

NAČIN ŽIVOTA

Pokušaću da između, po prirodi stvari, sinonimnih pojmova, načinom distinkciju. U svakodnevnom životu skoro da je i nema. Reč je o: *načinu života*, *kvalitetu života* i *životnom standardu*. Istina, u literaturi se teško mogu naći precizna određenja ovih pojmova. I u stručnim tekstovima i raspravama, njihova upotreba je, pre, pejorativna, nego definisana. Međutim, naše razmatranje ove teme zahteva, makar, njihovo objašnjenje.

U najopštijem smislu, *način života* predstavlja *ukupnu društvenu egzistenciju čoveka*: (a) radnu aktivnost (pre svega kao egzistencijalnu) i (b) sve druge aktivnosti čovekove, usmerene ka zadovoljavanju potreba. Rečeno je već, ne postoji opšta saglasnost o ovom pojmu. Često se koristi na ideološki način, kada se ističu vrednosti i nedostaci konkretnog "načina života" - "socijalistički način života" (do nedavno) ili "american way of life", na primer. "...Potrebno je skrenuti pažnju na jedan izraz koji se često upotrebljava kao sinonim za stil života, a to je *način života*. /.../ Oni se, ipak, mogu razlikovati u tom smislu, što bi se *način života* smatrao širim pojmom. Naime, dok stil života podrazumeva određene obrasce ponašanja koji čine specifičnu životnu orijentaciju u zadovoljavanju ličnih potreba, *način života* podrazumeva i *način privređivanja*, *životnu organizaciju*, (kurziv - DJ), a zatim i stil života."²² U nemačkoj literaturi nailazimo na pojam sličan našem određenju načina života - "*Lebenshaltung* (životno držanje, životni stav), za razliku od životnog standarda (*Lebensstandard*) je činjenična, kvantitativna i kvalitativna struktura uobličavanja egzistencije, zavisna od prihoda i imovine, tj. individualna ili grupno određena (porodica, domaćinstvo) upotreba privredno-društvenih snaga i sredstava. Životni stav (životno držanje) je određen ukupnim privrednim razvojem i individualnom društvenom pokretljivošću. Statističkim pokazateljima životnog stava (životnog držanja) može se tačno proračunati kakav je životni stav moguć pri određenom nivou cena i individualnih prihoda."²³

Način života je uslovljen karakterom društvene podela rada, vrstom proizvodne delatnosti i pripadnošću pojedinaca onim društvenim grupama. Zato se način života društvenih grupa bitno razlikuje. Različita životna orijentacija omogućuje da se shvati opšta dinamika pojedinih slojeva - njihova orijentacija ka konzervativizmu ili ka liberalno-građanskom aktivizmu. Pri promišljanju društvene slojevitosti, pored uobičajenih obeležja (vezanih za društveni položaj), način života se javlja kao dodatni aspekt diferencijacije.

Prema Zagorki Golubović, "način života" obuhvata uslove života i aktivnosti određene grupe pojedinaca, koji oblikuju određeni kvalitet života i oblike komunikacije, određujući položaj pojedinaca grupisanih u društvene grupe/slojeve. Ali nije reč samo o materijalnoj reprodukciji života, već i o ukupnim društvenim i kulturnim uslovima; kao i subjektivnoj refleksiji života životnih uslova koja deluje na formiranje preferencija ('stil života'), uključujući i stav prema životu, odnosno različite vrednosne orijentacije. Tako shvaćen način života morao bi da obuhvati tri osnovne oblasti: 1. oblast rada/aktivnosti, 2. oblast raspodele materijalnih dobara i društvenih/duhovnih vrednosti i 3. oblast raspodele društvene moći."²⁴

