

# „Nacrt kritike nacionalne ekonomije” – otuđenje turista

---

Perica, Hrvoje

Source / Izvornik: Čemu : časopis studenata filozofije, 2019, XV, 298 - 305

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:706544>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-03-03**



Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



# „NACRT KRITIKE NACIONALNE EKONOMIJE”\* — OTUĐENJE TURISTA

HRVOJE PERICA  
Filozofski fakultet,  
Sveučilište u Zagrebu  
[hrvojeperica@gmail.com](mailto:hrvojeperica@gmail.com)

„Pobuna je krenula, podsjetimo, s Murtera čiji je načelnik Toni Turčinov prije neki dan dijelio kroasane lokalcima i turistima. Ovaj se pekarski proizvod na otoku u sezoni prodaje po devet kuna a na kontinentu je maksimalnih pet. (...) Turčinov je odlučio pokrenuti inicijativu kojom bi se stalo na kraj ovakvoj praksi.”<sup>1</sup>

Turčinovu je prekipjelo, on je odlučan o pokretanju inicijative kako bi se cijene ujednačile na jugu i sjeveru države.

U današnje je vrijeme uobičajena apraksa da poslodavac sam odabire cijenu za svoj proizvod. On dakako *ima pravo* na to, bez obzira kakva ona bila. Ono što smatram banalnim i vidljivim na prvi pogled je da ne samo da pojedinac ima pravo izabrati cijenu koju smatra adekvatnom, već i da pristaje na uzajamno poštivanje tuđih cijena, to je valjda zdrava konkurencija. Kada poduzetnik zahtijeva ujednačavanje cijena, on uopće ne razumije kritiku neoliberalizma koju neposredno izriče. Jer, ako kritizira pravo slobodne cijene, mišljenja sam da kritizira jedno od bitnih karakteristika neoliberalizma uopće. Dakle, slijedi da Turčinov ne razumije *cijene*.

Smatram da je logika kretanja cijena, barem u Hrvata, sasvim jednostavna. Država je povećanjem poreza natjerala privatnike da dignu cijene kako bi njihov *profit* ostao isti. Nakon smanjenja poreza 2013. godine s 25% na 10%, u ugostiteljstvu su cijene ostale iste jer je logika bila vođena time da je kupovna moć Hrvata prejaka. Argument koji se od nekih ljudi često može čuti otprilike glasi ovako: „ako mogu platiti po toj cijeni taj proizvod, onda nema razloga za smanjenjem; očito je to poštena cijena; svi to rade.” Pohlepa je glavni pokretač tog procesa u kojem su cijene ostale iste. Ako je pohlepa jednostavno definirana

\* Naslov je inspiriran Engelsovim tekstovima u: Engels, Friedrich; Marx, Karl, *Rani radovi*, Naprijed, Zagreb, 1976.

1 Perić, Linda, „Otočanima prekipjelo pa krenuli u akciju: Pizza 100 kuna! Pa je li to normalno? Dosta nam je da nas trgovci deru u sezoni!”, Slobodna Dalmacija, <https://www.slobodnadalmacija.hr/novosti/hrvatska/clanak/id/615039/otocanima-prekipjelo-pa-krenuli-u-akciju-pizza-100-kuna-pa-je-li-to-normalno-dosta-nam-je-da-nas-trgovci-deru-u-sezoni> (6. XII. 2019.)

kao želja za posjedovanjem čim više za sebe, ne imajući u vidu nikog osim sebe, sama činjenica da su cijene ostale iste pokazuje da je takav pokretač glavni uzrok.

Problemi preživljavanja i otuđenja čovjeka od robe (i to u istom onom smislu kako ga je i Marx opisao)<sup>2</sup> još uvijek su aktualni. Za druge države ne želim govoriti, a za Hrvatsku mi se čini da su dva velika tabora proletarijata i buržoazije još uvijek postojeća. Proleter je još uvijek trovan mnijenjem o svetosti života. Jedan od novih oblika tog otrova je mentalitet koji proizvodi ideju svetosti života kroz film. U filmovima su glavnim likovima dane kategorije idealnog čovjeka, a gledatelj ih upija misleći da su ti likovi više ljudi od samog gledatelja. Preko apstrakcija likova ulivena je nada u živote željne smisla. Nada je ta koja odmiče realnost i dopušta prividu da se ostvari umjesto smislenog života. Dokle god živi taj privid, čovjek zaboravlja procese koji ga otuđuju i kontroliraju. Nada je skovala svijest nove vrste u Hrvatskoj, vjerojatno i šire. Smatram da je velikoj većini individua povjerena priča da su oni sami sebi glavni lik filma kojim mogu sami sebe ispuniti. Vjeruju da mogu ispuniti sve ono za što misle da sami po sebi jesu i sve ono što je u filmovima inače dozvoljeno, no upravo im je to onemogućeno zbog manjka idealnog okruženja prisutnog u filmovima. Na koje se načine manifestira takvo trovanje prividom?

