlaziti iz kuće, već mogu na miru online pregledati, porediti i naručivati robu iz različitih dijelova svijeta uz druge pogodnosti koje rasplamsavaju želje kupaca/potrošača." (Gaković, 2016: 90) U sadašnjem modernom dobu sve je veći broj trgovina koje kao jednu od svojih prednosti navode i internet prodaju, zatim dostupnije aplikacije koje olakšavaju kupovinu, besplatna dostava na kućnu adresu ako obavite kupovinu baš na taj dan je postala čak i pogodnost. Zbog svih ovih prednosti i olakšica raste broj korisnika koji konzumiraju ovakav vid kupovine.

Porast potrošnje i povećani marketinški napor prate jedno drugo još od 18. vijeka. Osnovni zadatak marketinga jeste da utiče na tuđe izbore i odluke, što podrazumijeva planiranje, koncepciju, cijene, promociju, distribuciju roba, usluga i ideja. "Proizvođač kompanije obično tvrdi da oni samo žele da saznaju šta ljudi žele, a zatim odgovara da im to mogu ponuditi. U stvarnosti kompanije počinju sa nekim proizvodom za koji znaju da će ostvariti profit, a zatim oglašavaju kako bi stvorili tržište za proizvod. S druge strane oglašivači tvrde da samo pružaju informacije kako bi omogućili informisan izbor, međutim većina reklama ima za cilj uvjeriti i utjecati na ljudi, a ne ih samo obavijestiti, jer nerijetko igraju na tuđe osjećaje, strah, kako bi izgradili vezu između proizvoda, brendova i ljudi. Cilj reklama je da agresivno kreiraju želje potrošača, stvore nove vrijednosti koje će potrošača pretvoriti u još poželjniju osobu. Reklamiranje ne prisiljava, ali predstavlja namjerni pokušaj promjene u razmišljanju." (Rustempašić i sur. 2013: 114) Reklame su već odavno postale sastavni dio kulture i stila života, specifičan simbol tzv. potrošačkog društva. Htjeli mi to ili ne, reklame svakodnevno nude i ostavljaju trag u našoj svijesti i podsvijesti, trag idealizovane slike života. "Vrijeme za

reklame na američkoj televiziji dostiglo je nezapamćemih 15 minuta po satu u udarnim terminima, ne uključujući česte prekide za lokalne oglase. Obim televizijskog reklamiranja u SAD-u povećao se sa 3.60 milijardi dolara u 1970., na 50.44 milijarde u 1999. Navedene studije pokazuju da američka djeca, u dobi od 12 godina vide u prosjeku 20.000 reklama godišnje, a čak su i dvogodišnjaci već razvili odanost prema nekim robnim markama.“ (Steger, 2005: 77) Gdje je prisutno oglašavanje tu ima i potrošačke kulture, jer svakoj reklami i oglašavanju je glavni cilj prodaja proizvoda ili usluge. Međutim, najveći problem je taj što smo počeli materijalno gledati na sve - sve možemo kupiti, i isto tako sve može postati predmetom prodaje. “U skladu sa životnim stilom potrošačkog društva, savremeni čovjek svoj individualizam ne doživljava kao negativnu pojavu. Odvajanje od ostatka društva i otuđenje u ekonomskom i socijalnom smislu, danas, pojedincu - potrošaču omogućava određenu vrstu eksponiranja koja ga razlikuje od ostatka društva. Ova pojava je posebno prisutna kod mlađih ljudi te vodi stvaranju sve većih socijalnih razlika, ali i povlačenju u svijet u kojem najvišu vrijednost imaju proizvodi masovne potrošnje.“ (Čeko, 2018: 112,113) Glavni cilj je što više trošiti i kupovati. Tako se javlja konzumerizam koji se može opisati kao stav prema kojem sreća nekog pojedinca ovisi o posjedovanju nekih dobara i usluga, odnosno posjedovanje materijalnih dobara. Konzumerizam se odnosi na pretjeranu želju za kupovanjem i posjedovanjem stvari. Neki kupuju skupe proizvode samo da bi zadivili okolinu ili društvo. Tako je svako od nas barem jednom kupio neki proizvod ili platio uslugu samo zato što je tada bilo na sniženju. “U desetljećima koja su uslijedila, logotipi i reklamne politike brendiranja nametnut će se kao jedni od ključnih mehanizama u produkciji konzumerističkih želja i kreiranju potrošačkih identiteta.“ (Hromadžić, 2012: 56) Razvoj reklamne industrije stalno se mijenja kroz potrošačke uloge, a i stalnom transformacijom životnih stilova potrošača i njihovih identiteta. Reklamna poruka neizbjegjan je dio svakodnevnog života i sastavni dio svih medija. Reklama predstavlja sredstvo komunikacije, a osnova za nastanak, razvoj i postojanje reklame javni je prostor, koji omogućava dinamičnu razmjenu informacija. Reklama je odavno postala sastavni dio kulture i stila života, specifičan simbol tzv. potrošačkog društva. Htjeli mi to ili ne, reklama svakodnevno nudi i ostavlja trag u našoj svijesti i podsvijesti trag idealizovane slike života. Shodno tome reklamne kompanije putem medija potrošačima prodaju određen stil i način života kojem potrošači podlježu, i zahvaljujući toj težnji zapadaju u dužničko ropstvo u pokušaju da se izjednače sa visokom društvenom klasom - bogatima i slavnima.

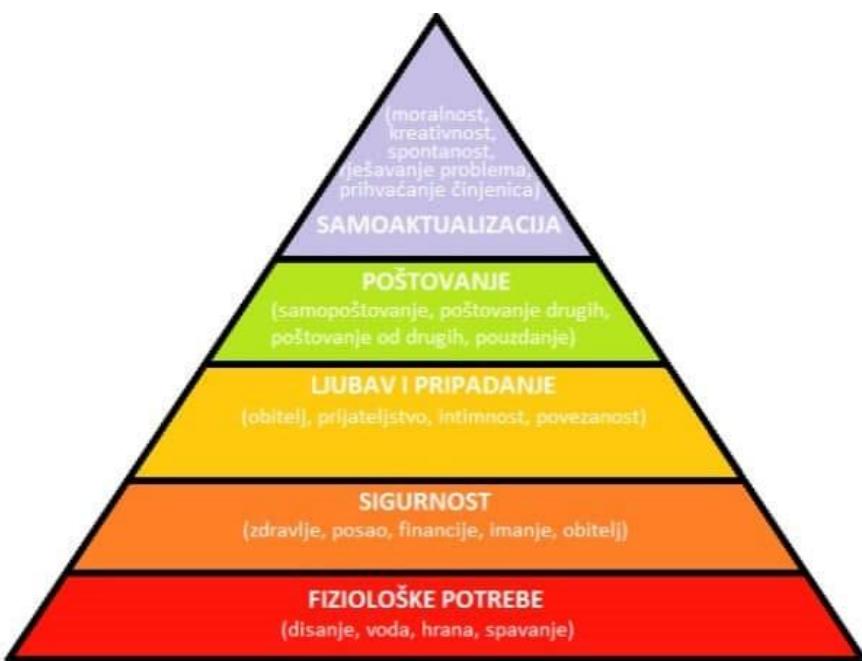
Konzumerizam je zauzeo i centralno mjesto u proslavljanju tradicionalnih praznika, kao što su recimo Božići, Bajrami, Nova Godina, Uskrs, 8. mart, Valentino te Noć vještice

(Halloween) koji je postao nezaobilazan i u našoj zemlji. Ovdje bih svakako spomenula i dane koje su medijski manipulatori uspjeli stvoriti kao što je Crni petak i slične, u kojima svijet staje kako bi se moglo neograničeno trošiti i kupovati. U današnje vrijeme sve se više praznici svode na uglavnom nepotrebnu kupovinu. Gužve u šoping centrima, stres, pretjerane i neracionalne kupovine, produženo radno vrijeme trgovina, i drugih uslužnih djelatnosti, s jednim jedinim ciljem a to je profit... A sve to da bi imali praznik po nekom standardu kojeg su nam nametnuli mediji i reklame koje nas prate na svakom koraku. "Potrošačko društvo se najbolje može prikazati posmatranjem ponašanja potrošača na Crni petak (Black Friday), prvi petak nakon američkog praznika Dana zahvalnosti (koji se uvijek obilježava posljednjeg četvrtka u novembru). Tog dana, koji je proglašen za najbolji šoping dan u godini, počinju sezonske rasprodaje i predbožićna potrošačka groznica. Trgovci tada maksimalno snižavaju cijene i daju nevjerojatne popuste, što im donosi i do 40% ukupnog godišnjeg prometa. Crni petak zvanično nije praznik, ali su Kalifornija i još neke države u SAD-u ovaj dan proglašile neradnim za zaposlene u državnim ustanovama, kako bi se povećao broj potencijalnih kupaca. Posljednjih godina se šoping groznica Crnog petka proširila van SAD-a, na mnoge države svijeta, a velikog udjela u tome imala je i internet (online) prodaja i sniženja koja su organizovale velike online prodavnice poput Amazona i Apple." (Trandafilović i sur. 2015: 83,84) Zbog velikih popusta tog dana stvaraju se nepregledni redovi kupaca, koji čekaju da radnje počnu s radom, a kada se otvore vrata trgovina nastaje stampedo, ljudi se pretvaraju u zvijeri, sve da bi što prije došli do željenih proizvoda. U masovnim gužvama ljudi gaze jedni preko drugih, a često svjedočimo i nasilničkom ponašanju između kupaca. Tako da su tuče i povrede postale sastavni dio ovog ludog dana. Black Friday još nije postao za kupce, ali ga crnim nazivaju radnici, jer se tih dana suočavaju s produženim radnim vremenom i izloženi su velikom fizičkom i psihičkom naporu i stresu. Ni Balkanci nisu odolili izazovu Crnog petka, pa je sve aktuelnije korištenje ovog dana u vidu promovisanja i reklamiranja, sa sniženjima koja su uglavnom simbolična (čast pojedinim kompanijama). Ovdje svakako treba spomenuti žensku populaciju koje su sklonije praćenju sniženja i koje uživaju u šopingu, za razliku od muškaraca koji su malo racionalniji i koji uglavnom kupuju kada se za tim ukaže potreba.



Izvor: Web portal visioneering.com: Black Friday Marketing Advertising

Kako je vrtoglavno napredovao razvoj tehnike i tehnologije znatno su se smanjivale barijere, a oblici kupovine postaju raznovrsniji, tako da potrošači mogu nabavljati željene proizvode baš u onom trenutku kada to požele, pri tome se ne vežući za određeni prostor ili planiranje vremena za odlazak u šoping. Položaj hiperpotrošača je takav da je sa jedne strane, postao dobro informisan, ima veće mogućnosti uz brojne akcijske ponude, ali sa druge strane, tržište je to koje diktira njihov ukus i želje. "Očigledno je da surfanje na valovima društvenog trenda individualizacije i čovjekovih potreba za samoaktualizacijom poprima sve sofisticiranije oblike korporativne kontrole i podstrekna potrošnje u kojoj se uveliko oslanja na psihološke spoznaje. Upečatljiva je s tim u vezi psihološka teorija o hijerarhiji potreba (Maslow, 1943) koja je, istina, doživjela reviziju, ali nas je naučila da nakon zadovoljenih osnovnih fizioloških potreba po prirodi težimo dalje: zadovoljenju sigurnosti, potom dolazi u prvi plan potreba za ljubavlju i pripadanjem, poslije nje potreba za samopoštovanjem i na vrhu stoji potreba za samoostvarenjem." (Gaković, 2016: 92,93) Tek kada se zadovolje prethodne četiri vrste potreba koje se smatraju osnovnim, u fokus našeg interesa dolaze sljedeće potrebe koje nam čine život daleko kvalitetnijim i lagodnjim.



Izvor: Web portal krenizdravo.rtl.hr: Samoaktualizacija – šta je i kako je postići?

Utjecaj na naše obrasce potrošnje najbolje je vidljiv u našem odnosu prema hrani. Ovdje ću kao primjer navesti neke od najuspješnijih restorana u svijetu: McDonald's, KFC, Pizza Hut, Taco Bell i Starbucks (neke od pomenutih već odavno posluju i u našoj zemlji). Zajedničko obilježje ovih restorana je to što njihovu ponudu karakteriše slana, masna i brza hrana, zatim slatka i gazirana pića. McDonald'sovi prženi krompirići i Cola su neodoljivi, mada smo svjesni činjenice da je ta ista hrana jako nezdrava, preslatka i masna. Karakteristika ovih firmi jeste ta da kada postanu globalne, "...standardizuju svoje proizvode i upuštaju se u masovnu proizvodnju robe na isti način širom svijeta. Džordž Ricer je ovu vrstu nazvao *mekdonaldizacija*, po Mekdonaldsu, proizvođaču brze hrane, koji u cijelom svijetu služi isti proizvod, na isti način. Ova vrsta standardizacije omogućava organizacijama da racionaliziraju proizvodnju jer je proizvodni proces isti uprkos različitim kulturama u kojima se ova roba prodaje. Ovaj oblik racionalnosti uspijeva da poveže raštrkane organizacije u jedan sistem koji funkcioniše na predvidiv način i time podstiče efikasnost i stvara profit. Standardizacija je upravo takva: ona iskorjenjuje različitost i jedinstvenost. Restorani brze hrane, kao što je Mekdonalds, često uništavaju manje porodične restorane. Dakle, kako organizacije na globalnom nivou nastoje da uspostave što viši stepen racionalnosti i efikasnosti one obično rade na štetu lokalnih preduzeća koja nude jedinstvene proizvode, a koji su ujedno i oličenje određene kulture.“ (Tarner, 2009: 247) Ovakvim načinom poslovanja istiskuju se sa tržišta proizvođači i prodavci koji nude jedinstvenu robu i tako se uništavaju mala preduzeća, jer ne mogu da budu konkurentni velikim korporacijama koji nude standardizovanu robu po nižim cijenama. Ovakvom načinu poslovanja doprinijela je

globalizacija, a pogoduje i neoliberalna politika koja nema sluha za male porodične biznise, koji ne mogu da se izbore i budu konkurentni onim kompanijama koje svoj profit zasnivaju na standardizaciji i masovnoj proizvodnji robe. Često se desi da mnoge nacije gube svoj kulturni identitet potiranjem svojim autohtonih proizvoda ili usloga, koji ne mogu da se održa na nivou da budu konkurentni sa robama i uslugama koje nude standardizovane kompanije.

Potrošačko društvo je društvo koje se zasniva na potrošnji materijalnih dobara, roba i usluga, ali i nametnutih potreba u smislu sve agresivnijih poruka i načina oglašavanja reklamnih kompanija. "Nastanak potrošačkog identiteta ogleda se u promjeni načina proizvodnje, tj. masovna proizvodnja zahtijeva masovnu potrošnju, ali i potrebu da se po ugledu na višu klasu (elite) i onim društvenim grupama (koje su nekad predstavljale srednju i nižu klasu) omogući, putem masovne kupovine i nagomilavanja materijalnih dobara, zadovoljenje težnje ka višem društvenom standardu." (Čeko, 2018: 110) Osjećanje pripadanja jeste ključni faktor porasta konzumerističke kulture i stvaranje društva potrošača u gotovo svim dijelovima svijeta. Svjedoci smo kako je industrijska revolucija doveo do masovne proizvodnje, a kao posljedica toga je svakako pojeftinjenje robe. Iz tih razloga dolazimo do zaključka da je masovna proizvodnja posljedica industrijskog doba. Sa pojeftinjenjem robe a povećanjem obima potrošnje pružila se mogućnost i nižim društvenim slojevima da bar na kratko uživaju u osjećaju pripadnosti višim društvenim krugovima. Svrha konzumerizma jeste ta da se određena usluga ili roba koristi vrlo kratko, i da čim se ukaže prilika zamjenjuje se novijim i boljim modelima tako da prvobitni osjećaj zadovoljstva brzo blijedi ako pojedinac nema mogućnost da stalno prati trendove potrošačkog društva koje su neiscrpne. Vrlo su česte i stigmatizacije onih članova društva koji nisu u mogućnosti da idu u korak s nametnutom potrošnjom. Kako su roba i usluge postali dostupni i na usluzi širokom sloju stanovništva da mogu konzumirati do tada pa i nezamislive proizvode, tako počinje da se imitira stil i način života viših klasa. Prije nego što je uvedena masovna proizvodnja, na osnovu načina i stila odjevanja dalo se zaključiti kojem staležu neko propada. Ako pogledamo u domenu tekstilne industrije šivača mašina je napravila revoluciju u modnoj industriji, a pojava modnih brendova i robnih marki sve su više dobivali na značaju. Novi moderni stilovi počeli su polako ali sigurno da potiskuju tradicionalne modne pravce.

Svekoliki je rezultat da čovjek počinje koristiti stvari ne zbog njihove funkcionalnosti već posjedovanja i stvaranja nerealne slike o sebi.¹⁴ Tržište tako postaje neograničeno i

¹⁴ "Ovaj način potrošnje može se smatrati fikcijom koju, između ostalog, potenciraju različita sredstva javnoga informisanja, reklamne kampanje, veliki trgovački centri odnosno korporacije, banke, određene

nepregledno polje zarade, što omogućava stvaranje novih životnih obrazaca i stilova. "To je početak lifestyle marketinga i kulta novog individualizma." (Hromadžić, 2008: 16) Baza nove tržišne politike postali su životni stilovi, a korporacije su dobile jasnu sliku o profilu svojih potencijalnih potrošača. Kada govorimo o potrošačkom društvu, u odnosu na prethodna, je da njihovo stremljenje ka boljem nije u obrazovanju i ulaganju u sebe, već se sastoji u posjedovanju obilja stvari. Dakle, potrošačko društvo je društvo neumjerenosti i obimnosti, društvo čijim članovima su prijeko potrebni predmeti potrošnje da bi na taj način obezbjedili trenutno zadovoljavanje potreba koje se javljaju kao posljedica uticaja potrošačke svijesti. Mogućnost zadovoljenja potreba potrošača je ono što potrošačko društvo čini privlačnim i održivim.¹⁵ Jedna od posljedica je ta što sada ljudi teže i maštaju o laganom uspjehu i laganoj zaradi, pa kao posljedicu imamo totalnu nezainteresovanost za ulaganje u sebe i postizanje ciljeva koji zahtijevaju dugoročnu posvećenost i rad na sebi.

Kako je savremeno društvo i brzi način života preuzeo nadmoć nad nama samima, potrošnja nam često priušti osjećaj zadovoljstva i sreće, bar kratko, a kupovina se nerijetko javlja kao lijek protiv stresa i način prevazilaženja monotonije svakodnevnog života. Kupovina nam se predstavlja kao nešto uzbudljivo, neočekivano zadovoljstvo, vrijeme razbibrige i antistres terapije kako često možemo čuti. Činjenica je da svi želimo postati potrošači, jer se potrošnja opisuje kao magičan svijet koji nudi fantastične mitske slike, znakove i obilježja u kojima se prepoznajemo i kojima želimo pripadati, kao dio našeg individualnog i kolektivnog identiteta. "Formiranje potrošačkog identiteta u velikoj mjeri utiče na nestajanje drugih oblika identiteta i njihovih obilježja, kao što su identitet etničke zajednice, nacionalni i vjerski identitet, ali i tradicionalnih kulturnih identiteta. Dominantna postaje konzumeristička kultura koja ne pozna fizičke granice, ni druga karakteristična obilježja tradicionalnih društava. Razvojem potrošačke svijesti stvara se globalno društvo koje za najvišu vrijednost priznaje masovnu proizvodnju i potražnju odnosno potrošnju materijalnih dobara, informacija, znanja, obrazovanja i usluga." (Čeko, 2018: 118) Potrošački identitet u velikoj mjeri danas utiče i na međuljudske odnose kao što je prijateljstvo, dužina trajanja braka i mnoge druge vrijednosti koje su tradicionalna društva njegovala i smatrala za najvažnije vrijednosti, dok je u

eksponirane javne osobe i ostali društveni subjekti radi ostvarivanja dobiti. Javnost, osobito mlade ljude, potrebno je podučavati obilježjima konzumerizma kao društvenoga fenomena jer je danas sloboda odlučivanja, koja pripada temeljnim ljudskim slobodama, izrazito ograničena, između ostalog i brojnim selektorima dostupnih informacija." (Žakman i sur. 2016: 60)

¹⁵ "U skladu sa životnim stilom potrošačkog društva, savremeni čovjek svoj individualizam ne doživaljava kao negativnu pojavu. Odvajanje od ostatka društva i otuđenje u ekonomskom i socijalnom smislu, danas, pojedincu-potrošaču omogućava određenu vrstu eksponiranja koja ga razlikuje od ostatka društva. Ova pojava je posebno prisutna kod mladih ljudi te vodi stvaranju sve većih socijalnih razlika, ali i povlačenju u svijet u kojem najvišu vrijednost imaju proizvodi masovne potrošnje." (Čeko, 2018: 112,113)

potrošačkom društvu baš kao i proizvodi sve pomenuto postalo kratkotrajno i ima rok trajanja. "Tržišno je društvo ponajprije društvo usluga usmjereni udobnosti i neposednosti. Ponuda se prilagođava potražnji do najmanje tančine, a što je ponuda osobnija, prilagodenija svačijem ukusu, to više dobiva na vrijednosti." (Bruckner, 2004: 108) Sve ono što je nekad bilo besplatno, može postati plaćena služba. Ne postoji niti jedno područje svakodnevnog života za koje se ne bi mogao pobrinut neki stručnjak, niti jedan hir koji ne bi mogao biti ispunjen. Sve može da se kupi, sve može da se proda, glavna svrha konzumerizma je da ništa ne može trajno da se posjeduje. Potrošači uglavnom troše po navici i mali broj njih o potrošnji razmišlja kao o nečemu što prevazilazi svoju praktičnu funkciju, dakle kao o simboličkom ili ekspresivnom činu, naročito kada se radi o svakodnevnoj kupovini ili o takozvanoj mikro-potrošnji. Ako se osvrnemo unazad kroz historiju, potrošnja je kao ekonomski praksa postojala u ranijim kulturama i društvima, no u 20. vijeku potrošnja postaje masovna i glavno obilježje savremenog društva. Promjene koje su se desile u prethodnom industrijskom društvu a dovele su do savremenog potrošača jesu promjene u strukturi društva. Dolazi do izjednačavanja srednje i niže društvene klase. Ovo je posebno uočljivo u nerazvijenim i siromašnijim zemljama, gdje proizvođači da bi udovoljili potrebama i željama potrošača nude proizvode niže klase, odnosno brendirane i markirane proizvode koji su namjenjeni isključivo prodaji u slabije razvijenim zemljama. Mogu se često čuti i primjedbe iznesene na račun kvalitete tih proizvoda. Jedan od takvih je i nama dobro poznati namaz *Nutella*, koji se posebno proizvodi za tržište Jugoistočne Evrope.