Stil života

1. Može se reći da o stilu života u našoj sociologiji skoro da i nije pisano. Većina tekstova, kojima se možemo poslužiti, posvećeni su stilu života, kao pojmu, samo u pojedinim aspektima. Ili se radi, pak, o tekstovima koji tretiraju, sa našeg stanovišta, granične probleme. U sadašnjim uslovima još je teže odrediti pojam stil života. Ukoliko se traga za osnovnim premisama, pokazaće se da bilo koja, odnosno, bilo koje, koje se mogu smatrati konstitutivnim, izmiču punoj racionalnoj analizi. Primera radi: - Ako su to vrednosti,²⁵⁾ pitamo se koje su vrednosti sada dominantne? U opštem rasapu ideologija i vrednosnih sistema i nemogućnosti konstitucije novih, šta je to što ljude integriše, šta je zajednička ideja? - Ako su to interesi i potrebe, koji su interesi i potrebe dominantni? Egzistencijalni interesi i potrebe, interesi i potrebe oličeni u odbrani kvazi-nacionalnog identiteta, potrebe za kulturom ili političkim kičom koji se izdaje za kulturu? - Ako su to načini zadovoljavanja potreba? O kakvom se načinu radi? Da li se poštuju institucionalizovani, na zakonima zasnovani postupci? Ili se, pak, radi o stanju "ni zakona, ni bezakonja"? Ima li opštevažećih moralnih normi u optičaju, tradicionalnih ili novouspostavljenih? Ili se potrebe iscrpljuju samo u onome što se naziva materijalnim standardom? Ili, opet, statusnim standardom, što opet može da zavisi od materijalne i finansijske moći čovekove. - Ako se razmišlja o kulturnom standardu? Koji je standard dominantan? Tradicionalno-mitološki ili moderan, "evropski"?

Ovakva pitanja je moguće, uostalom, nizati u nedogled, a da se ne identifikuje *quinta essentia* pojave koja nas interesuje. Kada je o stilu života reč onda nas, svakako, interesuje odnos pojedinca i društva. Da li pojedinac "nestaje"? "U modernoj strukturi javnosti, koja /.../ ne dopušta nikakve 'srednje' instancije smisla između pojedinca i društva, individua kao takva više ne može doći do jezika. Individualno ispoljavanje, upitano za svoj smisao bilo bi inače u svakom slučaju samo još jedan simptom /.../. I utoliko je razumljiva opšta tendencija koja izražava nadu da ove

ili one individue - u oblikovanju svog života i predstavi o svom životnom cilju, barem u ograničenom okviru kao što je porodica, krug prijatelja, religija itd, - mogu naći priznanje ili mogu participirati u smislenim sklopovima u kojima pitanja o smislu mogu dospeti do smiraja, tj. do kraja koji više nije upitan. Danas bi to bila politička, a ne samo privatna stvar, da se uvidi praktička nužnost takvih okvirnih uslova za sreću, baš stoga što opšta javnost, po svom samorazumevanju, za to više ne dolazi u obzir."²⁶⁾

Sada preovlađuju one definicije koje se pozivaju na to da stil života predstavlja *način zadovoljenja čovekovih potreba*. Ali, kao što je svako uopšteno tvrđenje tačno, ili skoro tačno, i, iznutra neprotivrečno, tako i ovo određenje ne može da zadovolji većinu zahteva kada se želi razumevanje ove pojave. Ovakvo određenje, na primer, ne kaže ništa o dinamičkom aspektu pojave. Kako se pojava menja? Koji su aspekti dominantni u pojedinim vremenskim odseccima? Ne kaže ništa ni o "načinima zadovoljenja potreba" prema njihovoj socijalnoj, kulturnoj, klasnoj ili stratifikacijskoj uslovljenosti. Ne kaže, konačno, ništa ni o proizvodnji stila života prema dominantnim ili nastajućim političkim koncepcijama i ideologijama. Kao što ne kaže ništa ni o samoregulaciji, samoizboru određenog načina življenja, koji ljudi saobražavaju kako prema raznim kulturnim i socijalnim obrascima i vrednostima, tako i prema političkim i ideološkim vrednostima koje prihvataju ili odbijaju. I, ne manje zanimljivo, zašto i na koji način se prihvataju određeni načini življenja?

2. Kako i kada je ovaj pojam nastao nije razjašnjeno. Može se naći, primera radi, već kod Bifona (Georges-Louis de Buffon) koji piše: "Stil je čovek sam". To je XVIII vek. A ranije, sto godina pre Bifona, engleski filozof R. Barton (Robert Burton) primećuje: "Najistinitije je: stilus virum arguit - stil nas otkriva".