Mišljenja sam da se proleter može pojaviti u dva oblika. U onom s potencijalom da onemogući klase, svjestan otuđenja, a nemoćan žrtvovati se za nešto jer, kako je gore navedeno, život ima neku svetost. Sama implementacija svetosti života povratno negira otuđenje. Tako um proizlazi uskraćen za jednu višu dimenziju svijesti. *Svjestan*, ali zakočen. Drugi tip je *ne-svjesni*.<sup>3</sup> Ti *ne-svjesni* proleter i vide razliku svijesti i bitka – apsurd svijeta. No, ta razina svijesti pada u suprotnost tako što stavljaju sebe ispred svega, odnosno ispred svega stavljaju samo svoju dobrobit. Njima je život svet, ali samo njihov život, na njihov način. Zato to nazivam *ne-svijest*. Opravdanje im je nihilizam kojeg zbog straha od posljedice koriste samo za relativiziranje morala. No, čini mi se da taj *ne-svjesni* dio ljudi bolje preživljava. Onaj *svjesni* dio proletera primoran je samome sebi staviti ograničenja, kao što se konju stavljaju štitnici za oči, jer su svjesni posljedica u društvu koje ne voli da su te posljedice protiv privatnih interesa. Svetost života *ne-svjesnih* pokušava na jedan način sa sobom povući ideju, tj. pitanje ne o tome koliko se promjenom može dobiti već: koliko bi ona mene koštala? *Svjesni* se dio ljudi doima kao *ne-svjestan*, no čini se da je stvar suprotna.

Širenje mentaliteta o posjedovanju stvari i luksuzu kao pravom načinu

2 Misli se na to da je roba koju čovjek proizvede nešto njemu izvanjsko, što upravlja njim, umjesto da čovjek upravlja robom.

3 Termin *ne-svjestan* iskorišten je različito od *nesvijesti*. *Nesvijest* je termin koji podrazumijeva odsustvo svijesti; kod *ne-svijesti* odsustvo svijesti je izabrano od svjesnog subjekta. *Ne-svjesni* izabiru akcije koje su okrenute samo prema njihovoj dobrobiti, a zanemaruju svakog drugog pojedinca.

života, potaknuto i idealima filmskih junaka, natjeralo je *ne-svjesne* proletere (oni koji gledaju samo vlastitu dobrobit) da se pretvaraju kako postoji jednostavan prijelaz klasa.<sup>4</sup> Natjeralo ih je da vjeruju kako je cijela klasna razlika samo dio privida, odnosno da su granice klasne razlike lako lomljive (ako se ne daje sredstvo potencijalnog bogaćenja, kao što su EU sredstva<sup>5</sup>, onda postoji i alternativan put k tom bogaćenju). Intenzitet potencijalnog bogaćenja pojačava se paralelno s napretkom vašeg filmskog lika koji pobija sve prepreke na putu. Mogućnost utječe više nego stvarnost. Za Hrvata postoji „prostor u vremenu” koji je od najvećeg lumpenproletera<sup>6</sup> sposoban stvoriti „sostificiranog buržuja”. Taj fenomen ulaska lumpenproletera u drugu klasu obilježava se imenom *sezona*.

Glavni je lik ovog filma, koji se pojavljuje uz lumpenproletera, *stranac*. Proces koji se odvija za njih je nevidljiv. *Sezona* utječe na „sostificiranog buržuja” tako da vidi *stranca* kao proletera, nesvjestan da je i on, lumpenproleter – i sam proleter. Međutim, takva koncepcija klase čini mi se dvostruko izokrenutom zato što lumpenproleter crpi novac iz *stranca* za kojeg smatra da je bogat, a ako nije, onda će svejedno platiti jer mora, u tome nema izbora – možda zato kroasani i jesu skupi.

U očima lumpenproletera, stranac je onaj koji dolazi iskoristiti svoje vrijeme za odmor, onaj koji ne priča „naški”, kojeg se krade, koji je obilježen kategorijom *turista*. Lumpenproleter i su toliko uronjeni u ovu predstavu da je stranac za njih bezimen, kao da iza njega ne postoji nikakva prijateljska, obiteljska, vjerska i ekonomska pozadina. Turista se gleda kao kokoš koja nosi zlatna jaja. Apstraktan je, shvaćen kao koncept. Uzima se da je turist opći, a onaj stvarni turist, koji stoji pred vama, konkretan je jer se iz njega može izvući novac. On sam lumpenproleтеру nije novac. Lumpenproleтеру turist je bankomat jer je bankomat ono konkretno što dovodi novac, odnosno daje ga u ruke ljudima na upravljanje. U najmanju ruku, *turist je medij između čovjeka i boga* (ako je bog novac).