5. HIPERKAPITALIZAM I NACIJA

5.1. Nacionalni identitet i globalizacija

Da bismo krenuli u raspravu o identitetu i globalizaciji, treba svakako da spomenemo pojmove kao što je nacija i nacionalizam, koji su jako vezani za pomenute pojmove i ključni su elementi u historijskim kretanjima tokom 19. i 20. vijeka. Ovo je period kad evropski narodi u svakom segmentu ostvaruju napredak na svim područjima života, stvaraju nove nacionalne vrijednosti i tragaju za višestrukim društvenim identitetima, koji nastaju u procesu konstrukcije. To je proces stalnih društvenih i nacionalnih promjena, ali i socijalnih, etničkih i nacionalnih suprotnosti, koji još uvijek traje. "Suvremeno istraživanje nacije i nacionalizma započinje nakon Drugoga svjetskog rata, kada je antikolonijalna borba u trećem svijetu rezultirala stvaranjem novih država i nacija. To je pobudilo interes sociologa i politologa." (Gellner, 1998: 11) Prije daljeg obrazlaganja o tome kako ubrzana globalizacija novije istorije utiče na nacionalne identitete trebamo svakako razmotriti pitanja šta je nacija i šta konstituiše naciju. Polazeći od toga osnovnog kriterija, može se, kao sveobuhvatna, ponuditi sljedeća

definicija: "Nacija je specifična, relativno samodovoljna, historijski formirana stabilna narodna zajednica, nastala na osnovama društvene podjele rada epohe građanskih društava, na temeljima ekonomske povezanosti, kompaktnog teritorija, zajedničkog jezika i iste ili srođne kulture, te svijesti o nacionalnoj pripadnosti i cjelovitosti." (Kukić, 2004: 142) Kada smo dali jednu od definicija o naciji, sada prelazimo na definisanje nacionalnog identiteta. Jedna ovakva definicija otkriva nam složenost same prirode nacije i nacionalnog identiteta.

Da bismo krenuli u raspravu o i nacionalnom identitetu "...može se ukazati na četiri opšta istaknuta oblika:

- Prvo, nacija obuhvata brojno stanovništvo. Njena veličina je dovoljno suštinska kada svaki član ima kontakt licem u lice samo sa manjim dijelom cjelokupne nacionalne grupe.
- Drugo, nacije se ističu kao oblik kolektivnog identiteta svojom vezanošću za specifičnu teritorijalnu otadžbinu, koja obično ima veću površinu od distrikta ili provincije. Svaka se nacija ukorjenjuje u posebnu zemlju, čak i ako (kao u slučaju nekih dijaspora) većina grupe živi izvan tog područja.
- Treće, nacija definiše sebe isticanjem atributa koji je odvajaju od drugih nacionalnih grupa. Svaka nacija se izjašnjava kao unikatna na osnovu svoje posebnosti.
- Četvrto, nacije su uzajamno konstruktivne. One se ne pojavljuju autonomno, nego kroz međunacionalne odnose. Tako nacija uglavnom identificira svoje navodne jedinstvene osobenosti opisujući svoje razlike u odnosu prema strancima. Pri tom, nacije često učvršćuju i podstiču sebe putem činova kolektivne odbrane protiv spoljašnjih nametanja kao što su vojni napadi ili kolonijalna vladavina.

Neki bi mogli dodati državni status (uključujući i aspiracije na taj status) kao peto značajno obilježje nacionalnog statusa: međutim, države i nacije su daleko od toga da budu isto. Nacija je vrsta grupnog identiteta, dok je država vrsta aparata upravljanja. Nacija-država je teritorijalna vlast, što znači vladavina nad odgovarajućom nacionalnom otadžbinom. Državanacija je teritorijalna zajednica, što znači biti pod vlašću države odgovarajućeg državnog aparata." (Šolte, 2009: 227) Tako je glavni oblik nacionalnog identiteta od sredine devetnaestog do sredine dvadesetog vijeka bila *država-nacija*.¹⁶

¹⁶ Mnoge države-nacije pokazale su da su sasvim prilagodljive uslovima ubrzane globalizacije. Npr. širenje transvjetskih odnosa očigledno nije ništa učinilo da umanjii hitnost kojom su vlade u Bonu i Berlinu podupirale ponovno ujedinjenje u jednu liberalnu njemačku državu poslije 1989. godine. Isto tako većina novih postkomunističkih država u Srednjoj Aziji i Istočnoj Evropi (Kazahstan, Slovenija itd.) s entuzijazmom su krenule u izgradnju svojih nacionalnih zajednica u skladu sa svojim teritorijalnim zakonodavstvima. Isto tako na Jugu, globalizacija koja se odvijala velikim itenzitetom nije utjecala na većinu novodekolonizovanih država od traženja strategija za nacionalnu izgradnju s obzirom na njihovo stanovništvo. (Šolte, 2009: 231)

Za Gellnera je "...nacionalni identitet, jednostavno, identifikacija građanina s javnom, gradskom visokom kulturom, a nacija izraz te visoke kulture u društvenoj i političkoj sferi." (Smit, 2003: 38) Martin Heidegger iznosi sljedeću definiciju: "Prema uobičajenoj formuli stav identiteta glasi: A=A. Taj stav važi kao vrhovni stav mišljenja (...) jer s njime bismo htjeli iskusiti šta identitet jeste. Kao zakon mišljenja stav važi samo ako je on zakon bitka, koji glasi: svakom biću kao takvom pripada identitet." (Heidegger, 1996: 285-287) Nacionalni identiteti počeli su da se razvijaju, s razvojem nacionalne države, na području Zapadne Evrope. Za ovaj period je bitno da se dešavaju stalne društvene i nacionalne promjene, ali i socijalne, etničke i nacionalne suprotnosti.

Postoji širok spektar definicija, uz preplitanje određenih pojnova: nacija, nacionalna država, nacionalizam. Njih ima nekoliko i često imaju široko i različito značenje ovisno o autorima koji ih iznose. Ako govorimo o području nacionalnog i/ili etničkog možemo konstatovati da se sociologija bavila više nacijom nego identitetom. Da bi netko mogao imati nacionalni identitet, prvo mora postojati nacija čiji identitet pojedinac posjeduje. Sociologija je u toku svog historijskog razvoja promatrala historiju i stvaranje nacija prvenstveno kao historijskih tvorevina. Svakako da nacija bez identiteta (osjećanja pripadnosti toj naciji) ne postoji.

Tako su po Smitu "...bitna obilježja nacionalnog identiteta sljedeća:

- istorijska teritorija, odnosno domovina
- zajednički mitovi i istorijska sjećanja
- zajednička masovna, javna kultura
- zajednička zakonska prava i dužnosti svih pripadnika nacije
- zajednička ekonomija, s teritorijalnom mobilnošću pripadnika nacije." (Smit, 1998: 29-30)

Od svih kolektivnih identiteta danas koji su zajednički ljudskim bićima, nacionalni identitet je možda najbitniji, često je predmet rasprava intelektualne elite, jer je vrlo kompleksan i najobuhvatniji. "Poput individualnog identiteta, nacionalni identitet je takođe slojevit i kompleksan. Iako je nacionalni identitet promjenljiv, on se ne može beskonačno prekrajati. Iz tog razloga je i cijenjen, ali i postojan. U vremenskoj dimenziji, on je istovremeno i dat, ali i redovno oblikovan. Građani ga nasleđuju, kritički se osvrću na njega, te ga redefinišu i mijenjaju u skladu sa svojim okolnostima, samorazumijevanjem i težnjama za budućnost. Ono što globalizacija teži da potre - jeste različitost. Međutim, nacionalni identitet se poistovjećuje sa različitošću pa postoji stalna, čak i opsativna briga za ostajanjem različitim od drugih, kako se ne bi izgubio vlastiti identitet." (Ćuković, 2014: 167) Razlog zašto su nam nacionalni identiteti i nacionalizam postali bitni leži u svojoj sveprisutnosti. Ako ima pojava koje imaju

globalni karakter onda je to nacija i nacionalizam. Ne samo što je nacionalizam, kao ideološki pokret, prodro u svaki kut planete; svijet je, prvenstveno podijeljen na nacionalne države - države koje tvrde da su nacije - a nacionalni identitet svugdje je okosnica ponavljanja kampanje za narodnu suverenost i demokratiju, kao i podloga ekskluzivne tiranije koju ona ponekad rađa. Druge vrste kolektivnog identiteta – klasa, pol, rasa, vjera – mogu se preklapati ili kombinovati s nacionalnim identitetom, ali rijetko uspijevaju da mu potkopaju moć, mada mogu utjecati na njegov smijer.¹⁷ I danas nacionalni identitet nije samo globalan nego i prožiman. Nekad ga možemo smatrati važnijim od drugih, on u većini svojih sfera djelovanja prožima život pojedinaca i zajednica.

Nacionalizam sebe vidi kao prirodno i univerzalno uređenje političkog života čovječanstva. Sredinom dvadesetog vijeka koji se smatra i periodom ubrzanog rasta globalizacije, nacionalizam je i tada imao primat i prevladavo je svjetskom strukturom kolektivnog identiteta. "Nacionalizam ovdje shvatamo kao okolnost u kojoj ljudi konstruišu svoje biće, pripadnost i postojanje, prije svega i uglavnom, u okvirima nacionalnog srodstva. Ideološki nacionalizam vatrena promocija jedne nacije - jeste odraz jedne dublje društvene strukture nacionalizma. Druga manifestacija ove strukture uključuje izgradnju država, preduzeća i udruženja civilnog društva, kao primarno, ako i ne ekskluzivno nacionalnih organizacija, ukrašenih nacionalnim simbolima. Pri tom, pod nacionalnim uslovima, literatura, muzika i drugi oblici umjetnosti principijelno se opisuju kao nacionalni: američki roman, holandsko slikarstvo itd. Postoje i drugi kriteriji identiteta, kao što su klasa i religija, postoje u uslovima nacionalizma, oni su neizmjenljivo podređeni glavnom nacionalnom načelu, na primjer, nacionalnim poslovnim konfederacijama i nacionalnim crkvama." (Šolte, 2009: 225) Činjenica je da je nacionalizam sredinom dvadesetog vijeka smatran za preovlađujuću svjetsku strukturu kolektivnog identiteta. Ali kako se razvijala globalizacija i širila suprateritorijalnost počela su da nestaju uvjerenja da je nacionalnost najvažnija osnova grupnog identiteta.

Porijeklo nacionalnog identiteta je jako složeno koliko i njegova priroda. Ovdje svakako možemo reći da je porijeklo svake nacije po mnogo čemu jedinstveno i da moderne nacije imaju različite polazne tačke, brzine i vremenske okvire. Anthony Smith u svojoj knjizi

¹⁷ Po modernističkoj predstavi o naciji, upravo je nacionalizam tvorac nacionalnog identiteta. Za Gellnera je to političko načelo koje „tvrdi da politička i nacionalna jedinica trebaju biti istovjetne.“ Nacionalni osjećaj jeste osjećanje gnjeva ili zadovoljstva potaknuta kršenjem ili ostvarivanjem tog načela, dok nacionalistički pokreti pokreću osjećaj. (Smit, 2003: 29-30)

„Nacionalni identitet“ postavlja neka od pitanja i „...traži objašnjenja porijekla i razvoja modernih nacija:

- Ko čini naciju? Koje su etničke osnove i modeli modernih nacija? Zašto su se baš te nacije javile?
- Zašto i kako se nacija javlja? Odnosno, koji to opšti uzroci i mehanizmi pokreću procese oblikovanja nacije od različitih etničkih veza i sjećanja?
- Kada i gdje je nacija nastala? Koje su to konkretnе ideje, grupe i lokacije predodredile oblikovanje pojedinačnih nacija u dano vrijeme i na datom mjestu?“ (Smit, 2010: 37)

Iz ovoga možemo zaključiti da se nacija oslanja na elemente drugih vrsta kolektivnih identiteta, ...čime se objašnjavaju ne samo mogućnost kombinovanja nacionalnog identiteta s tim drugim tipovima identiteta - klasnim, vjerskim ili etničkim - nego i kameleonske permutacije nacionalizma, kao ideologije, s drugim ideologijama, poput liberalizma, fašizma i komunizma.¹⁸ Na osnovu navedenih činjenica uviđamo da se nacionalni identitet ne sastoji od samo jednog elementa, već je višedimenzionalan i nije moguće da se u nekoj populaciji stvori brzo lako pomoću nekih vještačkih sredstava. Po Šolteu, glavni oblik nacionalnog identiteta od sredine devetnaestog do sredine dvadesetog vijeka bila je država - nacija. Pomenut ćemo da je npr. brazilska nacija bila povezana sa brazilskom državom, njemačka nacija sa njemačkom državom i tako dalje. „Pojmovi nacija i država bili su tako prepleteni u ovom ranijem dobu da su mnogi ljudi ova dva pojma prihvatala kao sinonime (na primjer, kada govore međunarodni odnosi misleći pri tom na međudržavne odnose). Doista, do današnjeg dana mnogi ljudi spajaju termine građanstvo i nacionalnost, čak iako riječi ukazuju na upravljanje i identitet kao različite predmete.“ (Šolte, 2009: 228) Ono ćemu je savremena globalizacija doprinijela jeste gubitak povezanosti između država i nacija, tako da nacije sada mogu da imaju i ... ne-državne oblike. Mnoge velike grupacije ljudi koje polažu pravo na posebne kolektivne atribute i povezanost sa teritorijalnom otadžbinom nemaju odgovarajuću državu. Na primjer to su Palestinci, Kurdi, Baskijci, Kvibekanci itd.¹⁹

¹⁸ Ovakvo definisanje nacionalnog identiteta jasno ga odvaja od svakog poimanja države. Država se isključivo odnosi na javne institucije, koje se razlikuju od sruđih društvenih institucija a autonomne su prema njima, i koje u okviru date teritorije ostvaruju monopol naprindu i porijeklo. Nacija, s druge strane označava kulturnu i političku sponu, ujedinjujući u jednu političku zajednicu sve one koji imaju istu istorijsku kulturu i domovinu. Nacionalni identitet i nacija predstavljaju složene konstrukte sačinjenenod više uzajamno povezanih komponenata – etničke, kulturne, teritorijalne, ekonomske i pravno-političke. Oni označavaju spone solidarnosti među pripadnicima zajednica ujedinjenih zajedničkim sjećanjima, mitovima i tradicijama, spone koje mogu ali ne moraju naći izraza u sopstvenim državama tih zajednica, no koje se potpuno razlikuju od čisto pravnih i birokratskih državnih veza. Upravo ta višedimenzionalnost pretvorila je nacionalni identitet u gipku i istrajnu snagu u savremenom životu i politici i omogućila mu da se uspješno udružuje s drugim moćnim ideologijama i pokretima ne gubeći pri tom svoj karakter. (Smit, 2010: 31,32)

¹⁹ Jedna od značajnih posljedica savremene pojačane globalizacije jeste gubitak povezanosti između država i nacija, uključujući i činjenicu da mnogi nacionalni projekti danas više ne sadrže težnju da dobiju svoju suverenu državu. Primjer uključuje poddržavne nacije kao što su Luo i Kvibekanci, transdržavne nacije kao što su Baskijci i Kurdi i globalno raspršene nacije kao što su Afrikanci i Palestinci. (Šolte, 2009: 228)

Kako pak Smit navodi: "Nacionalni identitet je u suštini višedimenzionalan; nikad se ne može svesti na jedan jedini element, čak ni u posebnim nacionalističkim frakcijama, niti se u nekoj populaciji može lako ili brzo stvoriti vještačkim sredstvima." (Smit, 1998: 30) Ovakva definicija nacionalnog identiteta jasno ga odvaja od svakog poimanja nacionalne države. Država se isključivo odnosi na javne institucije, koje je bitno razlikuju od drugih društvenih institucija, dok nacija s druge strane označava kulturnu i političku sponu, ujedinjujući u jednu političku zajednicu sve one koji imaju istu historijsku kulturu i domovinu. "U velikom zamahu povijesti nacionalne su države bile prelazni oblik organizacije za upravljanje ekonomskim poslovima. Njihovo pravo proizilazilo je dijelom iz nadzora nad vojnom silom, no održavanje vojne sile sad je neugodan teret. ... zatim nad njihovim resursima i kolonijama, no prvi su sada razmjerno nevažni kao izvor vrijednosti u ekonomiji koja se temelji na znanju, a potonje su manje izvor jeftinih resursa, a više rupa bez dna za riznicu domaće vlade. To je pravo nacionalne države proizilazilo i iz vlasti nad zemljom no, kako pokazuju suvremeni događaji, uspješne ekonomije mogu širiti svoj utjecaj susjednim teritorijama bez ikakve potrebe za prilagodbama u formalnoj podjeli suverenosti (Rosecrance,...) Napokon, to je pravo nacionalne države proizilazilo i iz nadzora pod političkom neovisnošću, no takva je neovisnost sve manje važna u globalnoj ekonomiji koja sve manje poštuje državne granice." (Adeniji, 2004:137. prema Zgodić, 2015: 334) Kad malo bolje ovo analiziramo, uviđamo da se ide polako sa idejom oblikovanja i postavljanja temelja ka nastajanju postnacionalne države, oslanjajući se tako na procese koje sa sobom nosi proizvodi i povlači sama globalizacija.

Kenichi Ohmane 1993. godine, eksplicitno tvrdi: "Nacionalna država postala je neprirodna, čak i disfunkcionalna jedinica za organiziranje ljudske aktivnosti i upravljanje ekonomskim pothvatima u svijetu u kojemu nema granica. One ne predstavljaju istinsku zajednicu ekonomskih interesa. One ne određuju smislene tokove ekonomске aktivnosti...". (Nav.prema: Sorensen, 2013: 453) Ohmae "... štoviše, ide toliko daleko da tvrdi da će u politici u budućnosti nekakvu ulogu imati samo dvije ekonomске sile – globalna finansijska tržišta i transnacionalne korporacije." (Marsh, Furlong, 2005: 32. prema: Zgodić, 2015: 334) Previranja koja se dešavaju na globalnom nivou kako ekomska tako i politička izazvala su krizu nacionalne države, jer ona više nema isključivi suverenitet nad vlastitim, ekonomskim, pravnim i političkim sistemom.

Nacionalni identitet danas određuje sastav režimskog kadra, pa na taj način uspijeva da utječe na svakodnevni život svakog građanina. "On je po svojoj prirodi aktivan i politiziran. Jedna od glavnih njegovih funkcija jeste da zadovolji potrebu pojedinca za pripadnošću." (Ćuković, 2014: 168) Obrazlažući nastanak nacije i nacionalnog identiteta na primjeru Zapada, Smit navodi da "...nacionalni identitet mora uključivati i političku zajednicu, koja opet podrazumijeva bar neke zajedničke institucije i jedan kodeks prava i dužnosti za sve pripadnike zajednice. On također ukazuje na određeni društveni prostor, prilično tačno obilježen i ograničenu teritoriju, s kojom se pripadnici poistovjećuju i kojoj smatraju da pripadaju. Ali ta zemlja ne može se nalaziti baš bilo gdje; ona nije ma koje zemljište. Ona je i mora to biti historijska zemlja, domovina, kolijevka našeg naroda." (Smit, 1998: 22-23) Domovina tako postaje muzej historijskih sjećanja i asocijacija, mjesto gdje su naši preci živjeli, radili, molili se i borili. Sve ovi elementi čine domovinu jedinstvenom.