Prvo ozbiljno razjašnjenje ovog pojma je ponudio Adler (Alfred Adler), posle raskida sa Frojdom 1911. godine, upravo stoga jer je Adler poricao prevashodno značenje seksualnih instikata u objašnjavanju ljudske ličnosti i razvio teoriju prema kojoj su interesi i volja za moć u osnovi ljudskog ponašanja. Ovim shvatanjem Adler odbacuje i Jungovo shvatanje prema kojem je ljudsko ponašanje (i mišljenje) određeno urođenim arhetipovima. Prema tome, za Adlera, čovek je eminentno društveno biće, koje

stavlja opšte dobro iznad egoističkih interesa i *bira stil života*. Ovaj se pojam javlja u Adlerovoj psihologiji 1926. godine.²⁷⁾ Tako se Adler potpuno opredelio za termin *stil života (Lebenstil)*, jer je podrazumevao dovoljno širok okvir koji je u sebe mogao da uključi sve prethodne. "To je u stvari deviza adlerovske teorije ličnosti. /.../ Stil života je temelj na osnovu koga deluje individualna ličnost; to je celina koja rukovodi delovima; princip koji objašnjava celinu pojedinca."²⁸⁾ Od ranog detinjstva "dete mora da formira jedan vodeći smer (guiding line) i jednu vodeću predstavu (guiding image) /.../ kako bi moglo da se orijentise u svojoj okolini i da postigne zadovoljenje svojih želja, nestanak nezadovoljstva i nastajanje zadovoljstva."²⁹⁾ Zato pojedinac "duguje nasleđenom samo neke sposobnosti, a okolina mu pruža samo neke utiske. Te sposobnosti i utisci, prema tome način kako ih on 'koristi', odnosno značenje koje im pridaje, predstavljaju materijal kojim se čovek koristi za izgradnju svog stava prema životu (kurziv - DJ) na sebi svojstven 'kreativan' način. Taj odnos prema spoljašnjem svetu se temelji na njegovom ličnom načinu upotrebe rečenog materijala ili, drugim rečima, na njegovom stavu u odnosu na život."³⁰⁾ Prema tome, celokupno ponašanje čovekovo se oslanja na njegov stil života. On uči, ono što je u skladu sa njegovim stilom, ignorišući sve druge stvari.

O stilu života postoje definicije uglavnom deskriptivnog i operacionalnog karaktera. Često se stil života određuje prema raznim svojstvima koja se nabrajaju. "Na primer, M. Tumin pod stilom života 'uključuje takve stvari kao što su tip kuće i okolina u kojoj se živi; oblici rekreacije; kulturni proizvodi koji se uživaju; odnosi između roditelja i dece; vrsta knjiga, časopisa i tv programa."³¹⁾

Sa stanovišta funkcionalističke teorije stil života se posmatra kao faktor stabilnosti, ili održanja određenog poretka, jer podrazumeva određene obrasce ponašanja i poštovanje vrednosnih sistema. Ova teorija uvodi pojam vrednosnog konsenzusa, zajedničkog vrednosnog sistema pomoću koga se vrednuje doprinos delova održavanju celine sistema. Temeljni element sistema postaje društvena uloga i ugled. "U svim društvima ljudsko ponašanje i razni oblici posredovanja imaju tri različite funkcije: instrumentalnu, estetsku i funkciju simbolizacije različitih društvenih uloga i položaja."³²⁾ Prema M. Veberu (Max Weber) stil