Hrvati drže novac za boga. To je evidentno iz povijesti primjerice Dalmacije, u kojoj se, zbog geografske pozicije, uvijek carinilo prolaznike. Mišljenja sam da je takav društveni bitak odavno prisutan u svijesti ljudi dalmatinskog

4 Jednostavan prijelaz klase koristim u smislu da se može obogatiti samo preko „jednog ljeta”. Uzrok tomu je uživanje povlastica više klase. Jer, ako su svjesni otuđenja, a biraju uvijek sebe ispred ostalih, mišljenja sam da smatraju kako je penjanje po klasnim ljestvicama nužno. Svakako mi se čini da je takvima u interesu da uživaju u povlasticama rada bez rada.

5 Čini mi se da velikom ulogu igraju fondovi EU, odnosno aspekt pristupa poticajnim sredstvima za otvaranje vlastite firme ili obrta, ali trenutno smatram da to istraživanje zahtijeva posebnu pažnju. Sam pristup EU fondovima ne garantira prijelaz klasa niti brzo bogaćenje. Smatram da je u načinu života kroz privid u jednoj velikoj mjeri zanemaren negativan aspekt poslovanja (npr. propadanje firma), i da je sve usmjereno samo na pozitivne strane poslovanja. Svakako je ideja prelaska u drugu klasu važnija nego stvarnost.

6 Termin koristim za sve one željne povlastica što ih novac donosi sa sobom i pritom odbacuju svaki vid morala.

teritorija. On se kasnije proširio i na ostatak Hrvatske.

Turist je tuđinac koji dolaskom na strano tlo nema izbora nego trošiti – potreban mu je barem jedan obrok dnevno. Preddiskurs pojma turista, stranac, obilježen je kao došljak s novcima na bacanje. Stranac postaje turist čim pokaže moment neznanja, nespremnosti, onaj moment gdje mu je sigurno staviti ruku u džep. *Turist ne funkcionira po principu straha, već neznanja jer se u neznanju vjeruje strahu – neznanje je uvjet postojanja turista.* Kad bi turist imao barem malo znanja, znao bi lokalitete i muzeje napamet, znao bi što je došao vidjeti, čak i da se radi o manifestaciji glazbenog aranžmana – *ključno je da strancem vlada interes, a ne neznanje.* Interes je suprotnost neznanju jednako kao i samo znanje, ako ne i sam uzrok znanju.

Sa znanjem, stranac ne postaje turist. Stranac s interesom isti je onaj čovjek kakav je i u svojoj državi – ako je naivan, ostaje naivan, ako je prepreden, ostaje takav. Stranac je stranac samo po pripadnosti drugoj državi, *no on je još uvijek čovjek.* Stavljanjem kategorije turista tamo gdje se ona ne može prireći dolazi do otuđenja same čovjekove biti. Ipak, taj je prirok nužan za *sezonu* kako bi ispunila svoje vrijeme i prostor ljudima koji prividno prelaze iz jedne klase u drugu klasu. Što bi bio i kako bi izgledao pokretač ovog fenomena?

Smatram da je mentalitet koji vlada državom jednostavan za tumačenje. Njegove uzroke na prvi pogled nije teško pronaći. Jedan od njih zasigurno bi bio dovođenje nove logike upravljanja. Onaj prvi koji se nakon Jugoslavije popeo na vrh postao je *alpha*. Bio je prilagođen koncepciji modernog čovjeka kakvu je neoliberalna ekonomija omogućila. Pokušao je, a čini se i uspio, pretvoriti novac u boga i natjerati ostale da u to vjeruju. Taj bog dolazi sa svojim oltarima poput automobila i vlastitog biznisa. *To su zakoni alphe i oportuniste koji one poput njih oslobađaju, a ostale zarobljuju.* Nakon ovog događaja postepeno dolazi do mogućnosti da lumpenproleter i vide *sezonu* kao svoju priliku za bivanje *alphom* jer se nit brzog novca proteže kroz obje situacije.

Taj bog (novac) i oltari i dalje su ništa drugo doli samo još jedna ideologija. Ono slijepo i jednostrano, „prethodno stvoreni svijet” što daje sve odgovore, „koji se, štoviše, mogu pokupiti s police”<sup>7</sup>. On je njihov tumač svijeta, njegov duh i kretanje. Kretanje je ono bitno u novcu jer iz mogućnosti dovodi u stvarnost, i to na materijalnom planu, na kojem se očituje moć *novca*.