Činjenica jeste da je nacija jedinstven i danas već globalni fenomen, ali su nacije u svojoj historijskoj pojavnosti nastajale u najrazličitijim društvenim, političkim i kulturnim uslovima i svakako u velikom vremenskom rasponu. "...budućnost nacije i nacionalne države može da svoje uporište neočekivano nađe i u paradoksalnim vezama globalizacije i nacionalizma..." "uz sve veću međuzavisnost i globalizaciju svjetske ekonomije, što bi, kako izgleda trebalo ukazivati na sve manje važnost nacionalizma i na slabljenje želje za formiranjem i održavanjem države-nacije, čini se da dolazi do ponovnog pojavljivanja nacionalizma i odgovarajućih (iako ne identičnih) snaga etničkog identiteta i sukoba...". (Schwarzmantel, 2005:179. prema Zgodić, 2015: 337) Možemo, gotovo sa sigurnošću potvrditi da je nacionalizam kao ideologija posebno privlačan u nesigurnim vremenima brzih društvenih promjena. Globalizacija je ta koja svojom unifikacijom svijeta slabi tradicionalne i građanske veze, te može da pothranjuje pojavu etnički zasnovanih i ponekad agresivnih oblika nacionalizma. Prilikom pokušaja pronalaska definicije nacionalnog identiteta, spoznala sam da neki autori tvrde da ne postoji, jer smatraju da je nacionalni identitet promjenljiva kategorija, kao i sve ostale složene društvene pojave i iz tog razloga teško ga je definisati. U knjizi Uvod u studije medija, autora Adama Briga i sur. našla sam jednu od definicija o nacionalnom identitetu. "*Pod nacionalnim identitetom se generalno podrazumijeva zajednički identitet naturalizovanih stanovnika određenog, politički i geografski definisanog, prostora – to jest, odredene nacije. Ali, kako se proizvodi taj identitet? Da li je nacionalni identitet nešto s čime smo rođeni kao podanici odredene nacije? Ili je to nešto što s vremenom naučimo?*" (Brigs i sur. 2005: 602) Kada malo bolje razmotrimo nacionalni identitet "...po pitanju izgleda i tjelesnih atributa, tada dolazimo do zaključka da je nacionalni identitet nešto s čime smo

rođeni. Većina Italijana ima tamnu kosu, većina Šveđana ima svjetlu kosu; većina Zimbabveanaca su crnci, većina Britanaca su bjelci. Ali, ovo nesumnjivo neće biti dovoljno, pošto svi Italijani nemaju tamnu kosu i ima mnogo crnih Britanaca. Slično tome, bilo bi teško razlikovati Belgijance i Holandane na osnovu fizičkih atributa, pa ipak, iz različitih političkih i istorijskih razloga, povučene su nacionalne granice između bliskih geografskih prostora koje zovemo Belgija i Holandija, zvanično podjelivši u dvije grupe ljudi koji imaju mnogo zajedničkih fizičkih atributa.“ (Brigs i sur. 2005: 602, 603) Na osnovu navedenog možemo konstatovati da je neutemeljeno donositi zaključke o nacionalnom identitetu na osnovu fizičkog izgleda. “Mogli bismo, stoga, da zaključimo da nacionalni identitet nije biološki već kulturni, i u tom smislu nešto što se uči podsvjesno. On nije samo u osjećaju zajedništva, koliko god on bio uslovan. Nacionalni identitet je u osjećaju pripadnosti - zajednici, da, ali i mjestu, zavičaju.“ (Brigs i sur. 2005: 603 i 610) Pod tim se podrazumijeva prihvatanje i usvajanje ustanovljene domaće kulturne tradicije tog zavičaja i zajednice.

Anthony Smith navodi da se nacionalni identitet uvijek tijesno povezuje sa nacionalizmom koji od nacionalnoga identiteta onda stvara mit putem teritorija, predaka ili i jednog i drugog. U modernom svijetu nacionalizam predstavlja najneodoljiviji identitetski mit, ali taj mit nalazimo u mnogim oblicima. “Mitovi o nacionalnom identitetu tipično se pozivaju na teritoriju ili na pretke (odnosno na oboje) kao na osnovne političke zajednice, a te razlike donose važne, mada često zanemarene, izvore nestabilnosti i sukoba u mnogim dijelovima svijeta.” (Smit, 1998: 7) Nacionalisti tvrde da su njihovi identiteti prirodni, nacionalni projekti koji su se tek ustalili u devetnaestom vijeku. “Teritorijalizam kao prвobitno preovlađujuća struktura društvenog prostora bio je tijesno povezan sa nacionalizmom kao prвobitno vladajućom strukturom kolektivnog identiteta. S obzirom na takve činjenice, ne iznenađuje nas što se tekuće napuštanje teritorijalizma u društvenoj geografiji odvija zajedno sa opadanjem nacionalizma kao glavnog temelja makrosocijalne identifikacije. Današnja vjera, klasa, rod, rasa, dob, seksualno opredjeljenje i drugi vidovi sopstva i solidarnosti traže za sebe veći značaj - i, u cjelini, pomiješan sa nacionalnošću. Opšta situacija u pogledu identiteta kreće se, sve više, od nacionalizma ka pluralizmu i hibriditetu.“ (Šolte, 2009: 224-225) Tako u današnjem vremenu sve smo više svjedoci da umjesto jednobojne vezanosti za nacionalnost koja je bila vladajuća sredinom dvadesetog vijeka, identiteti u današnjem globalnom svijetu teže da prisvoje višestruk i hibridan karakter. Nacionalni identiteti polako gube svoj značaj, a sve se više prostora daje raznorodnosti i pluralizmu.

Nije slučajno što mnogi najgorčeniji i najoduženiji međunacionalni sukobi potiču od konkurentnih pretenzija i shvatanja nacionalnog identiteta. Razumjevanje tih ideja od

životnog je značaja, ako bismo pokušali da bar ublažimo, ako ne možemo da riješimo neke od pomenutih sukoba i stvorimo istinsku međunarodnu zajednicu. Nacionalisti tvrde da su njihovi identiteti prirodni, nacionalni projekti koji su se tek ustalili u devetnaestom vijeku. "Tek tada se pojavilo sasvim opredjeljeno nacionalno osjećanje: duboko ukorijenjeno u svijesti; rašireno širom svih pokrajina u zemlji; zatvarajući sve klase i vjeroispovijesti u stanovništvo; zauzimajući središnji položaj za političke organizacije i težnje. Čak i u Francuskoj, često predstavljenoj kao rodno mjesto nacionalne ideje, društvena svijest nije bila značajnije nacionalizovana prije pozognog devetnaestog vijeka." (Weber, 1977. prema Šolte, 2009: 228) Ako pogledamo unazad neki duži vremenski period, dolazimo do zaključka da je nacionalno jedinstvo prije bilo izuzetak nego pravilo. Promjene koje se dešavaju na tlu Evrope vidljive su jer mnoge nacije što zbog globalizacije, migracija i integrisanja društva prisiljene su da mijenjaju svoj vlastiti identitet. Osjećaj nacionanog identiteta je moćno sredstvo u određivanju i lociranju pojedinačnih ja u svijetu, kroz prizmu kolektivne ličnosti i njene osobene kulture.

Od sredine dvadesetog vijeka kako je došlo do "...intenziviranja globalizacije i širenja suprateritorijalnosti pomogle su nestanku uvjerenja da je nacionalnost najvažnija osnova grupnog identiteta. Nacionalna solidarnost dobrim dijelom leži u širokom divljenju stanovništva prema i u borbi za poseban teritorijalni zavičaj. Relativna deteritorijalizacija društvenog prostora mogla bi, prema očekivanjima, nestati, ruku pod ruku sa relativnom denacionalizacijom društvenog identiteta." (Šolte, 2009: 225) Rastom suprateritorijalnih veza, došlo je do porasta neteritorijalnih identiteta i solidarnosti. Koliko god širenje transplanetarnih i suprateritorijalnih veza među ljudima doprinose da se promijene razni atributi kapitalističke proizvodnje i državnog upravljanja, isto tako i globalizacija doprinosi promjeni u provođenju nacionalnog identiteta. "Neke vlade preuzimaju korake za smanjenje globalnih uticaja u poduhvatu da sačuvaju državno-nacionalne identitete. Na primjer, vlasti u Kini, Maleziji, Saudijskoj Arabiji i drugdje, prije ili kasnije stavljaju van zakona strane satelitske emitere u svojim zemljama. Drugi režimi prihvataju različite tehničke standarde za satelitsku televiziju u nadi da će odbiti ovu invaziju." (Šolte, 2009: 231) U drugim slučajevima države često sponzorišu nacionalne paviljone na svjetskim sajmovima i nacionalne timove u globalnim sportskim takmičenjima. Tako "Afrički nacionalni kongres (ANC) i Revolucionarni front Nezavisnog Istočnog Timora (Fretilin) koriste agencije globalnog upravljanja radi što uspješnijeg ishoda u borbi svojih nacionalnih projekata za sticanje države." (Šolte, 2009: 232) I pored svega navedenog smatra se da globalizacija teži da oslabi države-nacije. Zahvaljujući

trendu koji podstiče rast alternativnih oblika kolektivnog identiteta, kako nacionalnih tako i neteritorijalnih.

Mnogi već sada iznose tezu da nacionalni identiteti nemaju budućnost. Tradicionalisti će uvijek težiti da očuvaju najkontraverznu verziju nacije i nacionalnosti, ali sama nacija će nastaviti da biva ugrožena globalizacijom kulture, politike i ekonomije. "Razvoj novih tehnologija, koje omogućavaju generaciji medijskih tekstova da bez pasoša prelaze nacionalne granice, i koji to rade stalno i bez napora, znači da će te granice postati sve više zamagljene. Vjerovatno je da neće biti tampon zone između lokalnog i globalnog. Ali, naravno, globalno - a prije njega, nacionalno – jedino i može biti hibridni amalgam lokalnih identiteta i kulture." (Brigs i sur. 2005: 619,620) Svrha globalizacije svakako nije u tome da eliminiše nacionalni identitet i nacionalnost, već da doprinese komplikovanju izgradnje identiteta. Viševjekovna jednačina: jedna teritorija, jedna država, jedan narod (politički), jedan jezik, jedna kultura je nešto što polako nestaje s dolaskom globalizacije.

Kako navodi Zgodić proces kosmopolitizacije svijeta života neprestano napreduje. Na djelu je oblikovanje novog svijeta ili kako kaže Beck, svijet koji postaje kosmopolitski. "Postao je tako znakom novog doba, doba druge moderne, doba u kojoj nestaju nacionalnodržavne granice i razlikovanja...." (Beck, 2008: 127) Nadalje, Beck navodi još i to "... da su vrlo dobro čuvani nacionalnodržavni prostori i granice, takoreći opkoljeni, i prožeti planetarnom međuvisnošću, ekološkim, ekonomskim i terorističkim rizicima, koji međusobno povezuju odvojene svjetove nerazvijenih i razvijenih nacija – nastaje nešto povijesno novo: "kozmopolitski pogled", u kojem se ljudi istodobno osjećaju dijelom ugroženoga svijeta kao i dijelom svojih lokalnih povijesti i položaja." (Beck, 2008: 128. prema Zgodić, 2015: 353) Kosmopolitizam podrazumijeva da su svi ljudi građani svijeta, a iza toga su pripadnici svoje nacije. Stavlja se akcenat na priznavanje drugog i drugačijeg, razlike su te koje nas obogaćuju i pozitivno se vrednuju.

Već je opće poznata težnja da hiperglobalisti zagovaraju slabljenje nacionalnog identiteta i njegovom postepenom potiranju. Jedno je sigurno, globalizacija prkositi položaju nacije kao preovlađujućem mjerilu kolektivnog identiteta u društvu. Širenje transsvjetskih odnosa podstiče porast neteritorijalnih identiteta i kosmopolitskih solidarnosti. Hiperglobalisti smatraju da nacionalna država više nije sposobna da se odupre globalizaciji, kao i da je takva država sve manje u mogućnosti da kontroliše i sopstvene unutrašnje tendencije, a kamoli uticaje izvana. Moć nacionalnih vlada opada i polako nestaje. Kraj države-nacije je u procesu globalizacije nešto što se moglo očekivati.

5.2. Hibridni identiteti i nacija

Nastajući u eri rađanja građanina i moderne države, nacija označava kraj feudalnog sistema i trend ka integraciji dotle podjeljenih naroda. Zbog toga se pojам nacije mora razlikovati od pojma etniciteta, koji se povezuje sa plemenom kao prvobitnom formom društvene organizacije zasnovane na vjerovanju u zajedničko porijeklo (predaka) i sudbinu, te na tradicionalnim mitologijama. "Na oblikovanje nacija u devetnaestom i dvadesetom vijeku duboku su uticali primjeri Engleske, Francuske i Španije, a nešto manje Holandije i Švedske. To se obično pripisuje njihovom posjedovanju vojne i ekonomске moći u vrijeme oblikovanja nacija u Zapadnoj Evropi." (Smit, 1998: 97) U šesnaestom i sedamnaestom vijeku ove zemlje doživjele su veliki uspon, važile su za velike sile, bile su primjer za ugled, a njihovo nacionalno ustrojstvo smatralo se ključem njihovog uspjeha. "Premda nacionalisti često tvrde da su njihovi identiteti praiskonski i prirodni, oni su se tek ustalili početkom devetnaestog vijeka. Tek tad se pojavilo sasvim operjalo nacionalno osjećanje: duboko ukorijenjeno u svijesti; rašireno širom svih pokrajina u zemlji; zatvarajući sve klase i vjeroispovjesti u stanovništvo; zauzimajući središnji položaj za političke organizacije i težnje." (Šolte, 2009: 228) U Francuskoj, kao rodonačelnici nacionalne ideje, društvena svijest nije bila značajnije formirana sve do samog kraja devetnaestog vijeka, a žena do dvadesetih godina prošlog vijeka.

Osnovno je obilježje moderne nacije i svega što je s njom u vezi to što ona pripada sadašnjosti. Nacija, je dakle, moderni fenomen čiji je razvoj nemoguće odvojiti od procesa izgradnje moderne države i demokratizacije politike. Po Hejvudu: "Nacije (od latinskog nasci, što znači biti rođen) predstavljaju složene pojave na koje utiče zbir kulturnih, političkih i psiholoških faktora." (Hejvud, 2004: 205) Kako je odmicao dvadeseti vijek, sve češće su se javljale teze da je doba nacionalizma prošlo. Do ovoga je došlo ne zato što je prevaziđen višim nadnacionalnim lojalnostima, već zbog toga što je nacionalizam izvršio svoju misiju, a to je da je svijet postao svijet nacionalnih država. "Nacije su, u stvari, bile prihvачene kao jedina legitimna jedinica političke vlasti. Naravno, počevši od 1789. svijet je bio iz osnova promijenjen u skladu s nacionalizmom. Samo je petnaest država postojalo 1910. godine, od 159 koliko ih je 1989. bilo priznato za punopravne članice Ujedinjenih nacija. Dobar dio dvadesetog vijeka većina naroda još je bila pod kolonijalnom vlašću evropskih imperija. Prije 1910. postojale su samo tri od sadašnjih šezdeset pet država Bliskog istoka i Afrike, a još sedamdeset četiri države su nastale poslije 1959. godine." (Hejvud, 2004: 236)

Ove promjene su vodile ka nacionalnoj nezavisnosti, a novonastale države su uglavnom uzimale oblik nacionalne države. Prvi i Drugi svjetski rat, te propast komunizma u Istočnoj

Evropi doprinijeli su jačanju koncepta nacije, kao načela političkog organizovanja. Većina sporova koji se odnose na pojavu nacionalizma mogu se pripisati suprostavljenim gledištim o tome šta čini naciju. "Ideja nacije je toliko široko prihvaćena da se njena obilježja rijetko razmatraju i dovode u pitanje: nacija se jednostavno uzima zdravo za gotovo. Naziv nacija se uglavnom neprecizno upotrebljava i često se miješa sa terminima kao što su država, zemlja, etnička grupa ili rasa." (Hejvud, 2004: 204) Kako Hejvud navodi i daje primjer, "...Ujedinjene nacije su pogrešno nazvane, pošto je to organizacija država, a ne nacija. Postavlja se onda pitanje, koja su, onda, značajna obilježja nacije? Po čemu se ona razlikuje od druge društvene grupe ili drugog izvora kolektivnog identiteta?" (Hejvud, 2004: 204) Teškoća sa definisanjem pojma nacija proističe iz okolnosti da sve one imaju objektivna i subjektivna obilježja, mješavinu političkih i kulturnih osobina.²⁰ I jedno i drugo nam govori da se pokušava izbjegći apriori objektivizam, koji u oba slučaja predstavlja, samo na različite načine, prilagođavanje definicije nacije teritoriji na kojoj zajednički žive ljudi koji govore različitim jezikom.

Iz ovako definiranog pojma nacije, Kukić navodi da "... bitno određuje sljedeće:

- ona je specifična narodna zajednica
- nacija je historijski formirana zajednica
- nacija je relativno samodovoljna i stabilna zajednica
- pojavu nacije uvjetovala je društvena podjela rada
- naciju bitno određuje pet elemenata: ekomska povezanost, kompaktan teritorij, jezik, ista ili srodnna kultura i svijest o nacionalnoj pripadnosti i cjelovitosti." (Kukić, 2004: 142,143)

Glavne postavke političke paradigmе, a osobito njezina klasičnog modela izgradnje nacije, ističale su političku prirodu nacija i aktivnu ulogu građana i vođa u njihovoј izgradnji.

Teoretičari koji su se bavili pitanjima izgradnje nacija tvrde da su:

- nacije u biti teritorijalne političke zajednice. One su suverene, ograničene i kohezivne zajednice pred zakonom jednakih građana, a s modernim su državama udružene u ono što nazivamo unitarnim nacionalnim državama;
- nacije su primarna politička veza i glavni predmet odanosti svojih pripadnika. Druge veze – rodne, regijske, obiteljske, klasne i religijske - trebaju biti određene podređene višoj privrženosti građanina njegovoj ili njezinoj nacionalnoj državi, a to je poželjno zato što idealima demokratske građanske participacije daje oblik i sadržaj;

²⁰ Na osnovu objektivnih pokazatelja, nacije su tvorevine kulture: grupe ljudi koji govore isti jezik, imaju istu vjeru, povezani su zajedničkom istorijom itd. Svakako da ne možemo definisati naciju samo na osnovu objektivnih faktora. Sve nacije imaju izvjesnu kulturnu, etničku i drugu raznolikost. Subjektivno određenje nacije je da su one psihopolitičke tvorevine. Ono čime se nacije razlikuju od drugih grupa, odnosno kolektiviteta, jeste to što njeni pripadnici sebe smatraju nacijom. Šta to znači? To znači da nacija sebe posmatra kao posebnu političku zajednicu. (Hejvud, 2004: 205)

- nacije su glavni politički akteri na međunarodnoj pozornici. One su stvarne sociološke zajednice koje raspolažu političkom težinom stanovništva svijeta i jedino legitimirajuće i koordinirajuće načelo međudržavnih odnosa i djelovanja;
- nacije su tvorevine svojih građana, osobito njihovih voda i elita, a izgradili su ih razni procesi i institucije. Ključ uspjeha nacija jeste u uravnoteženoj i sveobuhvatnoj institucionalizaciji uloga, očekivanja i vrijednosti, te u stvaranju infrastrukture društvenih komunikacija - prometa, birokracije, jezika, obrazovanja, medija, političkih stranaka itd.;
- nacije su jedini okvir, sredstvo i uživatelj društvenog i političkog razvoja, jedini instrument namirenja potreba svih građana u proizvodnji i raspodjeli resursa i jedini način osiguranja održivog razvoja. Razlog je to što samo odanost naciji i nacionalna ideologija mogu mobilizirati mase na odanost, posvećenost i požrtvovanost koje zahtijeva modernizacija sa svim svojim napetostima i poremećajima.“ (Smit, 2003: 20)

Benedikt Anderson daje jednu od često citiranih definicija nacije, koju smatra vještačkom tvorevinom:

“...to je zamišljena politička zajednica, i to zamišljena kao istovremeno inherentno ograničena i suverena. Zamišljena je zato što pripadnici čak i najmanje nacije nikad neće upoznati većinu drugih pripadnika svoje nacije, pa čak ni čuti o njima, no ipak u mislima svakog od njih živi slika njihovog zajedništva.“ (Anderson, 1983: 17)

Iz ove definicije zaključujemo da je nacija po Andersonu neka zamišljena zajednica, jer je nemoguće da se svi pripadnici jedne nacije međusobno poznaju. No bez obzira na to, oni osjećaju svoju povezanost s drugim pripadnicima svoje nacije. “Uz stanovitu dozu okrutnosti Gellner dolazi do sličnog zaključka kada ustvrđuje da nacionalizam nije buđenje nacije do samosvijesti: on izmišlja nacije tamo gdje one ne postoje. Nedostatak je ove formulacije to što Gellner toliko nastoji pokazati da se nacionalizam lažno predstavlja, da zbog toga poistovjećuje izmišljanje s izmišljotinama i lažnošću, umjesto sa zamišljanjem i stvaranjem.“ (Anderson, 1983: 17,18) Ovdje se želi reći da postoje istinske zajednice koje možemo suprostaviti nacijama na štetu drugih. Ustvari, sve zajednice veće od prvobitnih sela u kojima se svi međusobno lično poznaju zamišljene su. Zajednice treba razlikovati ne po njihovoj lažnosti ili istinitosti, već po načinu na koji su zamišljene.²¹

²¹ “Nacija se zamišlja kao ograničena jer čak i najveće nacije koje broje i milijardu ljudi, imaju određene, iako rastezljive granice, s one strane koje se nalaze druge nacije. Nijedna nacija ne zamišlja da se poklapa s ljudskim rodom.

Kako Zgodić (2015) navodi: "Mogućnost tog zamišljanja poziva se, kao što je rečeno, na implikacije procesa globalizacije: to su procesi koji sve više posreduju i postepeno transformiraju narod-naciju kao, pored teritorije i suverene vlasti, treći konstitutivni element konvencionalnog shvatanja države.“ (Zgodić, 2015: 335) Migracije koje se dešavaju na svjetskom nivou dovode do međusobnog miješanja pojedinih naroda države. "Nijedan narod nije više sam sa sobom, mnogi su izgubili u svojim kretanjima svoj zavičaj, te država kao i prije raspolaže narodom, ali ne više jednim određenim ograničenim narodom, ne više odlikovanim i jedinstvenim narodom. Narodi pojedinih država Evrope postali su do određenog stupnja izmjenjivima.“ (Posavec, 2002: 10. prema Zgodić, 2015: 335) Tako uviđamo da je uloga države "... u usavršavanju, obrazovanju, ali i moralna kontrola i represija jasno ... opale, delimično i kao posledica napretka nauke, ali i potrošačkog i hedonističkog individualizma. Sve u svemu, nacionalna država je mnogo manje nego ranije opšti okvir za kolektivnu identifikaciju. Englezi, Njemci ili Francuzi ne identifikuju svoju nacionalnu svest s politikom svojih država.“ (Turen, 2011: 42 prema Zgodić, 2015: 335) Na djelu je, kako tvrdi Zgodić, nastajanje *postnacionalnih država*²² upravo na temeljima navedenih promjena u prirodi naroda-nacija.

