

EKONOMIJA

Dr. Domagoj Sajter
Shutterstock fotografija



Infuzije obmanama

Priča o dvije boce »slobodnoga« tržišnog fundamentalizma, nametnutim pravilima, novcu kao mjerilu i »nepristranosti«

■ Paranoja je užasna. Posvuda zavjere, obmane, urote; nigdje bezazlenosti, slučajnosti, neplaniranosti. Čovjek svejedno, hodajući kroz život, traži nekakav red u nerazmrsivo zapetljanoj mreži ljudi, odnosa i institucija koje ga okružuju - inače bi poludio u općem kaosu. U tom smislu, biti slijep pred obmanama kojima je suvremeni *homo potrošač* opkoljen, znači biti naivan. Te obmane nalik su infuzijama. Tko je god proveo sate i sate promatrajući kako infuzija sporo, kap po kap, ulazi u krvotok, direktno u organizam, i apsorpira se u tijelu gotovo odmah, vjerojatno se začudio kako svaka ta suzica kapajući u sporom ritmu ima moćan učinak na tijelo. Ali ovdje uopće nije riječ o medicini.

»Poduzetnička i tržišna sloboda temelj su gospodarskog ustroja Republike Hrvatske« - zapisano je u Ustavu (čl. 49), čime je u Hrvatskoj uspostavljena tržišna, kapitalistička ekonomija. Dovoljno je pogledati neke svježe novinske naslove, podsjetnike života na tržištu: *Građevinari zajedno na afričko tržište; Na tržištu vlada veliki optimizam; Vlada dopunama Zakona o tržištu električne energije pomaže TLM-u; Hrvatska i Srbija zajedno na treća tržišta; Vlada je zadržala mogućnost da sama propiše cijenu goriva neovisno o stanju na mediteranskom tržištu; Ina preokrenula domaće tržište; Hrvatski umjetni kukovi uskoro na ruskom tržištu...*

Usred njih čovjek se osjeća poput papirnog brodića bačenog u ocean (na tržište), gdje ga plima i oseka (ponuda i potražnja), tople i hladne struje (ekspanzija i recesija) bacaju amo-tamo, i nikad ne zna hoće li se u sljedećem trenu naći na dnu, potopljen, ili ludom srećom izbačen na kakvu rajsku plažu, u carstvo kokosa. Jedino što sa sigurnošću zna jest da je »na tržištu«. No kapitalizam (odnosno tržišna ekonomija) nije monolitna, homogena ideologija; postoje različite verzije. Slično kao što je nekadašnji jugoslavenski

koncept bio različit od sovjetskog ili mađarskog, tzv. gulaš-socijalizma, i tržišna ekonomija ima više inačica: od kineske (koja je uglavnom kontrolirana, a opet dobrim dijelom i tržišno gospodarstvo), preko socijalno osviještene (Skandinavija), do tzv. *laissez-faire* kapitalizma.

»Pustite neka svatko čini što hoće« - bio bi doslovni prijevod termina *laissez-faire*, a obilježava ga (očito) krajnji liberalizam, koji zagovara privatizaciju svega, od vodoopskrbe do policije, od vatrogastva do zatvora - doslovno svega, osim vojske i pravosuđa.

Što se hrvatskog tipa kapitalizma tiče, on u praksi ima mnoge karakteristike nesputanog, *laissez-faire*, tržišnog fundamentalizma te je sasvim primjereno često okićen pridjevom *divlji*.