No, zašto se ništa neće promijeniti Turčinovim zahtjevom? Svi vole svog boga, koji god on bio. Nemaju razloga umanjiti ga zbog drugog – to bi bio jedan od razloga.

„U RH, kao punopravnoj članici EU-a, vrijedi načelo slobodnog formi-

7 Adorno, Theodor Wiesengrund, *Filozofska Terminologija*, Svjetlost, Sarajevo 1986., str. 86.

ranja cijena roba i usluga (...).”<sup>8</sup>

Odabir cijene, imajući u vidu konkurenciju koja uvelike utječe na cijenu, odraz je njihove imanentne naklonosti novcu. Postoji razlika između toga da vaša kava vrijedi jednu kunu, a vi je procijenite na dvadeset i pet kuna i toga da tu istu kavu procijenite na sedam kuna, kako bi svima bila dostupna, poštujući pritom prava kupaca i štiteći vlastite ekonomske interese.

Tvrđi se da je slobodna cijena koja se ostvari na tržištu prirodna cijena proizvoda. Foucault piše o tome u svojoj knjizi *Rođenje Biopolitike*<sup>9</sup>. No, cijene koje su slobodne ubrzo postaju relativne. Prosjak i ja različito gledamo 100 kuna. Moderna buržoazija i ja različito gledamo 1000 kuna. Relativnost cijena unutar istog grada može uvelike varirati od obitelji do obitelji. Dopuštanje cijenama da slobodno „skaču” iz sezone u sezonu i iscrpljivanje stranca do njegove zadnje kapi rada dovodi nas do otuđenja od otuđenja – ili jednostavnije, otuđenja turista. Egzistencija turista nesvjesno tereti egzistenciju radničke klase u RH. Cijene su urnebesne, a plaće niske.

Cijene su, umjesto svoje prirodnosti, potvrdile svoju relativnost. Smatram da nešto kao prava ujednačena cijena ne može postojati upravo zbog te relativnosti. Ako postoji, kako bi onda izgledala prava cijena proizvoda i tko bi odredio tu cijenu da odgovara i svakom proizvodu i svakom potrošaču? Je li moguće ujednačiti cijene i jesu li akcije poput dijeljenja kroasana dovoljne? Proletarijat se borio krvlju, a lumpenproleter i kroasanim. Izgleda da izokrenuta tragedija potencijalno naginje komediji.

Kako bi reagirala konkurencija kojoj Turčinov upućuje ovakav zahtjev? Pretpostavljam da bi ga ignorirala jer joj je to u interesu. Kada bi se cijene ujednačile bilo bi to podvrgavanje ograničenoj, a ne slobodnoj trgovini. Dokle god postoji mogućnost slobodnog određivanja cijena – ništa se ne može. Dok jedan dućan može prodavati kroasane za 5 kuna, a konkurencija, odnosno korporacije s lancima dućana prodaju svoje za 9 kuna – ništa se ne može. Državni aparat koji o toj igri ovisi također ne može ništa. On se potvrđuje kroz ekonomiju, a obrnuto nikako i zato se ne upliće.

Država sve to mora dozvoliti jer se državnoj blagajni to isplati. Nakon te cirkulacije investicije odlaze u robu koja nema uporabnu vrijednost, npr. fontane – i tako se ideologija zadržava u perpetuálnom stanju. Isplati se onima koji krađu

8 Perić, „Otočanima prekipjelo pa krenuli u akciju: Pizza 100 kuna! Pa je li to normalno? Dosta nam je da nas trgovci deru u sezoni!”, Slobodna Dalmacija, <https://www.slobodnadalmacija.hr/novosti/hrvatska/clanak/id/615039/otocanima-prekipjelo-pa-krenuli-u-akciju-pizza-100-kuna-pa-je-li-to-normalno-dosta-nam-je-da-nas-trgovci-deru-u-sezoni> (6. XII. 2019.)

9 Foucault, Michel, *Rođenje Biopolitike*, Sandorf – Mizantrop, Zagreb, 2016.

taj novac. Riječ je o onima za koje držimo da se nalaze na visokim pozicijama – političarima. Oni nisu imuni na ovozemaljske užitke zbog svojeg položaja. Političari su isti kao i mi, istom krvlju krvare, a mentalitet koji su skovali čini njihove pozicije poželjnima. U politici *sezona*, umjesto šest mjeseci, traje godinu dana.