Nacionalna država koja je proizvod osamnaestog i devetnaestog vijeka počela se raspadati. Kenichi Ohmane 1993. godine, zapravo, eksplicitno tvrdi: "Nacionalna država postala je neprirodna, čak i disfunkcionalna jedinica za organizirane ljudske aktivnosti i upravljanje ekonomskim pothvatima u svijetu u kojemu nema granica. One ne predstavljaju istinsku zajednicu ekonomskih interesa. One ne određuju smislene tokove ekonomske aktivnosti...“ (Nav. Prema: Sorensen, 2013: 453. prema Zgodić, 2015: 334) Ohmae "... štoviše, ide toliko daleko da tvrdi da će u politici u budućnosti nekakvu ulogu imati samo dvije ekonomske sile, globalna finansijska tržišta i transnacionalne korporacije.“ (Nav. prema Zgodić, 2015: 334) Desit će se to da država gubi svoj monopol na sposobnosti rješavanja kolektivnih problema, te takođe da država više nije nužan i glavni okvir za rješavanje kolektivnih problema.

Nacija se zamišlja i kao suverena jer se pojam pojavio onda kad su prosvjetiteljstvo i revolucija razbili legitimitet hijerarhijskoga dinastičkog kraljevstva koje vlada po milosti božjoj.

Naposljetku, nacija se zamišlja kao zajednica zato što se bez obzira na stvarnu nejednakost i izrabljivanje koje mogu u njoj vladati, ona uvijek poima kao snažno horizontalno drugarstvo. Na koncu, upravo su zbog tog osjećaja bratstva u toku posljednja dva stoljeća milijuni ljudi, ako već ne ubijali, a ono drage volje pošli u smrt u ime takvih ograničenih proizvoda zamišljanja.“ (Anderson, 1983: 18)

²² Postnacionalna država je država budućnosti. Neovisnost država je sve manje bitna u globalnoj ekonomiji koja sve poštije državne granice. Sve tri dimenzije klasičnog određenja države – teritorija, narod i suverena vlast – u kontekstu globalizacije zahvaćeni su neumitnim procesima transformacije. Anahronizirajući njihove tradicionalne svrhe i vrijednosti – oni vode oblikovanj države koju možemo nazvati postnacionalna država. I u kontekstu globalizacije svijeta ukazuje se, dakle, na historičnost vestfalskog modela života naroda i međunarodnih odnosa – modela nacionalne države, te se otuda, futuristički zamišljaju, projektiraju i osmišljavaju postnacionalnodržavni oblici egzistencije ljudskog roda. (Zgodić, 2015: 335)

Velika Britanija, Amerika i Francuska smatraju se za klasične primjere političkih nacija. Velika Britanija je unija četiri kulturne nacije: engleske, škotske, velške i sjevernoirske (iako bi se za ovu zadnju moglo reći da obuhvata dvije nacije, protestantske unioniste i katoličke republikance). Pošto postoji poseban britanski nacionalni identitet, on se zasniva na političkim činiocima kao što su opšta odanost kruni, poštovanje prema Vestminsterskom parlamentu i vjerovanje u istorijska prava i slobode britanskog naroda. Kako je Amerika zemlja useljenika, imaju izrazito multietnički i multikulturalni karakter, zbog čega je nemoguće stvaranje nacionalnog identiteta na osnovu zajedničkih kulturnih i istorijskih veza. Slično tome, i francuski nacionalni identitet je tjesno povezan s tradicijom i načelima Francuske revolucije iz 1798.²³

Zajedničko za sve ove navedene nacije je da su u teoriji zasnovane na dobrovoljnem prihvatanju skupa zajedničkih načela ili ciljeva, a ne na postojećem kulturnom identitetu. Građanski aspekti ustava SAD-a nisu slabost te države, u smislu da je ona manje jak pravni subjekt na političkoj sceni. Naime, grupa pojedinaca (s obzirom da Amerikanci nemaju jedan dominantan narod) izgradila je jaku strukturu u kojoj je građanin na prvom mjestu, a ne pripadnik neke nacionalne grupe. S obzirom da u SAD-u živi jako mnogo nacionalnih manjina bilo je potrebno definirati i njihova prava, a to je učinjeno kroz koncept „građanina“, a ne pripadnika neke nacionalne grupe (Angloamerikanac, Italijan, i sl.). U čemu je dakle razlika SAD-a u odnosu na "nacionalne" države? Čak ni sa stanovišta etnogeneze druge nacije nisu različite od američke, jer sve su nacije etnički složene. Vremenom, i izuzetno jakim djelovanjem historijskih faktora i bitnih pokreta i procesa koji su vodili nacionalnom ujedinjenju, one su tu činjenicu (vlastite etničke raznorodnosti, dakle etničke složenosti) zapostavile, ili su je naprsto zanemarile zbog asimilacije u preovladavajući nacionalni diskurs. Ako pogledamo Francusku naciju kao primjer, zagrebači ispod površine i vraćanjem unazad kroz historiju nekoliko vijekova doći ćemo do podataka da je nacija ove države sastavljena iz tri glavne etničke grupe (velika plemena): Kelti, Gali (koji su romanizirani) i germanska plemena osvajača – Franci, od kojih cijela nacija i zemlja i vuku porijeklo imena. Razlika američkog identiteta u odnosu na ostale nacionalne identitete je dakle samo u tome da su Amerikanci svjesni toga da su etnički raznorodni, što i nije čudno imajući u vidu da se proces nastanka američke nacije dešavao bukvalno na oči sviju drugih *starih* evropskih i svjetskih nacija, i da Amerikanci kao nacija postoje zadnjih nešto više od 200 godina. Oni su

²³ Ono što ove nacije imaju zajedničko jeste da su, u teoriji, zasnovane na dobrovoljnem prihvatanju skupa zajedničkih načela ili ciljeva, a ne na postojećem kulturnom identitetu. Ponekad se tvrdi da je tip nacionalizma koji se javlja u tim društвima obično tolerantan i demokratski. (Hejvud, 2004: 212)

svoju etničku raznolikost prihvatili kao prednosti i oduzeli joj specifična imena i dali jedno zajedničko - Amerikanci. U svojoj osnovi, niti jedan Amerikanac prihvatanjem takvog nacionalnog identiteta pri tome ne gubi svoj etnički identitet. On/ona i dalje ostaju Anglosaksonci, Meksikanci, Hopi, Apači, Indijci, Japanci. Jedina suštinska i prava razlika američkog identiteta u odnosu na tradicionalne nacionalne identitete, ogleda se u otvorenosti američkog identiteta za pridošlice iz raznih krajeva svijeta. Nakon određenih zakonskih uslova oni postaju Amerikanci, uz zadržavanje svog etničkog identiteta koje je njihova privatna a ne pravna stvar.

Suprotno od shvaćanja proširenih u južnoslavenskim državama, može se reći da: "Nacije nemaju dugačku historiju: prva evropska nacija, francuska, nastala je krajem 18. vijeka, i tek nakon toga krenuo je u Evropi proces pravljenja nacija, pa je npr. njemačka nacija oformljena sredinom 19. vijeka. U to vrijeme još nisu postojale južnoslavenske nacije: stanovništvo, najvećim dijelom seljačko, identificiralo se sa seoskom zajednicom, s vlasnikom zemljišta, s religijom, možda s carem, ali ni sa kakvom nacijom." (Mappes-Niediek 2005: 125, prema Kordić, 2010: 226) U svojoj knjizi Popović navodi da: "Posljednjih dvjestotinjak godina, poslije Francuske i Američke revolucije, otkad počinje stvaranje modernih nacija, najčešće su nacija i država (država-nacija) nerazdruživo povezane: u većini slučajeva nacija je stvarala državu, ali bilo je i suprotnih primjera da država svojim osobenim simbolima: legislativom, državnom tradicijom, vojnim, političkim i kulturnim postignućima, masovnim obrazovanjem i izgradnjom elitnih kulturnih institucija, stvari samobitan politički narod-naciju. U predmodernim vremenima nastajali su i nestajali etniciteti i države, i u modernom dobu su nestajale male i velike države, čak imperije poput Austrougarske i Otomanske, ali nijedan se nacionalni identitet nije potpuno izgubio." (Popović, 2010: 109) Za Voltera Bejghota stvaranje nacija predstavljalo je osnovni sadržaj razvoja u devetnaestom vijeku.

Mnoge nevladine organizacije i multinacionalne kompanije stihiski vrše pritisak na nacije i nacionalne države, pod krinkom demokratskih globalizacijskih procesa, sa osnovnim ciljem slabljenje moći nacionalnih država. "Prema klišeu globalizacijske teze, sve intenzivnija međuvisnost na ekonomskom, sigurnosnom, kulturnom i političkom planu reducirala je autonomiju i suverenost nacionalne države, narušila temelje njezine legitimnosti i ozbiljno nagrizla s njom povezane forme kolektivne identifikacije. Jednom riječju, globalizacija je ne samo istrošila nacionalnu državu već su nacionalne identitete i nacionalne kulture zamijenili nadnacionalni i podnacionalni identiteti i globalna kultura. Dapače, u globalnom svijetu sama ideja nacije je postala prijeporna, a nacionalni identiteti postali su nesigurni, fragmentirani i hibridni (Bhabha, 1990), što za posljedicu ima premještanje lojalnosti s nacija na podnacionalne identitete ili nadnacionalne organizacije." (Matić, 2005: 82,83) Migracije su

nešto što se dešava od kad je svijeta, ali u doba globalizacije ljudi su postali mnogo mobilniji dijelom zbog vlastitih potreba i mogućnosti koje su im se pružile, a svakako i putem državnih ili internacionalnih nadzora. "Nijedan narod nije više sam sa sobom, mnogi su izgubili u etničkim kretanjima svoj zavičaj, te država kao i prije raspolaže narodom, ali ne više jednim određenim, ograničenim narodom, ne više odlikovanim i jedinstvenim narodom. Narodi pojedinih država Evrope postali su do određenog stupnja izmjenjivima." (Posavec, 2002: 10. prema Zgodić, 2015: 335) Svi rezidenti neke države, bez obzira govorimo li o njezinom državljaninu ili stranom treba da uživaju zajamčena ljudska prava, koja uključuju socijalna prava i druge benefite.

Kada govorimo o budućnosti nacije i njenoj državi, možemo reći da su zahvaćene procesima zastarjevanja i nestajanja, te da zbog toga i nemaju budućnost. "No, govor o budućnosti nacije i nacionalne države može da svoje uporište neočekivano nađe i u paradoksalnim vezama globalizacije i nacionalizma: "...uz sve veću međuzavisnost i globalizaciju svjetske ekonomije, što bi, kako izgleda trebalo ukazivati na sve manju važnost nacionalizma i na slabljenje želje za formiranjem i održavanjem države-nacije, čini se da dolazi do ponovnog pojavljivanja nacionalizma i odgovarajućih (iako ne identičnih) snaga etničkog identiteta i sukoba... Taj se paradoks može protumačiti i time da je nacionalizam kao općenita ideologija posebno privlačan u nesigurnim vremenima brzih društvenih promjena...." (Schwarzmantel, 2005: 179) Procesi globalizacije, nisu, dakle, anahronozirali nacionalne privrženosti: i stare i nove nacije vode uporno borbu za očuvanje i afirmaciju nacionalnog identiteta, a on je, taj identitet, "...žilavo ukorenjen i privlačan građanima, za razliku od izveštačenosti i prolaznosti proizvoda kakve nude transdržavni mediji. Nova digitalna sredstva komunikacije povećala su interakciju između članova i istojezičnih zajednica i ojačala etničko jedinstvo, podstičući nove nacionalizme." (Abeles, 2014: 139. prema Zgodić, 2015: 337) Previranja koja se dešavaju na globalnom nivou kao procesi sveopšte uniformizacije svijeta, izazvala su krizu nacionalne države, jer ona više nema isključivi suverenitet nad vlastitim, ekonomskim, pravnim i političkim sistemom. Čak slabljenjem tradicionalnih, građanskih i nacionalnih veza, pothranjuje pojavu etnički zasnovanih a ponekad i agresivnih oblika nacionalizma.

Hibridizacija nije novost sadašnjeg perioda ubrzane globalizacije. I u proteklim vremenima identiteti nisu bili usredišteni u čistu državu-naciju, kao što neki žele tako da nam predstave i da nas uvjere u to. "Hibridni identitet proizlazi iz i miješa nekoliko različitih niti u suštinsku mjeru, tako da nijedan pojedinačni indikator nema čistu i postojanu prednost nad drugima. Na

primjer, sam hibrid može da obuhvati nekoliko nacionalnosti, ili može biti mješavina rasa, ili može da ima višerodnu seksualnost, ili može da kombinuje razne klasne sadržaje. Slično, hibridni identiteti mogu da pruže jak naglasak na nekoliko oblika bića i pripadanja, sa rezultatom da na primjer, nacionalne lojalnosti, vjerski savjeti i rodne solidarnosti mogu da se nadgornjavaju i sukobe.“ (Šolte, 2009: 251) Kako navodi Brigs „...identiteti su uvijek fluidni, nestabilni, zavisni od okolnosti.“ (Corrigan 1992. prema Brigs, 2005: 606) Masovne migracije i kretanje stanovništva koje je i u prošlosti bilo aktuelno, danas u vremenu ubrzane globalizacije se dešava ubrzano i nemoguće je upratiti sva ta kretanja ljudi iz jednog kraja svijeta na drugi. Tako je veliki priliv ljudi iz bivših kolonija, useljenika, gastarabajtera i tražitelja azila nagrizao osnove tradicionalnih historijskih predviđanja o homogenosti nacionalnih identiteta, otkrivajući tako njihovo raspadanje i hibridnost. Danas zasigurno možemo reći da je svaki kolektivni kulturni identitet postao pluralan.

Kako bi što bolje objasnila pojam hibridnog identiteta poslužit će se primjerom iz knjige Adama Brigsa (2005). U pitanju je film snimljen pod nazivom „Moja divna perionica“ koji govori o mladom Britancu Oмару, azijskog porijekla koji živi u južnom Londonu. Situiran je kao pripadnik lokalne azijske zajednice, koja mu obezbeđuje posao. On se druži sa Džonijem, koji je bijelac. Omar zapošljava Džonija da mu pomogne da vodi servis za pranje veša, koji mu je povjerio lokalni azijski biznismen. Oni takođe postaju ljubavnici. Iz ovog primjera možemo vidjeti svu kulturnu raznovrsnost i razlike, hibridnost i heterogenost. Odnosno, savezništva su se uvijek sklapala, raskidala i mijenjala „...zajednice se ne mogu uzimati zdravo za gotovo: one su nesigurne i često samorazarađujuće.“ (Brigs, 2005: 606) Film „Moja divna perionica“ naglašava kulturnu raznolikost i razlike hibridnosti i heterogenosti savremene Britanije. Tako Antoni Smit „opisuje globalnu kulturu koja nije vezana ni za mjesto ni za vrijeme...kao istinsku mješavinu različitih komponenata koje dolaze odasvuda i niotkuda.“ (1990b: 177) Prema mišljenju Lothara Brocka, globalizacija ohrabruje plivanje identiteta na talasima, gdje se ljudi klizaju od identiteta do identiteta u bezgraničnim carstvima nepovezanosti. (1993: 170, prema Šolte, 2009: 252) Hibridni identiteti svakako da predstavljaju izazove za izgradnju zajednica, jer dolazi do nagomilavanja nacionalnih identiteta u procesu globalizacije. Savremena globalizacija i neposrednost cijele planete uveliko je umnožila i intenzivirala iskustva da čovjek odjednom ima nekoliko različitih identiteta. Čovjeku 21. vijeka susret sa stranim postao nezaobilazan dio njegove svakodnevice. Jedino suočavanje sa stranim i njegovo razumijevanje i prihvatanje pružaju ključne kvalifikacije savremenih pojedinaca i grupa, jer im se jedino tako omogućava aktivno i kompetentno učešće u društvenim, kulturnim i ekonomskim tokovima današnjice.

Kako vrijeme odmiče sve je više: "Ideja da je nacija – grupa ljudi koji kolektivno konstituišu naciju – nije prosto raznovrsna, već je i nestalna, fluidna, promjenljiva, nešto je što dobija sve veći značaj u aktuelnim debatama o formiranju savremene Britanije. Kako Britanija postaje sve vidljivije multikulturalna, oni koji kreiraju medijske tekstove pokušavaju da se nose s pluralnošću, da pronađu prostor za prikazivanje kulturnih, etničkih ili drugih manjina. Time su redefinisane kulturne granice nacije, a zamišljena je šira i hibridnija nacionalna zajednica." (Brigs i sur. 2005: 608) Slika o identitetu koja prevladava u svijesti pojedinca kao homogena, čista i stabilna pojava samo je iluzija, odnosno ideološka projekcija prilagođena potrebama struktura moći. Brojni autori skoro svakodnevno nas napominju da autonomni identiteti ne postoje, a što je najvažnije, i sam identitet unutar sebe je proturječan, podvojen, te se sam prema sebi može odnositi kao prema drugome. Pa tako hibridni identitet može da pruži jak naglasak na nekoliko oblika bića i pripadanja, sa rezultatom da nacionalne lojalnosti, vjerske savjesti i rodne solidarnosti mogu da se nadmeću i sukobe.

Kako Šolte (2009) navodi da: "Nacije mogu imati i ne-državne oblike. Mnoge velike grupacije ljudi koje polažu pravo na posebne kolektivne atribute i povezanost sa teritorijalnom otadžbinom nemaju odgovarajuću državu. Primjer uključuje poddržavne nacije kao što su Luo i Kvibekanci, transdržavne nacije kao što su Baskijci i Kurdi i globalno raspršene nacije kao što su Afrikanci i Palestinci." (Šolte, 2009: 228) Ovdje uviđamo da je pojačana globalizacija doprinijela gubitku povezanosti između država i nacija, te da mnogi nacionalni projekti danas ne teže da dobiju svoju suverenu državu. Može se reći, da je globalizacija poljuljala neke aspekte društvene strukture koji su u prošlosti doprinosili razvoju nacije. John Naisbitt je 1994. godine pisao: "Nacionalna država je mrtva. Ne zato što su države podvedene pod super države, nego zato što se razbijaju u manje, učinkovitije dijelove - baš kao velike tvrtke... Krećemo se k svijetu sastavljenom od tisuću zemalja zato što mnogi ljudi novog tribalizma žele samoupravu ili se kreću prema njoj..." (Sorensen, 2013: 453. prema Zgodić, 2015: 334) To znači da pod određenim uslovima privatne osobe i organizacije mogu rješavati kolektivne probleme, da država gubi svoj monopol u rješavanju kolektivnih problema, te da se ti problemi rješavaju s one strane i ispod nivoa nacionalne države. Dolazi do postepenog smanjenja i nestajanja tradicionalne nacionalne države.

Dok nacionalna država postepeno bliјedi i povlači se na scenu stupa oblikovanje novog svijeta, ili kako kaže Beck, svijet postaje kosmopolitski. Kosmopolitska država pripada budućnosti, ali u savremenom svijetu prepoznaje se i put koji vodi k njoj: "Put prema kozmopolitskoj državi kreće se svuda gdje neka zemlja više cijeni demokraciju i ljudska prava

od autokracije i nacionalizma; gdje se vodi borba za to da se u samom procesu opredjeljivanja za kulturno druge snažno izraze konzekvencije toga opredjeljenja i da se iznova međusobno usklade i povežu prava manjina i većina, univerzalistička i partikularistička prava. Da je taj put stvaran, a ne imaginaran, govori i Evropa: nju se može ...promišljati kao novovrsnu transnacionalnu kozmopolitsku državnu tvorevinu koja svoju političku snagu crpi iz prihvaćanja i pripitomljavanja evropske nacionalne mnogostrukosti, uključujući i njezine simpatične ograničenosti. Zato će Beck i reći: Evropa kao kozmopolitski savez država koji kooperativno obuzdava gospodarsku globalizaciju, kao i različitost drugih – upravo evropskih država članica – koja poštije a ne ujednačava ili birokratski negira, mogla bi biti i postati zaista realistička utopija.“ (Beck, 2004: 136-138. prema Zgodić, 2015: 357) Svijet tako postaje kosmopolitski, odnosno da se u savremenom svijetu “...dosta učvršćene kosmopolitske vrednosti kakve su dostojanstvo i jednaka vrednost svih ljudi, povezanost između međunarodnog prava i morala, uspostavljanje regionalnih i globalnih sistema upravljanja i sve izraženije uverenje da javno dobro... zahtijeva usaglašenu međunarodnu akciju.“ (Cit.prema: Duzinas, 2009: 228. prema Zgodić, 2015: 353) Pomoću tako shvaćenog koncepta kosmopolitizma Evropa se na početku 21. vijeka mora iznova pronaći i politički iznova konstituirati. Evropa se zaista trudi da prihvati i pripitomi različite nacionalne mnogolikosti, uvažavajući njihova demokratska načela. Kosmopolitska država treba da napravi balans između nacionalnih država na jednoj strani i nekih neočekivanih dešavanja koje je sa sobom donijela i iznjedrila globalizacija.

6. KONZUMERISTIČKI SVJETONAZOR I DEMOKRATIJA

6.1. Konzumerizam kao neprijatelj demokratije

Demokratija je područje oko kojeg se u zadnjih nekoliko decenija vode žučne rasprave i polemike, jer se upravo ona smatra jednom od glavnih aktera napredovanja i uopšte stanja i smisla globalizacije. Porast liberalne demokratije prvenstveno se odnosi na mnoge zemlje u kojima je ranije nedostajala demokratija. To je takozvani “...treći talas demokratizacije – posebno u poznim 1980-im i ranim 1990-im okružujući veći dio Afrike, Azije, Latinske Amerike i ranijeg sovjetskog bloka. Nekoliko veza može se, doista, uspostaviti između globalnih odnosa i širenja liberalne demokratije u većem broju zemalja, počev od 1980-ih godina. Kampanje organizacija globalnih ljudskih prava i drugih udruženja transsvjetskog civilnog društva (sa izvjesnim uspjehom) vršile su pritisak za ukidanje mnogih autoritarnih

vlada, kao što su bili komunistički režimi u srednjoj i istočnoj Evropi i vojni režimi u Latinskoj Americi (Keck i Sikking, 1998: ch.3.). Svjetski mediji pomno su pratili i davali na važnosti mnogim demokratskim pokretima krajem dvadesetog vijeka. Pad Berlinskog zida, trijumf pokreta Solidarnosti u Poljskoj i Tjenanmena (sukob studenata i policije na glavnom trgu u Pekingu) podsticale su stalno širenje narodnih ustanaka širom srednje i istočne Evrope a i šire.“ (Šolte, 2009: 350, 351) Supradržavne agencije su bile te koje su pružale razne oblike demokratske podrške, preko civilnog društva, postavljanje UN posmatrača tokom izbora i promovisanje globalnog upravljanja pomoću multilateralnih finansijsih institucija.