Kako bi taj sustav opstao, neophodne su neprestane terapije (infuzije) poluistinama, uslijed kojih bi »mali građanin« trebao postati tupi, nekritički, ograničen, ali poslušan potrošač, gluho-slijep na odvratne nuspojave, negativne strane istoga tog sustava. Sada, kada tržište »šamara« sa svih strana, krajnje je vrijeme za suočenje s njegovim negativnim karakteristikama. Treba ih postati svjestan i, ne zaboravljajući ih, konačno započeti kreiranje novih društvenih odnosa: u obitelji, na poslu, u svakoj domeni djelovanja građana. Dakle tržišni fundamentalizam, slično kao što je to činio i komunizam, šopa građane infuzijama poluistina, ustrajno, redovito i pomalo, kap po kap. Te obmane nisu škrabane crvenom bojom po zidovima kao što su to nekada bile parole, već su »šifrirane«: upisane u crtične kodove kojima blagajnice nedjeljom prolaze laserom. Kakve su to infuzije u suvremenoj hrvatskoj tržišnoj ekonomiji? Što piše na tim bocama čije cjevčice nam uvedoše u vene, a da to nismo željeli, niti nas je itko pitao želimo li terapiju tržišnim fundamentalizmom?



SUVREMENA HRVATSKA TRŽIŠNA EKONOMIJA I MOGUĆNOST IZBORA

jaj igle, grašak znoja, mrva krvi, i infuzija je uvedena. Na prvom stal-ku obješena je najveća boca, na kojoj stoji napisano: »Ono što donosi novac, vrijedi.« U podnaslovu: »Ono što *ne* donosi novac, *ne* vrijedi.« Rijetko izravna, uglavnom utkana negdje u podstavu, ta obmana definira kao bezvrijedno sve ono što ljudi jedni drugima u obitelji, među prijateljima, u lokalnoj zajednici, pa i na razini države, čine besplatno. Najpotpunije, najvažnije i najvrjednije pojave u životu svakog čovjeka su besplatne i ne odvijaju se ni na kakvom tržištu. Mir, sloboda, ljubav, obitelj, religijska uvjerenja, prijatelji, povjerenje - neke su od sržnih društvenih vrijednosti, a odlikuje ih besplatnost (jasno, ako su iskrene i neiskvarene). Ipak, prema logici tržišta, proizlazi da, ako su besplatne, onda i ne vrijede ništa. Upravo suprotno! Nema tog novca koji bi ih mogao platiti! »*Non bene pro toto libertas venditur auro* - Sloboda se ne prodaje ni za svo zlato svijeta« - u kamen su uklesali stari Dubrovčani. Tržište stoga nije ni kompetentno ni mjerodavno dati bilo kakav sud o temeljnim društvenim vrijednostima, a podmeće se kao alfa i omega. (Zar je onda čudno što tržište prosuđuje vrijednost nedjelje?!) Postoje ocea-

cvjeta medijsko žutilo i šund materijal svake vrste. Po tom principu Ceca Ražnjatović *rastura* Wolfganga Amadeusa, 22 drugoligaška trkača za loptom nadmašuju svaki balet ikad otplesan, a pornografija uvjerljivo caruje nad svakim drugim oblikom vizualnog izražavanja. Rogoborenje protiv takve prakse uglavnom rezultira lijepljenjem etikete: »Oprez - dušobrižnik - ne prilazi!« i histeričnim vrištanjem o napadu na slobodu medija, slobodu izražavanja (i sve ostale zamislive slobode), pa je malo tko oran uhvatiti se ukotac s politikom serviranja otpada narodnim mnoštvima. Nema tu neke velike znanosti: jednostavno, proizvodnja šunda daleko je jeftinija i nezahtjevnija od proizvodnje kvalitetnog sadržaja.

Nejednaka (ne)informiranost

Na drugoj boci, koja je odmah kraj prethodne, stoji naslov: »Tržište je neutralno, racionalno i nepristrano.« Ono naprimjer ne pita je li tko prezbiterijanac ili vegetarijanac, kosmat ili rogat: na tržištu se traži najniža cijena. Treba se opet prisjetiti kako je jedina valuta, jedino čemu se tržište klanja, isključivo novac - sve ostalo je drugorazredno. U skladu s prethodnim, »dobro« je

(koja - treba li uopće napominjati - prehranjuje djecu), odabran strani proizvođač koji pravi voćnu marmeladu u kojoj *gotovo da uopće nema voća*, a domaći je proizvođač koji istu stvar *pravi od voća* (što sve neće smisliti!) odbijen. Bio je skuplji. Cijena kao mjerilo vrijednosti - to li je ta nepristranost?!