života se može tumačiti kao društvena pojava koju valja razumeti tako što ga treba vezivati za ugled kao atribut koji poseduju pojedinci ili staleži i slojevi. Na ugledu se, pak, zasnivaju statusne grupe sa zajedničkim staleškim vrednostima i stilovima života. Pjer Burdije predlaže sledeće određenje: "Aktivnosti i predmeti vlasništva (potrošnje), čine sistematičan izraz oblika egzistencije (kurziv - DJ) (ono što se naziva životnim stilom...). Ukus, sklonost i sposobnost za (materijalno i/ili simboličko) prisvajanje određene vrste predmeta ili delatnosti (razvrstanih po klasama, ili pak razvrstavajućih) jeste tvoračka formula koja se nalazi u načelu životnog stila."³³⁾ Burdijeovo mišljenje se može prihvatiti kao osavremenjena varijanta Veberovog stava. Naročito kada Burdije govori o stilovima života kao o ukusima i sklonostima za prisvajanje određene vrste predmeta, može se misliti u veberovskom smislu, kao o "statusnoj situaciji", tj. o tome da "pojedinci koji imaju određene kulturne karakteristike i uživaju sličan ugled u društvu obrazuju poseban društveni sloj /.../.³⁴⁾ Mora se, naime, uočiti da iskaz o tome da stil života predstavlja "sistematičan izraz oblika egzistencije" (Burdije) u svojoj preteranoj opštosti skriva pravi sadržaj onoga što bi se moglo nazvati "oblikom egzistencije", ili bar, ne upućuje na njega. Možda je tačno ako se kaže da "aktivnosti i predmeti vlasništva čine deo sistematičnog izraza oblika egzistencije". Drugim rečima, stil života može biti samo deo veće celine, tj. oblika u kojima se ispoljava egzistencija. Inače bismo se našli u nezgodu da stil života koji je posredovan i onim što je političko, pa, dakle, i samo političko, proglasimo eminentnim, dominantnim ili, čak, potpunim "oblikom egzistencije". Tako bi i nama, pri definisanju, ostalo skriveno značenje jednog dela onoga što se može odrediti kao esencijalno za razumevanje pojma - stil života. Po ugledu na Burdijeovo određenje, Majk Fiterston (Mike Featherstone) kaže da se u užem sociološkom značenju stil života vezuje za određenu statusnu grupu, dok šire, u savremenoj potrošačkoj kulturi označava osobenost, samoizražajnost i stilsku samosvest."³⁵⁾ Sa stanovišta postmoderne potrošačke kulture, misli Fiterston, može se reći da je na delu proces nestajanja trajno ustanovljenih statusnih grupa, takó da neće biti "ni usvajanja određenog stila /.../ koji je vezan za određenu statusnu grupu."³⁶⁾ A to znači da ovaj proces može značiti, u svetu preobila informacija i hiperprodukciji predstava, nađoveštaj nestanka socijalnih

razlika, "i konačno, kraj *socijalnog* kao značeće komponente odnosa."³⁷⁾ Čini nam se, ipak, da postmodernistički san liči na derivat odveć dobro poznate utopije. Ljubinka Bročić smatra da se "na višem nivou stil života može odrediti *kao način ličnog (ili grupnog) ispunjenja*. Vezujući stil za ispunjenje života upravo nagoveštavamo značajnost sadržaja, što se često u poimanju stila zapostavlja i usled čega se lako dospeva do pukog formalizma."³⁸⁾ Miloš Nemanjić misli da, pored opšte prihvaćenog stanovišta, *stil života predstavlja način zadovoljavanja potreba, treba prihvatiti i to da način zadovoljavanja potreba zavisi od osnovnih karakteristika ličnosti i društvenih grupa*. "Stil života ne može da bude samo rezultat načina zadovoljavanja tzv. egzistencijalnih, kulturnih i drugih socijalnih potreba, već i rezultat nekih bazičnih svojstava ljudske ličnosti koje utiču na sam način zadovoljavanja prethodno navedenih potreba."³⁹⁾ Radi se, u ovom slučaju, o potrebi za sigurnošću, potrebi za priznanjem i potrebi za samopotvrđivanjem, koje se mogu smatrati "bazičnim svojstvima ljudske ličnosti".

3. Mnogi autori smatraju da *stil života treba odrediti prema načinu obavljanja životnih aktivnosti*. Egon Bergel predlaže da se na *stil života gleda ne prema onome "šta činimo već kako činimo i reagujemo"*, jer to "odvaja čoveka od čoveka; to odvaja nacije, to takođe razdvaja i klase."⁴⁰⁾ Prema Hobsu (Donald A. Hobs) i Blanku (Stuart J. Blank), *stil života je "osobeni način života koji sažima bitne interese ili aktivnosti /.../", dok je "društvena klasa kategorija ljudi koja se određuje sličnošću životnog stila i položajem mesta u socijalnoj stratifikaciji društva"*.⁴¹⁾ Vesna Pešić smatra da *stil života "podrazumeva skup obrazaca ponašanja u sferi zadovoljavanja potreba i ciljeva pojedinaca koji, kao određena ponašajna celina, izražavaju njegovu osnovnu životnu orijentaciju, a bivaju uslovljeni objektivnim uslovima života pojedinca odnosno društvene grupe kojoj pripada*. Najkraće se može reći da *stil života predstavlja tip ili način zadovoljavanja ličnih potreba pojedinaca pod određenim grupnim (klasno-slojnim) uslovima društvenog života*.⁴²⁾