Kako navodi Dahl (2000): “Riječ demokracija ili demokratia skovali su Grci – po svoj prilici Atenjani – od grčkih riječi *demos*, narod, i *kratos*, što znači vladati, odnosno vladavina naroda ili većine. Zanimljivo je primijetiti da je, za razliku od Atene u kojoj je riječ demos najčešće označavala ukupno atensko stanovništvo, ona ponekad označavala jedino običan puk ili čak samo sirotinju. Po svemu sudeći aristokratski su kritičari riječ demokracija koristili kao neku vrstu epiteta kojim su htjeli prikazati prezir prema običnom puku koji je aristokratima istrgnuo iz ruku kontrolu nad vlašću što su je prije imali. Bilo kako bilo, Atenjani i stanovnici drugih grčkih gradova demokracijom su označavali sistem vlasti u Ateni, ali i brojnim drugim grčkim gradovima.“ (Dahl, 2000: 17) Među svim grčkim demokracijama atenska se smatrala najvažnijom i najpoznatijom, odnosno smatrala se kao najbolji primjer participativne demokratije. Na tragu ovog, inače najstarijeg, najčešćeg i najjednostavnijeg određenja pojma demokratije jeste i Linkolnovi stanovište da je to government of the people, by the people, for the people (vladavina naroda, od naroda, za narod).²⁴

Da bi smo došli do preciznijeg određenja pojma demokratije, trebali bismo znati o kojem je narodu riječ i o kakvoj vlasti se zapravo radi.

Ubrzana globalizacija u posljednjim decenijama odvija se u tandemu sa primjetnim rastom liberalne demokratije u mnogim državama, u kojima je prethodno nedostajala. Tako je demokratija postala najzastupljeniji i najrasprostranjeniji režim vlasti u doba globalnog upravljanja. “Demokratski režimi vlasti u doba globalizacije počivaju na suverenitetu naroda čije interesu u politici reprezentira izabrana politička vlast. Tako dakle, moderna demokratska vlast zasnovana je na izbornoj volji naroda. Moguće je diferencirati više različitih modela savremene demokratije čiji karakter određuje procedure putem kojih se donose političke odluke.“ (Fejzić, 2016: 39) Savremeni demokratski režimi vlasti imaju pluralistički, izborni i predstavnički karakter. Međutim, u doba neoliberalne globalizacije demokratski režimi vlasti limitirani su ekonomskom voljom i političkim uticajem moćnih korporacijskih aktera.²⁷ To je

²⁴ Neki teoretičari tvrde da ovoj Linkolnovoj odrednici demokratije, izloženoj u njegovom govoru u Getisburgu, 1863. godine (Vidi: Lincoln's Address at Gettysburg, The World Almanac and Book of Facts

osnovni razlog zašto se sumnja u njihove demokratske potencijale i kapacitete, te mogućnost donošenja političkih odluka.

Veze koje povezuju globalizaciju i demokratiju treba ograničiti kroz šest pitanja. "Prvo, globalizacijske snage samo ubrzavaju demokratizaciju države do stepena u kojem ovi podsticaji nalaze plodno tlo u dotičnoj zemlji. Drugo, teza da globalizacija unapređuje demokratiju putem države jeste ta da mnogi novouspostavljeni liberalistički mehanizmi djeluju samo površno. U mnogim slučajevima višepartijski izbori ne vode proširivanju demokratske konsolidacije. Brojne nezavisne političke partije i medijski kanali postaju sredstva uskogrudnih ličnih ambicija i privilegija elite. U gomili novih demokratija građansko obrazovanje ograničeno je, a civilno društvo krhko. Treća teza je da liberalne konstrukcije demokratije kulturno ne odgovaraju svim svjetskim okolnostima. Grupe zapadnjački profilisanog civilnog društva za

2002, New York, 2002, str. 538), prethodi Websterova definicija, prema kojoj demokratija znači "vladavinu naroda, stvorenu za narod od strane naroda, koja odgovara narodu" (Prema: Arend Lajphart, Modeli demokratije, Beograd - Podgorica, 2003, str.75). Đovani Sartori, opet, tvrdi da Lincoln u Getisburgu nije imao ambiciju da definiše demokratiju, već da je to uradio u Kongresu, aprila 1861. godine, kada je za demokratiju rekao da je to "vladavina naroda od strane istog tog naroda" (Vidi: Đovani Sartori, Demokratija šta je to?, str. 102). (Radonjić, 2004: 17) Problem je, međutim, u tome što bukvально etimološko značenje neke riječi ne pomaže uvijek da se shvati na kakvu se stvarnost ona odnosi. U konkretnom slučaju, upravo se o tome radi: pojmovi koji tvore složenicu demokratija nisu jednoznačni i sami po sebi razumljivi. Naprotiv, više značni su i, kao takvi, predstavljaju izvor mnogih nejasnoća i nesporazuma.

²⁷ U politologiji postoji više različitih koncepcijskih određenja savremene demokratije. Tako, uzimimo Endru Hejvud tvrdi da liberalna demokratija predstavlja režim vlasti koji odražava ravnotežu između načela ograničene vlasti koji odražava ravnotežu između načela ograničene vlasti i ideała narodnog pristanka. Temeljne stribucije liberalno-demokratskih režima vlasti u savremenoj politici su: "...ustavna vlast koja se zasniva na formalnim, obično zakonski propisanim pravilima; zajamčene građanske slobode i prava pojedinaca; podela vlasti i sistem kontrole i ravnoteže; redovni izbori koji poštuju načelo jedan čovjek- jedan glas (jedan glas vredi kao jedan); suparnišrvo stranaka i politički pluralizam; nezavisnost organizovanih grupa i interesa od vlasti; privreda zasnovana na privatnom poduzetništvu, organizovana na tržišnim principima." (Hejvud, 2004: 60 prema Fejzić, 2016: 40) Režimi novih demokratija koji su zahvaćeni procesom demokratizacije, u pravilu, nemaju ista konstitucijska obilježja kao liberalno-demokratski režimi vlasti.

zaštitu javnog interesa teško ukorjenjuju u većini bivših sovjetskih republika, a višepartijski parlamentarni izbori čine male pomake u većini arapskih država. Iz ovoga se vidi da demokratija i mnogi drugi društveni odnosi nisu pogodni cijelom savremenom svijetu. Četvrto, neki kritičari tvrde da su liberalne konstrukcije demokratije suštinski manjkave, bez obzira na kulturni kontekst u najboljem slučaju, kažu ovi skeptici, liberalni aranžmani mogu postići demokratiju niskog intenziteta koja malo pridodaje mobilizaciji većine i jačanju marginalizovanih društvenih slojeva. Sama po sebi, liberalna demokratija ne može da dostigne viši nivo i oblike javne brige, učešća o odgovornosti koje bi konstituisale istinsku demokratiju. Peto, globalizacija demokratizuje državu, bilježi da država, budući teritorijalno zasnovana, sama po sebi nije dovoljan činilac demokratije u svijetu u kojem su mnogi

društveni odnosi suštinski suprateritorijalni. Državni okvir demokratije ne može da transsvjetske tokove odgovarajuće podredi javnim interesima. Za istinsku demokratiju u sve globalnijem svijetu, vladavina naroda mora se proširiti izvan odnosa između država i njima pripadajućeg nacionalnog stanovništva. Šesto, globalizacija podriva konvencionalne temelje liberalne demokratije od kad se upravljanje promijenilo od etatizma ka policentrizmu. U savremenom globalizirajućem svijetu, javna briga, učestvovanje građana i kontrola treba da budu obezbjeđeni ne samo u odnosu na državu nego i u pogledu raznih drugih dijelova multiskalarnog i difuznog upravnog aparata. S policentrizmom, gomila mehanizama poddržavnog, transdržavnog, supradržavnog i privatnog dobija značajan stepen autonomije u odnosu na državno utemeljene demokratske procese. Rezultirajući demokratski nedostaci ne mogu biti ispravljeni samo putem države.“ (Šolte, 2009: 351-353) Kada govorimo o demokratiji, treba reći da ovdje nije riječ o pukoj igri riječi, već o realnim odnosima moći između vladara i vladanih. Demokratija je vremenom jačala individualizam, koji ide sa potrebom za udobnošću i osjećanjem lične slobode, ali ujedno vodi ka opadanju značaja porodice, porodičnih vrijednosti i nataliteta. Potpuna demokratija i njena demokratska načela jako teško su ostvariva u praksi. Demokratija teži svom ostvarenju, ali je vrijeme pokazalo da nije u potpunosti ostvariva, pogotovo u periodu ubrzane globalizacije i globalizacijskih procesa. ”Ipak, potraga ostaje vrijedna truda i doista životna. Demokratija je ugaoni kamen ljudskog dostojanstva i dobrog društva. Javnost treba da oblikuje svoju sudbinu čak i onda kad neki mogu da posumnjaju u mudrost određenih demokratski donesenih odluka.” (Šolte, 2009: 348) Svakako da demokratija nije jedina suštinska društvena vrijednost ali društva koja ne teže demokratiji manje su vrijedna i vrlo često mjesta na koja se gleda s dozom opreza, pa stoga nose visok stepen opasnosti i rizika za život.

Da bi se procijenili uslovi za demokratiju pod okriljem savremene globalizacije, trebamo prije svega pokušati razjasniti termine. Demokratija nije ništa osjetljivija na pojedinačnu, univerzalnu, čvrstu i konačnu definiciju od bilo kojeg drugog ključnog pojma. Naprotiv, pojmovi vladavine (“kratia”) i naroda (“demos”) mnogo su se mijenjali u različitim istorijskim epohama, kulturnim okolnostima i političkim konstellacijama još od vremena kada je ta riječ skovana u antičkoj Grčkoj. Ali, mogli bismo reći da su raznoliki pojmovi svi saglasni u tome da je upravljanje demokratsko kada moć donošenja odluka leži u ljudima - javnosti, ili zajednici subbine - koje dotični propisi pogađaju.²⁵ Kako je globalizacija uzimala

²⁵ Jedan od osnovnih pristupa vladavini naroda gradi se na sljedećim opštim načelima. ”Prvo, javnost donosi demokratske odluke kolektivno, zajedno, kao grupa. Ovdje svakako treba pomenuti da to često budu mukotrpni i zahtjevni pregovori između povlastica većine, prava manjine i ličnih sloboda. Drugo, svi pojedinci kvalifikovani za učestvovanje u demokratskom upravljanju većine rade tako na jednakoj osnovi, sa ekvivalentnim mogućnostima učešća. Treće, ljudi se angažuju u demokratskim aktivnostima kao autonomni sudionici: oni nisu prinuđeni da učestvuju u odlučivanju ili da zauzimaju određene položaje. Četvrto, demokratija se sprovodi na

svoj primat u svijetu, tako je demokratija postala treća briga, odmah poslije ljudske bezbjednosti i društvene jednakosti. Uporedo sa brigom zbog nesigurnosti i nejednakosti, sve je više raslo nezadovoljstvo povodom manjkanja demokratije.

Da bi demokratija imala svoj kontinuitet ona mora imati trostruku dinamiku "...koja uključuje okolnosti obrazovanja (svijest i mobilizaciju građana), institucionalne procese (učešće javnosti i odgovornosti) i društvenu strukturu (jednake mogućnosti učešća za sve zainteresovane). Sva ova tri aspekta moraju biti zadovoljena ako želimo da ostvarimo istinsku demokratiju." (Šolte, 2009: 369) Strukturalne nejednakosti teže da budu manifestovane i reprodukovane putem institucionalnih mehanizama. Mnoge društvene nejednakosti koje su izražene zaista predstavljaju određene prepreke punoj demokratiji. Kako navodi u svojoj knjizi M.J. Crozier i sur. (1975): "Demokratska se društva sad sučeljavaju s nizom međusobno povezanih izvanjskih izazova koji nisu postojali u takvom obliku prije deset godina, a sve zbog promjena u međunarodnoj raspodjeli ekonomске, političke i vojne moći te odnosa, kako između trilateralnih društava, tako između njih i drugog i trećeg svijeta. Na sva trilateralna društva loše djeluju problemi inflacije, nestasice artikala, međunarodne monetarne stabilnosti, vođenje ekonomске međuzavisnosti i zajedničke vojne sigurnosti." (Crozier i sur. 1975: 15) Vitalnost demokratije u nekoj zemlji prije svega zavisi od društvene strukture i kretanja društvenih trendova u toj zemlji. Društvena struktura u kojoj bi bogatstvo i znanje bili koncentrisani u rukama nekolicine ne bi dovelo do demokratije, a također i društvo duboko podijeljeno na dvije polarizirane etničke ili regionalne grupe.

Kako navodi Zgodić (2009): "Vidimo katastrofične slike evroatlantskog svijeta; na djelu je sumrak demokratije, najavljuje se daljnje propadanje pa, na koncu, i nestanak demokratije." (Zgodić, 2009: 17) Ove vizije ne moraju biti u direktnoj vezi - kao njihov proizvod, ili kao njihova posljedica sa zamišljanjem katastrofične budućnosti čovječanstva u cjelini. "Tradicionalna tvrdnja da demokratija jeste politički režim vladavine naroda nema svoje utemeljenje u stvarnostima. Ta tvrdnja, odnosno ...prepostavka je pogrešna: delom zato što narod prepostavlja kao jedan, već postojeći homogeni entitet (Linkolnova vladavina naroda, od strane naroda i za narod); a delom zato što prepostavlja da narod želi da vlada. ...u najboljem slučaju demokratija samo retko vlada..." (Volin, 2007: 757 prema Zgodić, 2009: 18) Nadalje, kako kaže Zgodić, na djelu je proces redukcije demokratije na proceduralizam:

otvoren i transparentan način, gdje svako ko je uključen može da vidi koje se odluke donose i na koji način. Peto, demokratija znači odgovornost, kao i pravo: ona kombinuje mogućnosti i obaveze, slobode i odgovornosti. Sve u svemu, demokratija preovlađuje kada sudionici javnosti određuju - kolektivno, ravnopravno, slobodno, otvoreno i odgovorno - politike koje oblikuju njihovu zajedničku sudbinu." (Šolte, 2009:348) Trebamo svakako imati na umu da demokratija nije jedina suštinska ljudska i društvena vrijednost. Tu su podjednako bitni i kulturna promocija, svijest o ekologiji, ekonomski efikasnost i mir.

“...demokratija je svedena na proceduralne garancije: jednako pravo glasa i govora, slobodne izbore i odgovornost predstavnika vlasti; regulisane zakonodavne, sudske i administrativne procese. Sve te procese realizovali su praktičari političke veštine od kojih je političar samo jedan i to ne onaj najskuplji.“ (Volin, 2007: 712, prema Zgodić, 2009: 18) Tako se slabljenje demokratije događa i kroz opšte propadanje svega onoga što se tradicionalno nazivalo javno dobro. “Na tlu privatizacije cjelokupnog svijeta života javno dobro se rastvara u opštem komercijalizmu: Umjesto upravljanja, javno dobro je ustupljeno: zdravstvenom zaštitom upravljaju korporacije za očuvanje zdravlja dok se u velikom broju škola studenti drže u položaju zatočene publike zbog komercionalnog reklamiranja koje popunjava školske budžete smanjene revoltom poreskih obveznika.“ (Zgodić, 2009: 19) Korporacije su te koje sve više vode kaznene institucije i upravljaju zdravstvenim sistemom. One su te koje imaju važne uloge na svakom nivou javnog i privatnog obrazovanja “...upravljajući sistemom osnovnih škola, osnivajući univerzitete i sarađujući na zajedničkim projektima sa naučnim istraživačima. Tokom ovog razvoja javni servisi koji su ranije bili usmereni na interes korisnika postali su predmet profita. U isto vreme država oponaša korporativne načine. Usvajaju se koncepcije menadžmenta, efikasnosti i profitabilnosti. Ideal dve različite sfere javne i privatne nestao je onog trenutka kada su javne funkcije privatizovane a privatni oblici delovanja ozvaničeni.“ (Volin, 2007: 730, 742 prema Zgodić, 2009: 19, 20) Kako Volin navodi, demokratija može da preživi u sadašnjim uslovima samo ako je na usluzi interesima kapitala. Kapitalizam proizvodi ljudi koji su okrenuti samo sebi, koji se mogu eksploratisati, koji teže konkurenciji i nejednakostima.²⁶

Ako gledamo sa međunarodnog stajališta, nismo uspjeli razviti demokratske političke institucije koje su potrebne želimo li postići da globalizacija djeluje, kako bi osigurali da moć svjetske tržišne ekonomije dovodi do poboljšanja života većine ljudi u svijetu, a ne samo najbogatijih u najbogatijim zemljama. “Rast globalizacije u 1990-ima ojačao je postojeće i otvorio nove procese koji su utjecali na funkcioniranje demokracije i demokratskih institucija. Povećao je društvene nejednakosti, utjecao na razaranje socijalnih veza među pojedincima te oslabio dotad moćne interesne skupine, posebno sindikate.“ (Milardović i sur., 2013: 173) Raščlanjivanje i individualizacija društva dovela je do slabljenja svih kolektivnih vrijednosti i ideologija te poduprla prevlast neoliberalne ideologije slobodnog tržišta. Osnovni postulati

²⁶ Sa pojavom kapitalizma kao sistema moći, kojim dominiraju ogromni konglomerati koji dodjeljuju radikalno nejednake prihode, njegova anti-demokratska kultura postaje sve očiglednija. Svojom strukturu, ideologijom i međuljudskim odnosima, kapitalizam proizvodi ljudi koji nisu podobni da postanu demokratski građani: ljudi okenute sebi koji se mogu eksploratisati, koji teže konkurenciji i nejednakostima. Naš bližnji nam je ili rival ili koristan predmet. Kako svet kapitala postaje sve obuhvatniji a zahtevi političkog sve zastarelij, kapital je postao standard realnog – istinskog sveta. Prema tom merilu – demokratija kao nosilac opšteg dobra čije ostvarivanje zahtijeva jak element egalitarizma, kooperacije i odsustva interesa postaje neistinita i nestvarna.

neoliberalizma utkani su kao aksiomi u modernu društvenu znanost, osobito u ekonomiju, a postali su dijelom svijesti oblikovatelja javnog mnijenja koji ih šire pomoću masovnih medija u sve društvene slojeve kao neku vrstu općih i samorazumljivih istina, kao izraz prirodnog reda. Slobodno se tržište nameće kao prirodni mehanizam ekonomske regulacije, poticanja inicijative, kreativnosti i radinosti pojedinaca, a tržišna, ekonomska sloboda kao temelj svih drugih sloboda, institucija i vrijednosti modernoga demokratskog društva.³⁰ Promjene u ekonomskoj i socijalnoj strukturi savremenog društva, kao i u njegovim dominantnim idejama i vrijednostima, samo je dio lanca onih promjena koje su oblikovale savremenu demokratiju. Ekonomija je ta koja pokreće globalizaciju, prvenstveno kroz smanjivanje troškova transporta i komunikacija. No oblikuje ju i politika. Kako bi obezbijedila konstantan i neograničen rast, globalizirana ekonomija traži držanje koraka s konkurencijom. Ostajanje na istom mjestu odmah ukazuje na kaskanje, gubljenje pozicije i utrke u globalnoj utakmici. Čak i otpori i osporavanja globalizacije s pozicije potrebe očuvanja nacionalnog suvereniteta i identiteta, a do kojih je došlo u proteklih nekoliko godina, ne osporavaju osnovnu konzumerističku logiku sistema, samo žele zaštititi one koji u toj globalnoj utakmici prolaze lošije, ili se u njoj jednostavno ne snalaze. Stoga se nameće konstatacija da je jako teško osporavati konzumerističku kulturu, a istovremeno tražiti stalno povećanje životnog standarda i mjeriti uspješnost vlastitog društva kvantitativnim ekonomskim pokazateljima. Možemo potvrditi tezu

(Volin, 2007: 752 prema Zgodić, 2009: 20) Demokratija je ta koja se povinovala interesima kapitala, pa samim tim izgubila i svoj prvobitni smisao vladavina većine.

³⁰ Pierre Bourdieu (2001: 120) upozorio je da je izvor neoliberalne hegemonije upravo to naturaliziranje ekonomije: "Neoliberalizam obznanjuje ekonomski fatalizam protiv kojega je svaki otpor uzaludan. On je sličan sidi: razara imunološki sustav svojih žrtava." "Informacijska globalizacija je učinila informacije dostupnijima svima (online novine, portali), ali je nadzor nad njima u rukama globalnih komunikacijskih mreža i medijskih imperija postao učinkovito sredstvo oblikovanja globalnoga i nacionalnoga javnog mnijenja. Nameće se jednoobrazno društvo suverenih potrošača u kojemu se gube razlike između socijalnih skupina i političkih aktera, a politika pretvara u masovni spektakl. Predstavnička demokracija postaje sve više predstavnička, a sve manje demokracija jer gubi svoj temelj – nadzor nad vlastitim poslovima, a politička se elita pretvara u oligarhiju koja vlada nad onima koji bi je trebali birati i nadzirati." (Milardović i sur., 2013: 174)

Moć preuzimaju glavni akteri u regionalnim političkim zajednicama, zatim globalne institucije i organizacije, a oni sami ne podliježu demokratskom nadzoru. koja je već odavno poznata, kako i na koji način je potrošnja raspoređena između društava i unutar društava, no čini se da bi bilo vrlo naivno i utopijski vjerovati da bi bogate države mogле ograničiti vlastitu potrošnju kako bi one manje razvijene mogle povećati svoju. Nadati se da globalizacija ima potencijal da donese ogromnu korist ljudima i u zemljama koje su u razvoju. Međutim, silni su dokazi da nije uspjela ostvariti taj svoj potencijal. Svakako da možemo reći da nije problem u samoj globalizaciji nego u načinu na koji se njome upravlja. Neki će reći da u samom načinu na koji se upravlja globalizacijom postoji pomanjkanje demokratičnosti.