U drugu ruku kaplje iz boce na kojoj piše kilometar fraza o tržištu i slobodi: »Sudionici na tržištu su slobodni. Kupac je slobodan izabrati ovaj ili onaj proizvod. Slobodno tržište jamči napredak. Slobodno tržište jamči efikasnost: većina će izabrati bolji proizvod, pa će darvinističkim principima na tržištu opstati samo najbolji.« Kamo sreće kad bi tako i bilo... Prije svega, nijedno tržište u povijesti nikada nije bilo - niti će ikada biti - slobodno. Kao prvo, svakim tržištem manipuliraju najveći igrači. Maleni mogu prihvatiti takvu igru ili uopće ne igrati. Kao drugo, u naravi je tržišta borba i podizanje zidova: tržište se temelji na nadmetanju, na konkurentnosti, a sudionici u toj igri »prirodno« teže eliminirati, sputati ili izgurati konkurenta. Ako se sloboda (prema definiciji) promatra kao mogućnost samostalnog, nezavisnog djelovanja, kao stanje oprečno postojanju prisile, onda se postavljaju sljedeća pitanja: Kakva je to sloboda u kojoj je osoba pod neprestanom teškom artiljerijskom paljbom konkurenata? Ogradi li se bedemom kako bi se zaštitila, je li tada postala slobodnija? Je li slobodan onaj tko nikad, ali *nikad* nema odmora od susjedovih smicalica i podlih lukavština i koji mu vječito nastoji preoteti njegov komad tržišta? Osim toga koncept asimetričnosti informacija (za kojega su autori dobili Nobelovu nagradu) kaže kako sudionici na tržištu nisu jednako informirani: općenito uzevši, prodavatelj uvijek ima bitno kvalitetnije informacije o objektu kupoprodaje nego kupac. Osoba koja nije adekvatno informirana lako pada u zamku manipulacije i nikako se ne može reći da je slobodna.

Svijet je rijetko Šenoin

Postoje i brojne druge infuzije. Ovdje su u izlog stavljene samo neke negativne i/ili dvosmislene karakteristike tržišta, koje bi bilo dobro imati na umu uvijek kada tko gdje spomene »tržišne cijene«, kako »tržište određuje ovo ili ono« ili kako se nešto »zbiva na tržištu«. Doduše, svijet je rijetko Šenoin, crno-bijeli, pa tržište ima i pozitivnih odlika. (Ima dovoljno pobornika tržišnog fundamentalizma, neka ih oni iznose.) S druge strane, ono je prepuno nesavršenosti, vrvi rupama iz kojih u slapovima istječu nusproizvodi kapitalizma: siromaštvo, nejednakosti, trošenje prirodnih resursa kao da sutra ne postoji i mnogi drugi. I zato, dosta terapije! Zlo nam je od manipulacija. ■

»Američki san« i hrvatska stvarnost

■ Često se kaže kako je tržište »objektivno« jer svakome daje jednake šanse za uspjeh. To je sadržaj ideje »američkog sna«, koju svijetu plasira holivudska mašinerija: slobodno tržište, na kojemu svatko može prosperirati sukladno vlastitim sposobnostima, marljivosti i kreativnosti. No stvarni, neceluloidni život ilustrira kako uspjeh prečesto nije rezultat i posljedica rada, zalaganja i talenta, već pripadnosti određenoj društvenoj skupini. Upravo zbog toga se bogatstvo i moć vrte uvijek u istim društvenim krugovima i rijetko se prelijevaju na vanjske sudionike. Primjer: Rom koji odrasta u Kozari boku u društveno-ekonomskoj utrci s klicem koji odrasta u nekoj podsljemenskoj vili ima šanse koliko i golf u utrci s formulom jedan. Obojica su zagrebačka djeca, imaju sasvim jednake talente i intelektualne kompetencije, ali prvi mora biti komet kako bi postigao ono što je drugome unaprijed dano kao polazna osnova. Statistike pokazuju kako nejednakost u kapitalističkim ekonomijama uglavnom raste: bogata manjina postaje sve bogatija i sve manja, a siromaštvo se širi. Tržište je (možda) neutralno samo u uskim društvenim razredima, u kojima se nalaze subjekti vrlo sličnih karakteristika, no izvan toga ono je itekako pristrano; pristrano je prema bogatima - ne prema talentiranima, vještima, ili marljivima.