U savremenoj literaturi *stil života se vezuje za dokolicu, potrošnju, privredni prosperitet, blagostanje itd*. Prema tome, *životni stil je "u potrošnji, slobodnom vremenu i društvenom ponašanju manifestna potreba i upotreba sredstava jedne ličnosti, grupe (porodice), socijalnog sloja, klase ili društva*. Nasuprot

životnom stavu i životnom standardu koji su formirani i značajno ograničeni privrednim faktorima uticaja (prihodi, imovina), *životni stil posebno potpada pod snažan uticaj specifično kulturno izraženih pogleda na svet, vrednosti, normi i interesa*. S obzirom na granice privrednog rasta i svetski rasprostranjenu društvenu nejednakost, *životni stil širokih socijalnih slojeva modernog industrijskog društva, povezan sa visokim nivoom materijalnog blagostanja, dospeo je u krizu*. Njemu nasuprot, pojačano se ističu zahtevi za novim, *alternativnim životnim stilom, koji bi trebalo da bude usmeren na zaštitu okoline i prirode, čuvanje sirovina, solidarnost sa bližnjima i duhovno-kreativno razvijanje čoveka*.⁴³⁾ Navodimo još jedan pokušaj koji za definicijom stila života traga u okolnostima stratifikovanog društva. "U britanskoj sociologiji stratifikacije šezdesetih i sedamdesetih godina postojalo je interesovanje za razlike između društvenih grupa, za modele društvenih odnosa, potrošnje materijalnih dobara, i kulturu, koji zajedno konstituišu životni stil. Takve razlike su vidljivi indikatori klasnog položaja, i životni stilovi formiraju jedan od načina na koji su ekonomske klase prisutne u društvu. Debata o poburzoaženju (v.) okretala se oko tvrdnje da su radnici usvajali životni stil srednje klase. Istraživanje radnika aristokrate (bogatog radnika) (The Affluent Worker research) opovrglo je ovaj zahtev. U američkoj sociologiji, pojam stila života (style of life) upotrebljava se za razlikovanje ruralnih i urbanih, urbanih i suburbanih formi društvenog života."⁴⁴⁾

4. Može se reći da je *način zadovoljavanja potreba ona ravan u kojoj se kristališe stil života, što podrazumeva vrednosni i kulturni aspekt zadovoljavanja potreba*. To ne znači da su *stil života i vrednosni okvir sinonimi za istu pojavu*. Stil života podrazumeva *ponašanja, aktuelizaciju vrednosti (koje su determinisane smernicama, ciljevima, uverenjima)*. Znači, čovek gradi "svesnu hijerarhiju (vrednosti - ĐJ) /.../ (i) prihvata ono što odgovara toj hijerarhiji onako kako joj to odgovara."⁴⁵⁾ Prihvatanje vrednosti na način "kako to odgovara ličnosti" predstavlja obrazac ponašanja koji čini specifičnu životnu orijentaciju.

Stil života je, sam po sebi, pojavni oblik ukupne prakse pojedinca, element ukupne reprodukcije njegove egzistencije koja se može sagledati kao *proces zadovoljavanja, menjanja i razvijanja potreba*. U određivanju stila života, upozorili smo već, u teoriji

postoje mnoge nedoumice. Međutim, većini određenja je zajedničko to da se stilovi života dovode u vezu sa načinom zadovoljavanja i razvijanja potreba.

Sa stanovišta problema koji razmatramo, stil života se može odrediti kao način zadovoljavanja i objektivacije individualnih (pre svega, grupno uslovljenih) i grupnih potreba prema dominantnim političkim, kulturnim i istorijskim vrednostima i/ili ideološkim normama, kao smernicama pojedinačne i grupne dinamike.

5. Ako se ima u vidu istorijski period postojanja jugoslovenskog društva od kraja drugog svetskog rata pa do danas, može se uočiti da je to bio period ubrzane i "uspešne" razgradnje tradicionalnih i klasičnih obrazaca života. Jugoslovensko društvo je iznutra po mnogo čemu bilo heterogono. Razlike u privrednoj razvijenosti u jugoslovenskim krajevima su bile u toj meri velike da su permanentno bile generator latentnih i, povremeno, manifestnih sukoba. Pod uticajem ogromnih kulturnih konglomeracija, koje nazivamo istočnim i zapadnim, na jugoslovenskom prostoru su formirani mnogostrani polikulturni obrasci. Balkan je, a posebno Jugoslavija, tačka dodira triju dominantnih svetskih konfesija, kao retko gde na svetu. Konačno, mali geografski prostor je multinacionalni životni prostor. Ovakva istorijska situacija je uslovia nastanak, za evropske i svetske prilike, specifičnog kulturnog i životnog miljea.