U svakoj se zemlji ljudima govori o važnosti demokratije, međutim kad to shvate kaže im se da je ono do čega im je najviše stalo a to je uspješnost njihove ekonomije, koja određuje tempo stvaranja radnih mesta i inflacije – prevažno da bi bilo ostavljeno demokratskim političkim procesima. MMF-ovo uvjetovanje potkopava demokratiju kao i, zasigurno, zahtjevi da se monetarna politika uzme iz ruku demokratskih političkih procesa i preda *stručnjacima*. To čine i mnogi međunarodni trgovinski sporazumi - osobito bilateralni trgovinski sporazumi.²⁷ Potreba za svjetskim institucijama nikad nije bila veća, ali povjerenje u njih i njihovu legitimnost je narušeno i vrlo upitno. Demokratija je doživjela potpunu degradaciju. Kako Fejzić (2016) navodi: "Moderna demokratija mora se regenerirati – bez toga se ne može zaustaviti detronizacija i dekadencija s kojom se suočava u doba globalizacije – a to nije moguće dok njena socijalna priroda ne savlada njen neoliberalni duh." (Fejzić, 2016: 189) Koja su naša očekivanja od demokratije? Je li ona uopće danas u globaliziranom svijetu postala deficitarnom? Problem demokratije postaje složeniji u dijalektici prostornih odnosa lokalnog i globalnog, zato što se njezina funkcionalnost dovodi u vezu s nedostatkom na lokalnoj, a kako li je tek s demokratijom i njezinim nedostacima na globalnom nivou, na primjer u Evropskoj uniji. Kako Šolte navodi, u razgovorima sa nekim 400 aktivista civilnog društva u širokom spektru regionalnih lokacija, društvenih sektora i političkih ubjeđivanja, gotovo svi su potvrđili da je u današnjoj globalizaciji na djelu zabrinjavajuće odsustvo demokratije. (Šolte (2004b: ch2, prema Šolte, 2009: 347) Već dugo vremena se povlači veza između globalizacije i demokratije. Demokratija uvijek teži svom ostvarenju, ali se nikad ne ostvaruje u potpunosti. Društva koja ne teže demokratiji imaju tendenciju da budu manje vrijedna, pa samim tim na njih se gleda kao na područja sa visokim stepenom opasnosti za život.

Gledano kroz mnoge primjere možemo uvidjeti da se u doba sveopšte neoliberalizacije, demokratija suočava sa ozbiljnom krizom vlasti i doživljava svoj potpuni sunovrat. Interesi kapitala su na prvom mjestu, posebno moćnog korporativnog kapitala, čineći tako bogatijima one ionako već bogate pojedince koji su na rukovodećim pozicijama, a poziciju radnika ostavlja u rukama tržišta. Posljedice koje korporacijska moć ima su takve da je demokratija doživjela potpunu degradaciju. Ovdje ću da navedem jedan od primjera gdje je neoliberalna politika dovela do urušavanja demokratije i demokratskih načela, a profit kompanija je

²⁷ Postoje dvije stvari koje Zapad može učiniti da pomogne zemljama u razvoju da ojačaju demokratsko upravljanje. Prva je jednostavna: ne potkopavajte demokraciju. Druga je stvar takođe jako važna: razvijene bi zemlje morale učiniti više na smanjivanju prilika za korupciju, ograničavajući bankarsku tajnu, povećavajući transparentnost i provodeći mjere protiv primanja mita. (Stiglitz, 2009: 77) Međutim, i jedno i drugo se koriste i pominju u onom slučaju kada hoće da se skrene pažnja kako drugi trebaju da se ophode/ neophode.

najbitniji, nauštrb i osnovnih ljudskih prava. U SAD-u živi preko 320 miliona stanovnika, to je nešto manje od 5% ukupne svjetske populacije, ali je zato zemlja sa najviše zatvorenika, skoro 25% svjetske populacije. Kako je SAD zemlja koja ima najviše privatnih korporacija, tako se ukazala i potreba za privatnim zatvorima koji su sklopili ugovore s federalnim vlastima da se u njima sprovedu kaznene mjere za osuđenike sa lakšim krivičnim djelima. Osnovni razlog postojanja privatnih zatvora je profit. Način da ovakve ustanove ostvare profit je da snize kvalitet usluga koje se pružaju zatvorenicima. Osnovni posao zatvora je da zatvorenike drži na sigurnom u odnosu na spoljni svijet, ali je u obavezi da im osigura osnovne uslove za život. Ali oskudnost i minimum čak osnovnih uslova za boravak u zatvorima je to što smanjuje troškove vlasnika zatvora, a povećava profit. Najveći problem se uočava u domenu medicinskih usluga za osuđenike, zatim uslove boravka, te lična sigurnost kako zatvorenika tako i ostalog osoblja i čuvara. Uprkos lošijim uslovima u zatvorima broj istih se povećava, što je posljedica primjene neoliberalne politike i privatizacije kao jedne od njenih bitnih elemenata. Pored SAD-a trend otvaranja i podržavanja privatnih zatvora prate i mnoge druge države kao što su Velika Britanija, Švedska, Australija....

Demokratija doista umire u mraku, kako glasi slogan jednih američkih novina, a sveopći i neograničeni konzumerizam i vrijednosni sklop koji on nosi sigurno ne pogoduju izgradnji i održavanju jednog funkcionalnog demokratskog društva. Kriza s kojom se suočava demokratija može se sa sigurnošću pripisati moćnim korporacijama, koje se ponašaju tako da se demokratijom može upravljati, ili ako je potrebno, može ignorisati. Neoliberali su teoretičari koji su duboko sumnjičavi spram demokratije. Demokratiju vide kao luksuz koji je moguć samo u uslovima relativnog obilja u kombinaciji s postojanjem snažne srednje klase kao jamca stabilnosti. Neoliberali stoga favoriziraju vladavinu stručnjaka i elita.

6.2. Kako staviti konzumerističku politiku pod kontrolu?

Poslije skoro jednovjekovne vladavine tzv. upravljanog kapitalizma, čiji proizvod je koncept i praksa države blagostanja, savremenim svijetom danas preovladava ideologija samoregulirajućeg tržišta, koje je okrenuto ka stalnom ulaganju, održavanju kontinuiranom napretku ekonomije. "Od sredine sedamdesetih godina XX vijeka prisustvujemo najnovijoj transformaciji kapitalizma, fazi njegovog razvoja koja počiva na neoliberalnoj ekonomskoj doktrini dominacije tržišnih mehanizama, u najvećoj mjeri oslobođenih svake državne i društvene kontrole." (Erdei, 2008: 13) U novim ekonomijama, sve je podređeno potrošaču: konačni cilj proizvođača, distributera i prodavaca različitih stvari, od materijalnih dobara

preko intelektualnih usluga do političkih ideja i programa, jeste da potrošač između mnoštva postojećih odabere baš njih i ono što mu oni nude. Jer, svjedoci smo da je danas sve na prodaju i sve ima cijenu na tržištu. "Proizvodi u rafama i izlozima prodavnica ili oglašene usluge, tek su *vrh ledenog brijege* jedne razgranate industrije u čijem centru stoji potrošač i čija je glavna pokretačka snaga stalno obnavljanje njegovih želja i žudnji, koje će zatim - promptno, ali neizbjegivo privremeno – biti zadovoljene kupovinom ili konzumiranjem nekog predmeta ili usluge. Život u tako kratkim vremenskim ritmovima, uz stalnu izloženost reklamama koje predstavljaju predmete i usluge kao prečicu do boljeg i kvalitetnijeg života, kao materijalne elemente formule koja omogućava magičnu transformaciju, obećavajući da ćemo, samo ako kupimo ono što nude, već koliko sutra postati sigurniji u sebe, vitkiji i ljepši, zdraviji, cjenjeniji na poslu i među komšijama, predstavlja osnovno obilježje i iskustvo potrošačkih društava." (Erdei, 2008: 13,14) Ako pogledamo malo dublje i analiziramo sam čin potrošnje, ona se prožima kroz cjelokupnu svakodnevnicu, svjedoci smo da biti potrošač postaje jedan od bitnih društvenih uloga. To je uloga koju djelimično i on sam prihvata kao nešto što se podrazumijeva u ovom globalnom svijetu gdje smo svi mi htjeli to priznati ili ne potrošači.

Kako navodi Erdei:

- savremeno društvo je potrošačko društvo
- potrošnja je izuzetno demokratizovana i široko dijeljena aktivnost, danas smo svi potrošači
- ne postoji jedinstveni niti univerzalni način da se troši
- preko sagledavanja i analiziranja potrošnje kao izuzetno pluralizovane aktivnosti, antropologija učvršćuje kao predmet istraživanja proizvodnju i reprezentaciju kulturnih razlika, koja se odvija u dinamičnom, promjenljivom i visoko nadmetačkom polju savremenog društva i ekonomije. (Erdei, 2008: 15)

Kako je globalizacija rasla i razvijala se u 1990-im tako su jačali postojeće i otvarali nove procese koji su utjecali na funkcioniranje demokratije i demokratskih institucija. Povećavala se društvena nejednakost, utjecalo na razaranje socijalnih veza među pojedincima te na stabilne dotad moćne interesne skupine, posebno sindikate. "Demokratski režimi vlasti - u doba neoliberalne globalizacije i policentričnog upravljanja državom - nalaze se u stanju latentne krize. Neoliberalizam, tržišni fundamentalizam i korporacijski imperijalizam oskrnavili su izvorne postulate demokratije. Savremena demokratija mora se iznova demokratizirati, odnosno obogatiti i oplemeniti vrijednostima egalitarizma, socijalnog

kapitalizma, kejnezijanizma, državne regulacije i socijalnog liberalizma.“ (Fejzić, 2016: 189) Moderna demokratija, da bi pokušala da opstane i da se održi, morala bi se oslobođiti negativnog utjecaja neoliberalne politike, koja ima obilježe političkog i ekonomskog fundamentalizma, koja je primarni uzrok njenog kontinuiranog propadanja.²⁸ Demokratska načela veoma je teško ostvariti u praksi, jer punu jednakost, autonomiju i transparentnost jako je teško ostvariti i postići.

U Evropi je 1980-ih godina došlo do prelaska iz fordizma u post-fordizam, odnosno do postepene razgradnje države blagostanja preusmerenjem ekonomije, a naročito rekompozicijom radne snage. Ključna odlika nove situacije je *fleksibilizacija*. Fleksibilni radnik se kreće i prekvalifikuje jer mu nedostaje doživotni posao, i na taj način upoznaje promjenljive zahtjeve i čudi tržišta. Mnogi koji su ostali bez posla zauzeli su fleksibilne pozicije. Stresovi uzrokovani nesigurnošću na radu (pritisci za većom produktivnošću, brige oko penzije i zdravstvenog osiguranja) doveli su do tenzija u domaćinstvima i na ulici.²⁹ Ovaj prelazak iz fordizma u post-fordizam sa sobom povlače i pogoršanje osnovnih uslova za rad, posebno se to odnosi na nekvalifikovanu radnu snagu i one radnike koji nisu uspjeli da se snađu u periodu ubrzane globalizacije.

Moderna demokratska vlast zasnovana je na izbornoj volji naroda, ili pak, to je režim vlasti u kojem vlada narod. “Savremeni demokratski režimi vlasti imaju pluralistički, izborni i predstavnički karakter. Međutim, u doba neoliberalne globalizacije demokratski režimi vlasti limitirani su ekonomskom voljom i političkim uticajem moćnih korporacijskih aktera. Demokratski režimi vlasti ukoliko pretendiraju da se oslobole od nedemokratske neoliberalne reputacije, ne bi trebali biti ideološki isključivi, već otvoreni za različite ideološke uticaje. Neoliberalizirane demokratije permanentno produciraju nedemokratske političke prakse koje slabe njen demokratski sjaj.“ (Fejzić, 2016: 39-45) Ovdje svakako nije rješenje u odbacivanju

²⁸ Drugim riječima, trenutačno stanje demokratske egzistencije dugoročno je neodrživo, a Alan Bodiou nedvosmisleno tvrdi da je neoliberalni kapitalizam "...neegalitarni poredak, nepravedan i neprihvatljiv za veliku većinu čovječanstva. (Bodiou, 2003: 6) Zbog toga sasvremena verzija kapitalizma – utemeljena na ortodoksnim principima neoliberalizma - ne može biti osnova za razvoj stabilnih i održivih demokratskih režima vlasti. Moderna demokratija mora se regenerirati – bez toga se ne može zaustaviti detronizacija i dekadencija s kojom se suočava u doba globalizacije – a to nije moguće dok njen socijalna priroda ne savlada njen neoliberalni duh. (Fejzić, 2016: 189) Kako vidimo savremena demokratija se pod uticajem neoliberalne politike preobrazila u fundamentalistički režim vlasti koji je podređen uslovima slobodnog tržišta.

²⁹ Od post-fordističkih radnika se očekuje da budu fleksibilni u pogledu dužine radnog vremena, plate, beneficija, zdravstvenih i sigurnosnih standarda. Fleksibilni poslovi su često neredovni, obavljaju se sa pola radnog vremena, sa malo ili bez ikakvih beneficija, izuzev (uglavnom niskih) ponuđenih plata. Angažovanim radnicima često nedostaju kolektivni ugovori i sindikalna zaštita. Pod ovim uslovima, mnogim domaćinstvima je potrebno više od jedne plate kako bi sastavila kraj s krajem. (Šolte, 2009: 301) Ovdje se poseban akcenat stavlja na nekvalifikovane radnike, jer takvih je najviše, a koji nisu uspjeli da se snađu u ovom turbulentnom periodu.

kritike, već s velikim oprezom prihvatići sve kritike, slabosti i mane koje se stavlaju na teret savremene demokratije.

U današnjem vremenu opće je prihvaćeno stanovište da je nemoguće postojati izvan sistema globalne ekonomije, bez obzira kako se mi odnosili prema principima njenog funkcionisanja, te kakve političke stavove formirali i primjenjivali u vezi s tim. Erdei (2008) u svojoj knjizi navodi razloge: "... zašto je u javnoj sferi zapadnih država, a naročito u ekonomiji i politici, toliko dugo opstala ekonomistička ideja potrošača kao racionalne individue. On tvrdi da koncept racionalne individue, vođen principom efikasnosti i s odlikama racionalnog individualizma (navodi izjave Margaret Tačer da ne postoji takva stvar kao što je društvo), podržava liberalnu koncepciju društvenog razvoja, da je oprirodnjava i čini jedinom mogućom vizijom društvenog razvoja. Takvo stanje vodi ka pojavi *demokratskog deficit* u zapadnim duštvima (Miller, 1996: 8). Ovaj *demokratski deficit*, iznosi Miler, može se prepoznati u dva osnovna oblika. To je, prije svega, svakodnevno djelovanje potrošača iz Prvog svijeta, koje je usmjereni ka stalnom snižavanju cijena, što se na političkom planu odražava kao glasanje za one koji obećavaju smanjenje poreza i društvenih davanja." (Erdei, 2008: 266) Ovakvi odnosi u politici doprinose sve većoj društvenoj nejednakosti, gdje otprilike dvije trećine stanovništva živi u relativnom obilju, dok je preostala trećina siromašna. Osnovni razlog neravnopravne raspodjele po Millerovom mišljenju jeste u političkoj i moralnoj *otupjelosti* većine za probleme siromašnih i deprivilegovanih, a siromašni su u takvoj poziciji da ne mogu da utiču na promjenu politike koja ih marginalizira. "Veoma moćni globalizacijski procesi doveli su do snažnog jačanja neoliberalnog projekta organizovanja društva i, zbog toga, do erodiranja socijalne države, odnosno države blagostanja. Tako je na mjesto državne socijalne zaštite i socijalnih davanja za kulturu, nauku, zdravstvo, školstvo, neoliberalizam nametnuo hegemoniju kojom je minimalizirao ulogu države u društvu i, pod snažnim pritiskom transnacionalnog kapitala, uveo tržišni princip organizovanja društva koji je doveo do ekstremnog povećanja nezaposlenosti, bijede i siromaštva, pada životnog standarda, stvaranja ogromnih socijalnih razlika između bogatih i siromašnih na globalnom i na lokalnom nivou." (Kovačević, 2019: 11) Stoga možemo konstatovati da se neoliberalizam uvukao i umrežio u sva područja kako ličnog tako i društvenog života.

Demokratija i njeni demokratski režimi vlasti u doba globalizacije i neoliberalizma nalaze se u jako nezahvalnoj poziciji u veoma kriznom periodu. "Pluralna atribucija demokratskih režima vlasti trebala bi biti pluralnost društvenog poretku. U takvim režimima vlasti ne bi trebala dominirati jedna ideja. Međutim, savremena demokratija se pod uticajem neoliberalne politike

preobrazila u fundamentalistički režim vlasti koji je podređen dogmatici slobodnog tržišta. Trijumf dereguliranog kapitalizma nije se rodio u uvjetima slobode – kako to tvrde ideolozi neoliberalizma – zbog čega slobodno tržište ne ide "...ruku pod ruku s demokracijom. Nasuprot tome ...taj fundamentalistički oblik kapitalizma neprekidno održavaju najokrutniji vidovi prisile koji se primjenjuju na politiku kolektivnog tijela, jednako kao i na tijela bezbrojnih pojedinaca. Povijest suvremenog slobodnog tržišta – bolje rečeno, povijest uspona korporacija – pisana je šokovima. Cijene su visoke.“ (Klein, 2008: 27) Stoga, nemoguće je graditi stabilne demokratske režime vlasti – u epohi turboglobalizacije koju markira mnoštvo sigurnosnih rizika – bez uvođenja efikasnog i funkcionalnog nadzora nad slobodnim svjetskim tržistem.“ (Fejzić, 2016: 189,190) Ovakav odnos neregulisanog tržišta doprinosi razvoju divlje konkurenциje, gdje se guše i stradaju države i njihove ekonomije koje ne mogu da prate kako ekonomski, tako i konstantni tehnički i tehnološki napredak i razvoj.

Poremećeni tradicionalni odnosi koji se dešavaju između politike i ekonomije, doprinose negativnom odnosu demokratskih režima vlasti, koji uglavnom ne mogu steći dostatan demokratski potencijal. „Zagovornici, protagonisti i apologete neoliberalne globalizacije i korporacijskog imperijalizma uporno, nepokolebljivo i dosljedno populariziraju prednost slobodne trgovine – iako postoje opravdane sumnje u njene namjere i ciljeve – zato što jedino ona, navodno može optimizirati „...proizvodnju i potrošnju za sve stanovnike globusa. Oni insistiraju na nužnosti da se svaka zemљa specijalizira u proizvodnji dobara i usluga za koju ima najbolje uvjete. Ona zatim beskonačno spekulira o automatskom karakteru prilagođavanja pomoću tržišta: velike i veličanstvene ravnoteže uspostavljaju se između proizvodnje i potrošnje, između uvoza i izvoza, posredstvom kolebanja vrijednosti nacionalnih valuta.“ (Todd, 2004: 70, 71., prema Fejzić, 2016: 192) No, *ciklične ekonomiske* krize koje kontinuirano producira neregulirana svjetska ekonomija, u osnovi, najbolje svjedoče o lažnim, izmišljenim i konstruiranim predstavama – režiraju ih akteri krupnog kapitala – o neoliberalnoj politici slobodne trgovine.³⁰ Demokratija doživljava potpunu degradaciju zbog čestih kriza s kojima se suočavaju demokratski režimi vlasti, prvenstveno zbog neodgovornog djelovanja moćnih svjetskih korporacija, koje upravljaju režimima vlasti u pojedinim državama. Ovdje uviđamo da je „...demokratija doživjela potpunu degradaciju u epohi Vašingtonskog konsenzusa, zbog čega je krajnje vrijeme za inoviranje i uvođenje nove političke paradigmе koja će biti utemeljena na načelima nekog novog, odnosno Postvašingtonskog konsenzusa – bez čega nije moguće ponovo oživjeti ideale socijalne,

³⁰ Implikacije i posljedice globalne ekonomске krize koja se pojavila 2008. godine, zapravo, na reprezentativan način detektiraju, identificiraju i demaskiraju mane neoliberalne ekonomije i namjere slobodne trgovine. (Fejzić, 2016: 192) Ekonomске krize i recesije najbolje oslikavaju mane neoliberalne ekonomije, te odnos naspram slobodnog tržišta i demokratskih režima vlasti.

socioliberalne i kejnizijanske demokratije.“ (Fejzić, 2016: 193) Ovakav nedemokratski neoliberalizam trebao bi biti čim prije zamijenjen nekom novom političkom doktrinom i ideologijom „...koja će imati obilježja *neointervencionizma* i *neokejnjzianizma*.“ (Fejzić, 2016: 193) Prioritet savremenih politika trebao bi biti da se demokratija transformira u autentični režim demokratske vlasti, gdje su odluke uvijek bile plod volje naroda.