Tržište nije ni kompetentno ni mjerodavno dati bilo kakav sud o temeljnim društvenim vrijednostima, a podmeće se kao alfa i omega

ni društvenih stvarnosti koji se ne događaju na tržištu i nisu ni predmetom ni objektom klasičnih sila ponude i potražnje. Odakle, onda, ekonomiji pravo da nameće tržišne principe na područjima na kojima im nije mjesto? Ovdje dobro pristaju misli talijanskog ekonomista Luigina Brunija (iz knjige *Zajedništvo*, čije se izdanje uskoro očekuje i u Hrvatskoj): »Razmjena koja se temelji samo na cijenama, samo na ugovoru, protjeruje druge oblike ljudskih odnosa: ako sam plaćen da bih se smijao, manje ću se smijati besplatno. Tako tržište, razvijajući se, minira pretpostavke samog njegovog postojanja (tj. povjerenje i otvorenost prema suradnji).«

Jeftinija proizvodnja šunda

Derivat parole »Što donosi novac, vrijedi«, glasi: »Ono što ima potražnju - vrijedi.« Tržišna »demokracija«, shvaćena kao mehanizam u kojemu većina dominira i određuje manjini što će konzumirati, s tržišta izbacuje sve ono što nema prođu. Medijski mag savjetuje članove splitskog sastava »TBF« u jednome njihovom videu: »Šta tržište želi - ti mu to dajesh«, čime izvrsno formulira navedeni postulat. Na krilima takve obmane raste, buja i

ono što donosi najviše novca, ili što zahtijeva najmanji trošak. U modernim uvjetima globalizacije, u kojima se sloboda kretanja kapitala i rušenje granica među nacionalnim tržištima guraju kao prioritet, novac u poarotovskoj maniri pronalazi najjeftinije resurse. Pritom se malo brine za trice poput radničkih prava i pravila zaštite okoliša. Zabačeni zakuci Azije trenutno su najpoželjnije mjesto za otvaranje svakojakih proizvodnih pogona, a to što su radnici ondje možda djeca, ili odrasli koji više nalikuju pčelama radilicama ili mravima nego dostojanstvenim ljudima - koga briga? Ako su jeftini, »dobri« su. Ako su najjeftiniji, »fantastični« su. Vlade »visokorazvijenih« zapadnih demokracija licemjerno okreću pogled od gaženja temeljnih ljudskih prava i dopuštaju svojim korporacijama kupnju radne snage na drugoj strani planeta na način koji im nikada ne bi prošao kod kuće, gdje pravne institucije funkcioniraju. Daleko od očiju, daleko od srca. Prema istom je modelu u Hrvatskoj ustrojen sustav javne nabave, u kojem posao *mora* dobiti onaj tko pošalje jeftiniju ponudu. Tako je u jednoj slavonskoj školi pri kupnji namirnica za školsku kuhinju

» Ne bojimo se američkom narodu povjeriti neugodne činjenice, strane ideje, čudne filozofije i konkurentske vrijednosti. Jer država koja se svojim građanima boji prepustiti da sami na otvorenom tržištu prosuđuju što je istina a što obmana, država je koja se boji svojih građana

J. F. Kennedy