U ime vladajućeg utopijskog egalitarizma skoro pet decenija sve te razlike, osim deklarativno, nisu smatrane politički bitnim. Uz pomoć snažnih i beskompromisnih političkih autoriteta (partija i država sa svim pripadajućim legalnim instrumentima pri-nude) pokušana je, u okviru velikog istorijskog eksperimenta, eliminacija svih posebnosti. Naravno, nivelacija je obavljena u ime novog čoveka - u ime neprotivrečne budućnosti.

Ono što je u političkom žargonu prečesto nazivano "društvom" nikako se ne bi moglo nazvati zaista društvom u modernom smislu. Ideološki, "društvo" je bilo zajednica koja funkcioniše po principima ideologije zasnovane na utopiji radničkog egalitarizma. Za vrhovnu socijalnu i moralnu vrednost uziman je goli fizički rad. Ovde je reč, naravno, o samorazumevanju poretka i o "samoj-po-sebi" istinitosti osnovnih idejnih premisa samog poretka. Radi se, dakle, o manifestnoj funkciji ili manifestnom nivou samog

političkog poretka. Realno, "društvo" je bilo skup atomizovanih, depersonalizovanih pojedinca, svedenih na masu bez sopstvenoga identiteta. "Društvo" nije bilo stratifikovano kako bi iz stanja bezličnosti preraslo u društvo.⁴⁶⁾ Stratifikacija društva je onemogućavana, može se reći, koliko iz ideoloških razloga, toliko i iz interesnih razloga vladajuće političke elite. Jer stratifikacija podrazumeva postojanje društvenih slojeva⁴⁷⁾ i grupa, sa svojim političkim i ekonomskim interesima, strukturama i funkcijama, koji se moraju i politički ispoljiti. A to podrazumeva i slobodu izbora svojih političkih reprezentanata. Više raznih interesa socijalnih grupa nikako ne mogu ići ruku-pod-ruku sa jednom jedinom vladajućom političkom superstrukturom. Kao i sa grupom političkih istomišljenika koji predstavljaju aktuelni politički establishment. Dakle, svaka stratifikacija, svako autonomno raslojavanje zajednice, neminovno bi negiralo postojeći red stvari. "Široke mase naroda, uključujući i obično partijsko članstvo, živele su asketski, jednačarski i kolektivistički. A u krugovima državno-partijskog aparata počele su da se šire privilegije, posebni interesi i život na 'visokoj nozi'."⁴⁸⁾ Stoga je jugoslovenska zajednica, upravo zbog političke i konstitucionalne deklarativnosti o slobodnom pojedincu kome "sreću ne donosi ni država, ni partija" (E. Kardelj) i uprkos tome da je "sreća pojedinca uslov sreće svih" ("Program Saveza komunista Jugoslavije"), ostala za sve vreme "socijalističke izgradnje" u predvorju moderne evropske društvenosti.⁴⁹⁾

Ipak, jedno od polazišta posleratne ideologije bilo neproblematično (istorijski, kulturno ili, pak, ekonomski). Ideja o Jugoslaviji kao zajedničkoj domovini je, iako ideologizovana i instrumentalizovana, za većinu Jugoslovena bila ono određenje društvenosti i državnosti koje nije "pod sumnjom". Još koliko 1989. godine u anketi "Borbinog" centra za ispitivanje javnog mnjenja "Da li je Jugoslavija važnija od 'svoje' republike" većina ispitanika se opredeljuje za Jugoslaviju.⁵⁰⁾ Pre nepune tri godine, osećanje jugoslovenstva moglo se smatrati dominantnim. Ali, pažljivijim uvidom u anketu može se primetiti da su neki odgovori, na neki način, bili anticipacija sada već dominantnih kolektivnih stavova kako o jugoslovenstvu, tako i o pripadnicima drugih nacija i nacionalnih manjina. Može se tvrditi da su zvanični ideološki stavovi tada još uvek bili jaki. Ne treba smetnuti s uma ni činjenicu

tradicionalne provenijencije ili internacionalističkim vrednostima određeni, bivaju odbačeni. Artikulacija ovakve kolektivne svesti proizvod je "novih" politika nacionalnih lidera u vreme rasapa komunizma i opšteg odbacivanja komunističke, kako paradigme, tako i ideologije. U prazan idejni prostor, kao najefikasniji način političke legitimacije, ubačena je ideja o "veličini", "vrednosti" "ugroženosti" i "zaštiti" vlastite nacije.