Neki smatraju da bi povećanje plaće radnika dovelo do poštenih uvjeta egzistencije. No, samo povećanje plaća neće pomoći ljudima u državi u kojoj je kupovna moć visoka i u kojoj su vrijednosti materijalne, a tog materijalnog (barem onog najosnovnijeg), nažalost, treba biti da bi ljudi preživjeli. Razlike u plaćama, ono „ekstra“ nakon povećanja minimalca, koristilo bi se za nadoknađivanje materijalnih razlika (mobitela, auta, kauča itd.), ali te se stvari toliko brzo mijenjaju da se uvijek zaostaje. Povećanje plaća ne dovodi ni do čega dok vlada isti mentalitet. Potrebe koje su se *nametale* uspjele su ostati osnova društvenog minimuma, koji je na jedan način dozvola za egzistenciju.

Unatoč svemu, može li na ikakav način doći do ostvarenja Turčinove ideje? Smatram da se rješenje ovog pitanja krije u ontološkoj dimenziji. Dokle god ljudi nastave smatrati svakog stranca turistom, bez svijesti o tome da on više nije prožet neznanjem kao prije, smatram da to nije moguće. To će se promijeniti tek kada Hrvati shvate da ono što rade nije humano. Tek kada budu svjesni brige koja „je unutrašnja konačnost koja nosi tubitak“<sup>10</sup> u svijesti o razumijevanju ljudske konačnosti i odnosima u kojima čovjek uopće egzistira kao biće u odnosu s drugim bićima. S tim bi se pristupom, po mom mišljenju, trebalo krenuti u ispravljanje etičkih problema.

Nagovor na promjenu mora doći od ljudi koji promatraju uzroke, koji sagledavaju nekoliko tisuća kutova istog problema. Nagovor mora doći od onih koji nude rješenja i odgovore na ovakvu vrstu problema.

„Tumači dakle i to, da je istina, da su najčasniji između filozofa u očima svjetine beskorisni; ali što su beskorisni, zato, reci, neka okrivljuju one, koji se njima ne će služiti, a ne čestite.“<sup>11</sup>

Platon već odavno primjećuje da filozofe rukovodi istina, ali koliko ona vrijedi u svijetu privida danas? Izgleda kao da se i ona sama odvaja od ljudi. Isto kako bih ja mogao nazvati svakog čovjeka ideologom, tako i ljudi mogu nazvati bilo kojeg filozofa ideologom. Nije filozofija beskorisna, ali smatram da nije ni približena ljudima. Ona je neugodna i teška, a možda je zbog tog i nepoželjna. Uvijek postoji opasnost od gubljenja samog sebe. Ipak, filozofija je trenutno nategnuta, kao luk čija je strijela sada globalna, ona mora ponovno nadići kritičnost;

10 Heidegger, Martin, *Kant i problem metafizike*, Mladost, Beograd, 1979., str. 151.

11 Platon, *Država*, Naklada Jurčić, Zagreb, 2009., str. 248.

prije je podizala revolucije, tako treba i sada. Treba nastaviti na novi način, drsko i bezobrazno prići svemu, uvijek s još više kritike nego prije. „Filozofi su svijet samo različito interpretirali, radi se o tome da ga se izmijeni”<sup>12</sup>. Uz izmjenu svijeta, u bitci s prividima, smatram da bi trebalo predvidjeti posljedice čina, jer situacija je sada takva da se uvijek može izgubiti, pa čak i kada se čini da nemate što.

#### LITERATURA

Adorno, T. W. (1986): *Filozofska terminologija*, Sarajevo: Svjetlost.

Engels, F., Marx, K. (1976): *Rani radovi*, Zagreb: Naprijed.

Foucault, M. (2016): *Rođenje biopolitike*, Zagreb: Sandorf – Mizantrop.

Heidegger, M. (1979): *Kant i problem metafizike*, Beograd: Mladost.

Platon (2009): *Država*, Zagreb: Naklada Jurčić.

Perić, L. (2019): „Otočanima prekipjelo pa krenuli u akciju: Pizza 100 kuna! Pa je li to normalno? Dosta nam je da nas trgovci deru u sezoni!”, *Slobodna Dalmacija*  
 URL: <https://www.slobodnadalmacija.hr/novosti/hrvatska/clanak/id/615039/otocanima-prekipjelo-pa-krenuli-u-akciju-pizza-100-kuna-pa-je-li-to-normalno-dosta-nam-je-da-nas-trgovci-deru-u-sezoni> (6. XII. 2019.)





***„Filozofi su svijet samo različito  
interpretirali, radi se o tome  
da ga se izmijeni.“***

**KARL MARX**