Neoliberalni kapitalistički model koji funkcioniše u današnjem društvu jeste prilagođavanje i podilaženje svih tradicionalnih društvenih vrijednosti potrebama tržišta, i njegovom osnovnom cilju, a to je profit. „Ideologiji neoliberalizma uspjelo je logiku tržišnih principa djelovanja u znatnoj mjeri prenijeti i na druga polja međuljudskih odnosa koja nisu primarno tržišno - ekonomski i profitno - interesno određena.“ (Hromadžić, 2008: 41) Neoliberalizam je ideolgija koja se zasniva na slobodnoj trgovini, privatizaciji, ekonomskom napretku, širenje korporacija po svim dijelovima svijeta, gdje se neoliberalizam proklamuje kao moćno sedstvo za rješavanje eventualnih problema i prepreka. „Srž neoliberalizma je sumnja u klasičnu socijalnu državu i njezinu učinkovitost te umjesto toga nudi privatizacijske prakse korporativne države i moć privatnog kapitala koji stvaraju tržišnu ekonomiju i liberalnu demokratiju.“ (Hromadžić, 2013: 42) Neoliberalizam drži da će društvena dobrobit biti maksimizirana ako se maksimizuje domet i učestalost tržišnih transakcija, pa se teži tome da se sveukupno ljudsko djelovanje privede u oblast tržišta. Želje i interesi velikih svjetskih korporacija stavljaju se na prvo mjesto, doprinoseći njihovom sve većem bogaćenju, a poziciju radnika ostavljena je na milosti tržišta.

Padom Berlinskog zida 1989. godine dolazi do širenja kapitalizma na istok, pa se samim time i prostor potencijalne potrošnje dodatno proširuje. „Bivša komunistička društva, nakon decenija kontrolisane državne ekonomije, ukoračuju u svijet kapitalizma i mnoga od njih nanovo otkrivaju potrošnju. Devedesete su i godine izuzetno dinamičnog rasta azijskih ekonomija i tržišta, tako da se u ovoj fazi istraživanja proširuje geografski, društveni, politički, i iskustveni kontekst potrošnje u odnosu na nekadašnji zapadnoevropski i američki kontekst i više nego ikada riječi Daniela Milera da „ne postoji jedinstveni način da se troši“ dobijaju opipljivost i iskustveni sadržaj.“ (Erdei, 2008: 71) U ovom periodu globalizacija je u veoma brzoj fazi napredovanja i istraživačima se nameću problemi proizašli iz susreta, prožimanja tradicionalnih obrazaca konzumiranja s novim kulturama potrošnje, vezama za ekonomije kasnih modernih društava. Kako Erdei navodi, ovaj period se još naziva i zrelo doba u istraživanjima potrošnje. Period koji se dešava u našoj bliskoj prošlosti a tiče se izučavanja potrošnje započeo je oko Milenijuma, obilježen je daljom demokratskom

transformacijom bivših socijalističkih država, ali u prvom redu posljedicama događaja od 11. septembra 2001. godine po globalne odnose moći i preovlađujuću društvenu klimu. Nova pravila i nove norme potreba, čine da se potrošnja određuje isključivo u odnosu na sopstvenu sposobnost da proizvede zadovoljstvo. "U potrošačkom društvu, potrošnja je sama sebi cilj i pokretač." (Bauman, 2001: 12,13, prema Erdei, 2008: 82) U ranijem periodu društvo je obavezivalo svoje članove u dvije osnovne društvene uloge, to su proizvođači i vojnici, tvrdi Bauman, a danas je to promijenjeno u vojsku potrošača, koja treba da bude korisna društvu sa svim njenim potrošačkim znanjem, vještinama i sposobnostima.

Kada govorimo o kretanju rada i kapitala, treba imati na umu da su razvijene zemlje bogate kapitalom, koji se kreće širom svijeta tražeći najveće prinose. Istovremeno, zemlje u razvoju imaju obilje nekvalifikovanih radnika koji se žele kretati svijetom u potrazi za boljim poslovima. "Razvijene zemlje, dopuštaju migraciju visokokvalificiranog rada u svoje zemlje, zato što jasno vide koristi koje dobivaju od toga. To se odnosi na uzimanje najvrijednijeg intelektualnog kapitala zemalja u razvoju bez naknade: nakon što su zemlje u razvoju uložile svoje oskudne dolare u obrazovanje, razvijene zemlje ih, često nehotice pokušavaju lišiti njihovih najboljih i najbistrijih pojedinaca." (Stiglitz, 2009: 110) Kada se izvrši liberalizacija tržišta kapitala, zemlje su prisiljene da se bore da zadrže kapital smanjujući poreze i namete korporacijama. Ovakvim vođenjem ekonomске politike najviše budu pogodeni nekvalifikovani radnici koji ujedno imaju i najmanje plate i nisu u mogućnosti da biraju poslove i budu konkurentni na tržištu. Ista stvar se događa i kad su u pitanju osnovni uslovi rada i zaštite na radu, radnici se uslovjavaju da će ukoliko ne prihvate ponuđeno, kapital zajedno sa radnim mjestima preseliti u neke druge zemlje.

Dok je sloboda kretanja kapitala, roba i ljudi imperativ neoliberalne globalne ekonomije, uviđamo da se u zapadnim demokratijama danas pojavljuju veće prepreke ostvarivanju tih imperativa negoli u drugim dijelovima svijeta. Nema nikakve prepreke u tome da jedan Evropljanin i Amerikanac slobodno putuje i bira u kojem će dijelu svijeta živjeti i raditi, dok s druge strane znatni državni potencijali upregnuti su u sprečavanje imigracije iz zemalja Trećeg svijeta ka bogatim zemljama. Mnogi kritičari svjetske neoliberalne ekonomije upravo u politikama međunarodnih finansijskih institucija, vide krivce za kontinuirano siromašenje i uzroke što se migracije događaju. Kako neoliberalizam širi svoja krila u potrazi za novim tržištim, i izvorima sirovina, on proizvodi siromašenje i migracije vjerovatno većih razmjera od onih koje su se dešavale u 19. vijeku. Berlinski zid, koji su istočnonjemačke vlasti izgradile kako bi onemogućile masovni bijeg svojih građana na Zapad, u drugoj polovini 20. vijeka korišten je kao simbol neslobode, državne tiranije i bijede komunističkoga svijeta.

Zapad je nudio slobodu kretanja, slobodu izražavanja i slobodu bogaćenja. Ovdje možemo ponuditi bezbroj objašnjenja i razloga za takve političke poteze, ali postaje ironično da bogate zemlje koje preferiraju liberalnu demokratiju, kao što su npr. SAD, danas u 21. vijeku grade zidove, dok istovremeno demokratska Evropa odustaje od šengenskog sistema i postavlja bodljikavu žicu duž svojih granica, s jednim ciljem da spriječi nekontrolisani ulazak i slobodno kretanje ljudi svega tridesetak godina nakon rušenja Berlinskog zida.

Institucije i kompanije koje su zahvaljujući globalizacijskim procesima uspjele da se pozicioniraju i budu odlučujući faktori u svijetu, bez obzira govorimo li o finansijskim, političkim ili trgovinskim, svakako da imaju, a to se nameće kao logičan slijed događaja pozitivno mišljenje o samom procesu. “Neoliberalna ideologija, kapitalizam i njime uvjetovane procese globalizacije, vidi kao znak uspostave društva koje ispunjava obećanja u pogledu jednakosti, slobode, demokracije i ekonomije. Za njene zagovornike kapitalističko društvo je osnova slobodnog društva čiji se nedostaci mogu tokom vremena otkloniti razvojem i radom institucija i državnog aparata, nastalim u okviru te organizacije života.“ (Bebek i sur., 2009: 299) Ali kada malo bolje zagrebemo ispod površine zapitamo se o kakvoj se to slobodi uopće radi? Kada je glavna zadaća multinacionalnih kompanija da permanentno održavaju rast potražnje vlastitih poizvoda? Neoliberalizam je 1980-ih godina uspostavio takve kanone ponašanja i djelovanja da pojedinac, iako slobodan da podari životu smisao koji god želi, na kraju mu ipak pridaje onaj koji je u opticaju, a to je beskonačno uvećanje potrošnje (Castoriadis, 1999). Samo u razdoblju 1990.-1998. godine svjetska potrošnja povećala se sa 1.500 milijardi dolara na 24.000 milijardi dolara.³¹ Istovremeno s porastom potrošnje i zaduženosti stanovništva, multinacionalne kompanije povećavaju svoj kapital do te mjere da mogu da utiču i diktraju politiku i političke odluke mnogih država, pritom namećući svoja pravila poslovanja. Prema Harveyu (2013): “Neoliberalizam predstavlja teoriju političko-ekonomskih praksi koja tvrdi da će ljudska dobrobit najviše napredovati ako se individualnim poduzetničkim slobodama i sposobnostima dopusti da se razbuktaju unutar institucionalnog okvira čvrstih imovinskih prava, slobodnog tržišta i slobodne trgovine, a uloga države je u očuvanju prikladnog institucionalnog okvira za takav razvoj. Od sedamdesetih godina dvadesetog vijeka pa nadalje, događa se zaokret prema neoliberalizmu, prvenstveno kroz politiku Ronalda Regana i Margaret Tacher. Gotovo sve države, od

³¹ Strategija koja vlada svijetom u periodu ubrzane globalizacije jeste neprestano lansiranje novih proizvoda, kojim je tržište već zasićeno, a konzumerizam favorizira životni stil. Tako konzumerizam postaje ideologija koja potiče potrošnju koja je veća od naših platežnih mogućnosti. Tako “...potrošnja i zaduženost kao da su postali jedanaesta Božja zapovijed. (Bebek i sur., 2009: 299) Rastrgnuti u rizičnom lutanju između sredstava i ciljeva, jedino što je u našoj svakodnevni sigurno su konstantni stres, strah, neizvjesnost, bezosjećajnost i izoliranost.

novonastalih nakon raspada SSSR-a do država socijalne demokratije i država blagostanja starog tipa, poput Novog Zelanda i Švedske, prihvatile su prakse neoliberalizma poput deregulacije, privatizacije i smanjivanja moći države.“ (Harvey, 2013: 8-9) Neoliberalizam je tako postao hegemonijski modus diskursa. Ima dalekosežan uticaj na način razmišljanja, do te mjeru da postaje zdravorazumski model kroz koji mnogi od nas interpretiraju, žive i poimaju svijet.³² Današnji čovjek je očaran mogućnošću da kupuje više, bolje i naročito nove stvari. On je gladan potrošnje, čin kupovine i potrošnje postao je iracionalan, prisilan cilj, jer je to sada samo sebi svrha i to više nema veze sa upotrebom i zadovoljstvom u stvarima koje smo kupili ili potrošili. Ovo je vrijeme brzih zarada i površnih odnosa, vrijeme mnogo doklice, a malo uživanja, vrijeme raznovrsne hrane i loše ishrane. Svjedočimo li epidemiji konzumerizma posljednjih godina, odnosno možemo li konstatovati da svijet u posljednje vrijeme poprima sve histeričnije navike konzumerističke kulture? Budući da je savremeno društvo - potrošačko društvo, kretanje i pravac u kojem će ove promjene odvesti današnji svijet teško da možemo zamisliti i pretpostaviti.

ZAKLJUČAK

U ovom radu potvrdili smo generalnu hipotezu da je hiperkapitalistički konzumerizam promijenio nadležnosti demokratskih država u mnogim oblastima: od ekonomije, politike, kulture, religije, ekologije... Ovlasti demokratskih država u doba neoliberalne globalizacije znatno su oslabljene. Država više nije sama i ne može da bude kreator javnih politika i donošenja zakona. Savremena demokratija se pod uticajem neoliberalne politike preobrazila u ekstremni režim vlasti koji je podređen dogmatici slobodnog tržišta. Država je polako ali sigurno potisnuta, a njeno miješanje opravdano je samo ako ona treba zaštititi pojedince jedne od drugih ili od same vlasti. Tradicionalni sistem državnog upravljanja smatra se rasipnim, te kao takav nije održiv u epohi savremene politike. Kulturni aspekti globalizacije predstavljaju susret različitih svjetskih kultura i običaja. Svakodnevni prekogranični protok kapitala, robe i

³² Zagovornici neoliberalnog puta danas drže pozicije koje u obrazovanju imaju nezanemariv utjecaj, u medijima, u upravnim odborima i financijskim institucijama, u ključnim državnim institucijama (ministarstva finansija, središnje banke), ali i u onim međunarodnim institucijama poput Međunarodnog monetarnog fonda (MMF), Svjetske banke i Svjetske trgovinske organizacije (WTO) koje regulišu globalne finansije i trgovinu. (Harvey, 2013: 9) Neoliberaliza drži da će društvena dobrobit biti maksimizirana ako se maksimiziraju dometi i učestalost tržišnih transakcija, pa teži tome da sveukupno ljudsko djelovanje privede u oblast tržišta.

ljudi sa sobom nosi i protok navika, kulture i običaja. Neki će reći da je uticaj nove kulture dobar i doprinosi bogaćenju postojeće kulture, dok drugi u novoj kulturi vide prijetnju po nacionalni sistem. Kako je uvećana konzumacija proizvoda i usluga zahtijevala neometano kretanju roba, kapitala i radne snage, očekivalo se da će imati pozitivan učinak i na smanjenje siromaštva. No međutim, desilo se suprotno, došlo je do stvaranja sve većeg jaza između bogatih i siromašnih. Bogati pojedinci postaju još bogatiji, a na drugoj strani svakim danom smo svjedoci sve većeg broja ekstremno siromašnih ljudi. Statistike pokazuju da hrane na svijetu ima dovoljno, čak se proizvodi 30% više već što je potrebno, ali je problem u njenoj nepravičnoj raspodjeli. Kako je neoliberalno doba-doba materijalizma i konzumerizma, sve više dolazi do izražaja odsustvo empatije i suošjećanja prema siromašnima i onima koji su se slabije snašli u ovom jednom vrlo turbulentnom periodu.

Neoliberalni fundamentalizam doprinio je gomilanju bogatstva ionako bogatih pojedinaca, uvećanjem i stvaranjem enormnih dobiti, gomilanjem kapitala i akumulaciju profita. Neoliberalni kapitalisti zalažu se za smanjenje socijalne uloge države, slabljenje radničkih sindikata, liberalizacija tržišta rada (omogućava lakše otpuštanje radnika). Neoliberalna država neprijateljski je raspoložena prema svim oblicima društvene solidarnosti koji zadaju granice akumulaciji kapitala. Državne banke i preduzeća privatiziraju se. Još jedan od vidova smanjenja državnih ovlasti je osnivanje velikog broja privatnih odgojnih i obrazovnih institucija, zdravstvenih ustanova (bolnica, klinika, poliklinika, laboratorija), privatnih agencija za zaštitu ljudi i imovine, ustanova kulture. Ideja je da usluge, koje su prethodno pružale javne ustanove, tržišnom utakmicom postanu jeftinije i kvalitetnije. U nekom ranijem periodu ovi vidovi usluga mogli su da budu prezentirani isključivo u državnim ustanovama, dok je danas slučaj da ove iste usluge možemo ostvariti i u privatnim ustanovama. Pružanjem ovakvih vidova usluga od strane privatnih ustanova, automatski se smanjuje priliv novca u državnu kasu, jer ti novci slijevaju se na račune privatnih kompanija i pojedinaca. Ovim je potvrđena prva pomoćna hipoteza, da je osnovni razlog osnivanja i postojanja ovih ustanova/kompanija velika profitabilnost, dostupnost širokim masama ljudi, zatim pristupačnija cijena usluga, dok je istovremeno kvalitet tih usluga vrlo upitan, razlog čestih rasprava i polemika od strane naučne i stručne elite.

Konzumerizam ili nova ovisnost o potrošnji postaju toliko nemilosrdni da ljudi osjećaju pritisak da "moraju" da budu "u trendu" jer im agresivne reklame nameću konzumerizam kao model idiličnog života. Moderno doba donijelo je sa sobom ovisnosti o raznim robnim markama i modnim stilovima i trendovima koji se veoma brzo smjenjuju. Moderni reklamni

konglomerati ciljano njeguju svoj stil i podilaze masama koje ih bezrezervno slijede. U ranijem periodu naglasak je bio na duhovnim vrijednostima, dok je s pojavom modernog doba naglasak na materijalnim stvarima i posjedovanju novca, moći, potrošnji i sve češćoj uzrečici “*vrijeme je novac*.“ Ljudi često posegnu za konzumacijom određenog proizvoda/usluge, ne zato što im je prijeko potrebna, već često zbog stvaranja nerealne slike o sebi. Žudeći za nečim što želimo da imamo i ostvarimo sad i odmah, potvrđujemo drugi pomoćnu hipotezu da se konzumerizmu pripisuje instant filozofija potrošačkog duha.

Ako malo dublje analiziramo hiperkapitalistički konzumerizam pored njegovog negativnog uticaja na čovjeka, on takođe narušava i ekonomski suverenitet država. Pitanje suvereniteta države od sredine XX vijeka pa na ovamo, ozbiljno je dovedeno u pitanje. Političke promjene koje se dešavaju na svjetskoj sceni, bitno utječu na suverenitet država koji je podložan mnogim izazovima. Međunarodne organizacije su polako ali sigurno postale snažniji i bitniji akteri od država, dok istovremeno ekonomski suverenitet države postaje vrlo labilan. “Nadnacionalne asocijacije su u stanju da nacionalnim državama nametnu svoju volju, te tako ugroze njihov suverenitet.“ (Fejzić, 2016: 30) U neoliberalnoj političkoj epohi međunarodne organizacije, međunarodne finansijske institucije i multinacionalne korporacije imaju mogućnost da diskriminiraju države i nacije tako što, ne žele investirati u države koje još uvijek nisu prihvatile neoliberalni koncept razmišljanja. Državna suverenost nad tokovima roba i kapitala treba biti dobrovoljno predana na upravljanje globalnom tržištu. Ovom konstatacijom potvrdili smo treću pomoćnu hipotezu da hiperpotrošački konzumerizam reducira i destruira ekonomski suverenitet države. Postojanje jedinstvenog svjetskog tržišta umanjuje mogućnosti nacionalnih država da direktno podstiču razvoj domaće ekonomije, postavljajući pravila koja daju prednost vlastitim kompanijama.

Promjenom načina proizvodnje sa ručne na mašinsku, a sve zahvaljujući napretku nauke, tehnike i tehnologije, načini širenja masovne proizvodnje se mijenja. Za ovaj period je karakteristično da se pojavljuju prve velike multinacionalne kompanije na tržištu, koje uz minimalne troškove povećavaju produktivnost rada. Zahvaljujući napretku tehnike i tehnologija omogućena je velika brzina kako u proizvodnji i prodaji, tako u transportu i plasmanu proizvoda širom svijeta. Razvojem industrijskog društva razvijali su se i gradovi, a to je zahtjevalo veću proizvodnju, prodaju i distribuciju hrane, budući da su tradicionalni načini proizvodnje bili zastarjeli i nisu mogli da prate potrebe tržišta. Razvoj masovne industrijske proizvodnje donio je serijski identične proizvode, po nižoj cijeni, a time se širilo i jačalo tržište koje je trebalo nove kupce sa relativno stabilnom kupovnom moći. Ipak

industrijski način proizvodnje i kapitalistički društveni poredak pokazali su svoje drugo lice, odnosno nehumanu stranu prvenstveno u eksploraciji radnika gdje su bila uključena i djeca, a nadnica su bile toliko male da su im omogućavale tek da mogu da prežive. Da bi došle do svog jedinog cilja a to je profit, korporacije se često služe izrabljivanjem radnika, ucjenama, prevarama i kriminalnim radnjama i nemaju sluha za promociju općeg dobra. Ako pogledamo unazad novac je u klasičnoj ekonomskoj teoriji služio kao sredstvo razmjene i štednje, dok u neoliberalnom kapitalističkom dobu novac postaje svrha za sebe, jer se zahvaljujući njemu pored sticanja bogatstva, posjeduje moć u kreiranju i donošenju političkih i ekonomskih odluka jedne države. Korporativni kapitalizam tokom vremena mijenjao je svoje oblike, pa je tako raniji tradicionalni model korporativnog upravljanja, zamjenjen modernim korporativizmom koji je doživio svoj vrhovni progres. Zahvaljujući konzumerizmu i globalizacijskim procesima, te svakodnevnom tehnološkom napretku, korporacije su uspjele da se umreže na svim stranama svijeta. Uz zajedničko djelovanje sa međunarodnim finansijskim kapitalom, iako neformalno korporacije su postale najmoćnija svjetska ekonomska sila. Konzumerizam i potrošački mentalitet doprinijeli su uvećanju moći korporacija i korporacijskog kapitala širom svijeta. Korporacije svoju moć vide u sposobnosti udruživanja kapitala neograničenog broja ljudi. Korporacije danas diktiraju naš tempo života, određuju način našeg ponašanja, ponašaju se kao nepogrešive i svemoguće, te ciljano utiču na odluke državnih organa, koji bi ustvari trebali da budu kontrolori i regulatori tih odluka. Kako živimo u konzumentskom dobu, gdje sve može da bude predmetom prodaje, tako raste i uvećava se moć korporacija i njihov kapital.

U doba neoliberalne globalizacije državna vlast izgubila je u političkoj i ekonomskoj sferi autonomiju u kreiranju i donošenju politika. U procesu upravljanja državom, pored državne vlasti ravnopravno učestvuju nadnacionalne političke organizacije, moćne ekonomske institucije, multinacionalne korporacije, asocijacije civilnog društva, zbog čega je suverenitet nacionalne države značajno oslabljen. Konstantan i brz protok roba, kapitala i ljudi je nešto što sa sobom donosi i urušavanje izvornih nacionalnih identiteta. Pored protoka roba, kapitala i radne snage, sa ubrzanim globalizacijom vrši se i protok različitih kultura, koje zbog miješanja više različitih identiteta dovode u pitanje održivost izvornih nacionalnih identiteta. Veliki prliv migranata, useljenika, sezonskih radnika i tražitelja azila narušio je osnove tradicionalnih prepostavki o homogenosti nacionalnog identiteta, ukazujući tako na njihovu hibridnost. Stoga, je pluralnost nacionalnih identiteta nešto što se moglo i očekivati, a moć nacionalnih identiteta polako ali sigurno opada i nestaje. Zahvaljujući napretku tehnike i tehnologije nastaju globalne potrošačke kulture, dok se nacionalne kulture smatraju

zastarjelim i nepoželjnim. Ovdje se potvrđuje pomoćna hipoteza da hiperkapitalistički konzumerizam destruira izvorne nacionalne identitete, i ide u pravcu stvaranja jednog globalnog identiteta. U prilog tome ide činjenica da su pod utjecajem globalizacije, ovlasti države znatno smanjene i ograničene, pa samim tim su smanjeni i njihovi unutarnji dometi. Kako je konzumerizam proizvod Sjedinjenih Američkih Država, mnoge nacionalne elite npr. Francuske masovnu potrošačku kulturu smatraju prijetnjom po izvorni nacionalni identitet.

Od sedamdesetih godina pa na ovamo demokratija je bilježila stalni rast i napredak, dok je posljednjih godina došlo do pada povjerenja u demokratiju i demokratske institucije. Razlog leži u tome da "... u doba neoliberalne globalizacije demokratski režimi vlasti limitirani su ekonomskom voljom i političkim uticajem moćnih korporacijskih aktera." (Fjezić, 2016: 39) Vladavina korporacija i korporacijski imperijalizam glavni su uzročnici krize savremenih demokratskih režima vlasti. Kako Fejzić ističe "...režimi savremenih demokratija nisu utemeljeni na egalitarizmu i slobodi, već imaju izražene nedemokratske atribucije." (Fejzić, 2016: 65) Postalo je skoro pa očito da demokratija može da preživi samo ako je na usluzi interesima kapitala. Glavni razlog leži u tome što u demokratskim državama ne vladaju isključivo njihove izabrane vlade, već je to omogućeno i korporacijskim moćnicima koje u osnovi svog postojanja interesuje samo profit. Primarni cilj demokratskih režima vlasti je da zaštite opće dobro, interes društva i integritet građanina, međutim, savremena demokratija se pod uticajem neoliberalne politike preobrazila u fundamentalistički režim vlasti koji je podređen uslovima slobodnog tržišta. Ovom konstatacijom potvrdili smo i šestu pomoćnu hipotezu da je nehuman konzumerizam i radikalna komercijalizacija svega ugrožava demokratske režime vlasti. Demokratija je izgubila svoji izvornu viziju koja se zasniva na suverenoj volji naroda i postala sužanj korporacijske vlasti zasnovane na neoliberalnim načelima, što je umanjilo i reduciralo njen suverenitet, političku moć i demokratski potencijal.

Problemi sa kojima se susreću demokratske države su zaista raznovrsni. Jedan od vidljivijih je svakako globalizacijsko kretanje i kako se ona odražava na samu postojanost države. Država je ta koja je u ovom izuzetno turbulentnom periodu zaista pretrpjela i trpi najveće promjene. Izgubila je poziciju u kreiranju i donošenju odluka. U doba globalizacije sistem donošenja odluka u državi značajno je decentraliziran, odnosno u obavljanju državnih poslova niži nivoi vlasti ravnopravno utječu. Država polako ali sigurno gubi poziciju glavnog aktera u kreiranju i donošenju političkih odluka. U doba globalizacije drugačije su definisani tradicionalni odnosi u politici – prilično je zapostavljen i marginaliziran donedavni model političkog upravljanja, gdje država imala neprikladnu i neupitnu ulogu u procesima

odlučivanja. U doba ubrzane globalizacije nejednakost između zemalja sve je veća i vidljivija, iako su slobodni tokovi roba, kapitala, radne snage i usluga trebali bar da otklone ili ublaže nejednakost. Prvobitna misija globalizacije vjerovatno je bila da ublaži tu nejednakost. Međutim, glad i siromaštvo u svijetu čini mi se svakim danom sve su veći. Bogati postaju još bogatiji, a siromašni - siromašniji.

Savremena globalizacija je doprinijela i potpomogla razvoj velikog broja multinacionalnih kompanija čija sjedišta se uglavnom nalaze na Sjeveru, a proizvodne pogone su prebacile u zemlje trećeg svijeta. Razlog je samo jedan - profit. U ostvarivanju profita do kojeg često dolaze putem nedozvoljenih praksi izrabljivanja, ucjena prevara i kriminala, većina multinacionalnih kompanija ne poštuje nikakve moralne kriterije niti su, pak, zainteresovani za promovisanje općeg dobra. Stoga, njihova marketinška politika, navodne njihove društvene odgovornosti uglavnom ima samo promotivni karakter ili bolje rečeno, markirana je političkim licemjerstvom. Koropracije su svoja imperijska caratva zasnovala na ideologiji konzumerizma koji favorizira primjenu neoliberalnih načela deregulacija, privatizacija te kontrola i smanjivanje javne potrošnje i socijalnih davanja. Ciljano se ide na smanjivanje svih javnih troškova ili kako sada možemo često čuti *stezanje kaiša*. Zagovornici neoliberalne politike i korporacijskog iperijalizma uporno naglašavaju prednost slobodne trgovine, iako postoje opravdane sumnje u njene istinske namjere i ciljeve. Jedna od glavnih institucija koje podržavaju neoliberalni koncept globalizacije je svakako Međunarodni monetarni fond, koji pod krinkom povoljnih kredita, uslovljava prihvatanje programa o strukturalnom prilagođavanju. Nekada su vlade raspolagale vlasništvom nad kapitalnim investicijama profitabilnim državnim preduzećima, kao što su telekomunikacije, elektroprivreda, željeznice, rudnici, putevi....međutim, danas se sve to želi da privatizuje uz uvjerenje da su privatna preduzeća efikasnija od državnih.

Svjedoci smo i direktni učesnici da je današnja konzumeristička kultura nezaustavljiva. Konzumerizam je jedno od osnovnih obilježja današnjeg društva i na njega nailazimo u svim sferama života. Sve je manje finansijskih problema u braku, a sve više razvoda, luksuznih kuća, a nezadovoljnih ukućana; ovo su dani brzih putovanja, sve debljih ljudi i farmaceutske industrije koja ima rješenje za sve - da te oraspolože, ozdrave, dovedu do savršenstva. Ali, kako se ipak oduprijeti sveopćem konzumerizmu, kupovini svega i svačega, materijalizmu koji guta sve uokolo, u većini zemalja razvijenog svijeta? Nisam sigurna da bilo ko ima viziju kako reformisati sistem, kako doći do nekog najboljeg nivoa potrošnje koja bi zadovoljila naše ljudske potrebe, a ne bi dugoročno ugrožavala druge vrijednosti, pa čak i prirodu i resurse koje iz nje crpimo. Polako ali sigurno počelo je da se upozorava na dvije najveće

opasnosti koje konzumerizam sa sobom nosi; crpljenje resursa i njihovo uništavanje te individualizacija i slabljenje građanskih vrijednosti. U prvom slučaju vidimo jačanje stimuliranja zelenih tehnologija koje će možda i omogućiti nesmetani rast potrošnje, iako mi se čini da u području proizvodnje energije to još nije izvjesno. U drugom slučaju riječ je o opasnosti zanemarivanja interesa za javna i politička pitanja zbog potpune okrenutosti sebi i potrošnji. Imati građane koji su samo potrošači i koji nemaju jake vrijednosti i interes za zajednicu pogubno je za demokratski sistem, a neke naznake toga već su prisutne u raširenom cinizmu prema politici i sve manjem interesu za nju.

Mi danas živimo u eri materijalizma koji je čini mi se dostigao svoj vrhunac i koliko će ovo trajati svjedočit će vrijeme. Kupovina ističe individualni ukus, stil, kulturni identitet pojedinca, osebujnost i karakter. Danas politika, vjera i tradicija ustupaju svoje mjesto potrošnji u izgradnji središnjeg identiteta, jer potrošači kroz kupovinu traže odgovore na duboka pitanja, kroz kupovinu razmišljaju o smislu života, traže odgovore na pitanja o vlasitom postojanju, bez obzira koliko odgovori površni bili. S tim u vezi, može se reći i da je današnji koncept identiteta povezan s kulturom konzumerizma, i to tako da je konzumeristički svjetonazor glavno obilježje takvog identiteta. Na svijet se danas gleda kroz prizmu konzumerizma, pogotovu kada se radi o njegovoj organizaciji koja se vrti oko novca, bez obzira radi li se o velikim korporacijama ili o malim običnim ljudima koji su pod uticajem reklama dovedeni u poziciju da troše mnogo više od svojih stvarnih potreba, a sve u potrazi za ličnim zadovoljstvom.

LITERATURA

a. Knjige

- 1) Anderson, Benedikt (1983). Nacija: zamišljena zajednica. Biblioteka "EPISTEME" 16.
- 2) Bakan, Joel (2004). Korporacija: patološka težnja za profitom i moći. Zagreb: Mirakul.
- 3) Beck, Ulrich (2003). Šta je globalizacija?: zablude globalizma-odgovori na globalizaciju. Zagreb: Vizura.
- 4) Beck, Ulrich (2004). Moć protiv moći u doba globalizacije: nova svjetska politička ekonomija. Zagreb: Školska knjiga.
- 5) Beyme, Klaus von (1974). Suvremene političke teorije. Zagreb: Stvarnost.
- 6) Crozier, M. J.; Huntington, S. P. i sur. (1975). Kriza demokracij i participacija. Globus, Zagreb: Biblioteka Novi svijet.
- 7) Bruckner, Pascal (2004). Bijeda blagostanja; Tržišna religija i njezini neprijatelji. Zagreb: Algoritam.
- 8) Dahl, Robert A. (2000). O demokraciji. Zagreb: Politička kultura.
- 9) Edvinsson, Leif (2003). Korporacijska longituda: navigacija ekonomijom znanja. Zagreb, Differo.

- 10) Erdei, Ildiko (2008). Antropologija potrošnje. Beograd: Biblioteka XX vek.
- 11) Fejzić, Elvis (2014). Teorije globalizacije (hrestomatija za internu upotrebu). Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
- 12) Fejzić, Elvis (2016). Transformacija upravljanja državom: korporacijski imperijalizam na djelu. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu 13) Foča, Salih (2000). Sociologija. Zenica: Dom štampe.
- 14) Gellner, Ernest (1998). Nacije i nacionalizam. Zagreb: Politička kultura.
- 15) Haralambos, M. (1989). Uvod u sociologiju. Zagreb: Globus.
- 16) Haettich, Manfred (1996). Temeljni pojmovi političke znanosti. Osijek-Zagreb-Split: Panliber.
- 17) Harvey, David (2013). Kratka povijest neoliberalizma. Zagreb: V.B.Z.
- 18) Hedges, C. (2009). Empire of Illusion. New York: Nation Books.
- 19) Hejvud, Endru (2002). Politika. Beograd:Clio.
- 20) Hejvud, Endru (2004). Politika. Beograd: Clio.
- 21) Hinsley, Francis Harry (1992). Suverenitet. Beograd: Filip Višnjić.
- 22) Hromadžić, Hajrudin (2008). Konzumerizam – potreba, životni stil, ideologija. Zagreb: Jesenski i Turk.
- 23) Jaspers, K. (1998). Duhovna situacija vremena, Zagreb: Matica Hrvatska.
- 24) Kalanj, Rade (2010). Ideologija, utopija, moć. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- 25) Kierkegaard, S. (1998). Filozofjsko trunje, Zagreb: Demetra.
- 26) Klein, N. (2002). No Logo: bez prostora, bez izbora, bez posla, bez logotipa. Zagreb: VBZ.
- 27) Klein, Naomi (2008). Doktrina šoka. Zagreb: V.B.Z.
- 28) Konig, E., Zedler, P. (2001). Teorije znanosti o odgoju. Zagreb: Educa.
- 29) Korjenić, Omer (2015). Globalizacija i tržište rada. IC štamparija Mostar.
- 30) Kovačević, Braco (2014). Globalizacija i suverenost. Banja Luka: EDC.
- 31) Kovačević, Braco; Kovačević, Irina (2016). Globalne nejednakosti i bezbjednosne prijetnje. Banja Luka: EDC.
- 32) Kovačević, Braco (2019). Neoliberalna hegemonija. Banja Luka: EDC.
- 33) Kukić, Slavo (2004). Sociologija: teorije društvene strukture. Sarajevo: Publishing.
- 34) Ljubović, Esad (2005). Sociologija i duštvvo. Sarajevo: DES.
- 35) Marcuse, H. (1968). Čovjek jedne dimenzije. Sarajevo: Veselin Masleša.
- 36) McKendrick, N. (1982). The Birth of a Consumer Society. London: Europa Publications.
- 37) McNeal, J.U. (1999). The Kids' Market: Myths and Realities. New York: Paramount.
- 38) Mesarić, Milan (2004). Civilizacija, Danas i Sutra. Zagreb: Copiright.
- 39) Mesarić, Milan (2010). Kruži li bauk socijalizma ponovo Evropom i svijetom?
- 40) Mesarić, Milan (2011). Socijalizam: utopija, zabluda ili realna alternativa kapitalizmu. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- 41) Milardović, Andelko (1999). Globalizacija. Osijek: Panliber.
- 42) Milardović, Andelko; Jožanc Nikolina (2013). Demokracija i postdemokracija. Zagreb: Panliber.
- 43) Miliša, Z. (2004). Zašto Zadru treba centar za mlade. Zadar: Gradska knjižnica.
- 44) Miliša, Z. (2012). Tamna strana ekrana. Varaždin: TIVA Tiskara.
- 45) Miliša, Z. (2015). Šok današnjice. Split: Naklada Bošković.
- 46) Mohamad, Mahathir (2002). Globalizacija i nove realnosti. LJiljan, Sarajevo.
- 47) Neš, Kejt (2006) Savremena politička sociologija: globalizacija, politika i moć. Beograd: Službeni glasnik.
- 48) Orlović, Slaviša (2016). Socijalna demokratija u Evropi i koncept „dobrog društva“. Beograd: Centar za demokratiju.
- 49) Özer, Atila (1998). Država. Sarajevo: Rabic.

- 50) Pavlović, Vukašin; Stojiljković, Zoran (2010). Savremena država: struktura i socijalne funkcije. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- 51) Podunovac, Milan (2010). Država i demokratija. Beograd: FPN. Copyright.
- 52) Radonjić, Radovan (2004). Demokratija. Podgorica: Izdavač Centar za građansko obrazovanje.
- 53) Robbins, Stephen P. (1992). Bitni elementi organizacijskog ponašanja. Zagreb: Mate.
- 54) Rodrik, Deni (2013). Paradoks globalizacije. Beograd: Službeni glasnik.
- 55) Smith, Antony D. (1998). Nacionalni identitet. Beograd: Biblioteka XX vek. Čigoja Štampe.
- 56) Smith, Antony D. (2003). Nacionalizam i modernizam: kritički pregled suvremenih teorija nacija i nacionalizma. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- 57) Soros, George (1999). Kriza globalnog kapitalizma (otvoreno društvo u opasnosti). Rabic, Sarajevo.
- 58) Spahić, Mustafa (2000). Sociologija. Sarajevo: Bosanski kulturni centar.
- 59) Stearns, P.N. (2006). Consumerism in World History. New York: Routledge.
- 60) Steger, Manfred B. (2005). Globalizacija. Sarajevo: Šahinpašić.
- 61) Stiglitz, Joseph E. (2009). Uspjeh globalizacije: Novi koraci do pravednog svijeta. Zagreb: Algoritam.
- 62) Šolte, J. (2009). Globalizacija kritički uvod. CID, Podgorica.
- 63) Tarner, Džonatan H. (2009) Sociologija. Beograd: Centar za demokratiju Fakultet političkih nauka; Novi Sad: Mediterran.
- 64) Termiz, Dževad (2009). Metodologija društvenih nauka. NIK: Grafit, Lukavac.
- 65) Unković, Milorad (2010). Međunarodna ekonomija. Beograd: Univerzitet Singidunum.
- 66) Vujičić, Vladimir (2001). Politička kultura demokratije. PAN LIBER, Osijek- Zagreb-Split.
- 67) Weber, Max (1976). Privreda i društvo. Beograd: Prosveta.
- 68) Zeldin, T. (2005). Intimna povijest čovječanstva. Zagreb: VBZ.
- 69) Zgodić, Esad (1997). Kult suvereniteta. Sarajevo: FEB.
- 70) Zgodić, Esad (2009). Multiverzum vlasti: za novu kratologiju. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
- 71) Zgodić, Esad (2014) O državama, knjiga 1. Sarajevo: Fakultete političkih nauka. 72) Zoll, H. M. (2000). The Media Monopoly. Boston: Beacon Press.

b. Članci u časopisima i zborvicima

- 1) Alibašić, Halim (2019). Utjecaj savremenih medija na tokove globalizacije u 21. stoljeću. Časopis Filozofskog fakulteta u Tuzli. DHS. Godina IV. Broj: 3 (9) 2019.
- 2) Babić, Jovan (2007). Društvena odgovornost korporacija. Beograd: časopis Sociološki pregled, br. 41.
- 3) Bebek, Sandra; Santini, Guste (2009). Svet bez granica. RIFIN. GOD. 16. BR. 02. 2009
- 4) Brubejker, Rodžers (2003). Nacionalizam u novom kontekstu: fenomen nacionalnog i nacionalno pitanje u Novoj Evropi, Beograd: časopis Reč, br.72.
- 5) Čaušević, Fikret, Članak Ekonomski fakultet Sarajevo Izvorni naučni članak, 2004.
- 6) Čeko, Mirjana (2018). Potrošački identitet savremenog čovjeka. Banja Luka: Sociološki diskurs, godina 8, broj 15.
- 7) Ćuković, Aleksandar (2014). Snaga nacionalnog identiteta pred procesom globalizacije. Fakultet političkih nauka, Podgorica; Glasnik za društvene nauke, issue: 6 / 2014.

- 8) Fejzić, Elvis (2014). Upravljanje državom u doba globalizacije. Sarajevo: časopis Uprava, godina V., br. 9
- 9) Gaković, Jelena (2016). Društvenopolitičke implikacije konzumerizma. Znanstveno istraživački inkubator (ZINK).Filozofski fakultet u Sarajevu. SOPHOS, časopis mladih istraživača. Broj 9, Godina: 2016.
- 10) Hromadžić, Hajrudin (2012). Konzumeristički kapitalizam: epoha produkcije imaginarija potrošačke želje. Institut za društveno istraživanje Zagreb. Časopis Sociologija i prostor, br.50
- 11) Ivanović, Tatjana (2006). Psihološki pristup reklami. Montenegrin journal of economics No.3.
- 12) Lakoff, Sanford (2000). Nacionalizam i demokratija. Zagreb: časopis Politička misao, br.1.
- 13) Leban, Sebastijan (2008). Korporacijska logika: diktat konzumerizma i samoorganizacije. Zagreb: časopis Zarez, br.233.
- 14) Lowi, J. Theodore (2001). Naš milenij: politička znanost sučeljuje se s globalnom korporacijskom privredom. Zagreb: časopis Politička misao, br.3.
- 15) Miliša, Zlatko; Spasenovski, Nemanja (2017). Konzumerizam i pedagoške implikacije. Mostariensia, 21 (2017). 1.
- 16) Miliša, Zlatko; Spasenovski Nemanja (2018). Kako je došlo do komercijalizacije visokog obrazovanja? DHS 3 (6) 2018.
- 17) Pajić, Ivana (2014). Identitet-prostor-granice-strano:identitet migranta. Univerzitet u Novom Sadu: Filozofski fakultet. Filolog
- 18) Polić, Milan (2004). Volja za vlast kao etika i demokracija. Zagreb:časopis Filozofska istraživanja, br. 1.
- 19) Rustempašić, Naida; Pindžo, Dženana (2013). Sociopsihološke odrednice i kritika savremenog komzumerističkog trenda: uloga marketinga i vrijednosti u formiraju konzumerističkog društva. Sarajevo: Sociološka luča VII/1 2013.
- 20) Šargač, Damir (1980). Multinacionalne kompanije i njihov odnos prema nacionalnoj državi. Zagreb: časopis Politička misao, br. 1-2.
- 21) Tomka, Goran (2004). Neoliberalizam-doktrina savremenog sveta 1. Privredna izgradnja. Godina XLVII: br. 3-4.
- 22) Trandafilović, Igor; Radonjić, Andelija; Filipović, Tamara (2015). Karakteristike i posljedice potrošačkog društva 1. Fakultet za menadžment Zaječar.
- 23) Vučetić, Radina (2012). Potrišačko društvo po američkom modelu. Zagreb: ČSP,br.2., Odelenje za istoriju, Filozofski fakultet u Beogradu, Republika Srbija.
- 24) Vukičević, Leposava; Đurić, Veljko (2011). Socijalna anksioznost i odnos prema upadljivoj potrošnji kod učenika šestog i sedmog razreda osnovne škole. Psihološka istraživanja, Vol. XIV (2) 2011. 179-191. Fakultet za pravne i poslovne studije „Dr Lazar Vrktatić“ – Novi Sad.
- 25) Žakman-Ban, Vladimira; Špehar Fiškuš, Katarina (2016). Konzumerizam-društveni fenomen i nova ovisnost. HUM XI (2016) 16. Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za kriminologiju – Centar za odgoj i obrazovanje Lug.

c. Internet izvori

- 1) Web portal visioneering.com: Black Friday Marketing Advertising
 - <https://www.visioneering.com/black-friday-marketing-advertising/>
 - (Datum i vrijeme pristupa: 30. 1. 2021. g. u 17:10 h)
- 2) Web portal krenizdravo rtl.hr: Samoaktualizacija – šta je i kako je postići?
 - <https://www.krenizdravo rtl.hr/zivotni-stil/put-ka-sreci/samoaktualizacija-stoje-i-kako-je-postici>

- (Datum i vrijeme pristupa: 2. 12. 2019. g. u 20:35 h)



UNIVERZITET U SARAJEVU – FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
IZJAVA o autentičnosti radova



FAKULTET
POLITIČKIH
NAUKA

Obrazac AR

Stranica 1 od 1

Naziv odsjeka i/ili katedre: POLITOLOGIJA
Predmet: Završni master rad

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Zineta Đipa

Naslov rada: Problemi i izazovi demokratskih država u doba hiperkapitalističkog konzumerizma

Vrsta rada: Završni magistarski rad

Broj stranica: 113

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum
Sarajevo, 17.06.2021

Potpis
Zineta Đipa