Kvalitet života

↓
kvalitet života

1. U našem slučaju, kvalitet života se može posmatrati, uz druge kvalifikative, i kao jedna dimenzija stila života. Opet, i ovaj je pojam nemoguće sasvim precizno definisati. A Šalai (Alexander Szalai) piše da je nepoznato ko je "skovao" termin "kvalitet života".⁵⁷⁾ Razmatranje ovog problema, kaže dalje Šalai, među učesnicima dva simpozijuma posvećena raspravi o različitim aspektima kvaliteta života na IX svetskom kongresu sociologa (Upsala, 1978) nije dalo valjan odgovor. "Neki od starijih kolega maglovito se sećaju da su se sa ovim izrazom prvi put sreli kasnih pedesetih ili početkom šezdesetih godina - ali ne u nekom naučnom kontekstu, već u popularnim raspravama ili u publikacijama opšte namene (magazini, novine itd), uglavnom u vezi sa problemima zagađenja životne sredine, pogoršanjem uslova urbanog života i sl."⁵⁸⁾ Na kraju, preporučuje operacionalnu definiciju - "kvalitet života odnosi se, grubo govoreći na manje ili više 'dobar' ili 'zadovoljavajući' karakter ljudskog života."⁵⁹⁾ A, Prema Vladimiru Layu kvalitet života je situacija / egzistencijalno stanje veće ili manje zadovoljenosti potreba.⁶⁰⁾ Valja, na ovom mestu, uputiti i na izveštaj Komisije Kongresa SAD za tehnologiju, automatizaciju i ekonomski razvoj, iz 1966. godine. U izveštaju se kaže da u "savremenim društvenim evidencijama manjkaju pokazatelji o najvažnijim aspektima života, tj. o onima koji izravno odražavaju tjelesno i duševno blagostanje stanovništva. Članovi Komisije čak izričito zahtijevaju da se uvedu potpuno nove vrste evidencija kojima bi se obuhvatili stvarni učinci različitih društvenih akcija."⁶¹⁾ U istom izveštaju se, verovatno, "po prvi put u istoriji" upotrebljava pojam kvaliteta života. Pojam "obuhvata konačni cilj razvoja i jedini pravi pokazatelj vrijednosti parcijalnih društvenih promjena. Tako je taj važan izraz ušao u javni optičaj iako /.../ bez nekog vidljivijeg učinka."⁶²⁾ Bez obzira na nepotpunu definisanost ovog pojma, u zapadnoj literaturi često se

"koristi termin 'kvalitet života' ('qualite de vie', 'quality of life', 'Qualitat des Lebens')."⁶³⁾

Navedimo još dve odrednice ovoga pojma. U prvoj se, između ostalog, kvalitet života dovodi i u vezu i sa njegovom političkom upotrebljivošću. Političku upotrebljivost shvatamo kao prikazivanje partijskog (parcijalnog, delimičnog) interesa kao opšteg.

"*Lebensqualitat*, kvalitet života (engl. quality of life), u USA iz kompleksne krize modernog industrijskog društva proizašao je pojam za sveobuhvatno označavanje ukupnih životnih uslova u jednom društvu. U osnovi razvoja koncepta kvaliteta života leže uvidi u ograničene i delom sumnjive iskazne mogućnosti starijih, jednostrano ekonomsko- materijalistički shvaćenih merila, npr. bruto društveni proizvod i životni standard (v.). Koncept kvaliteta života obuhvata npr. područja kao što su zdravstveno osiguranje, obrazovanje i vaspitanje, svet rada (humanizacija rada), mogućnosti i uslovi slobodnog vremena, naravno okolina, društvena okolina i društveni odnosi, lična sigurnost i pravo, političko područje. Shodno ovim raznovrsnim usmerenjima, kvalitet života se meri diferenciranim sistemom indikatora.

"Na račun svoje naučne i nadstranačke upotrebljivosti, pojam kvaliteta života je bio sve češće propagandistički stavljan u vezu sa posebnim interesima partija, udruženja, preduzeća, kao zgodan izgovor za prikrivanje sopstvenog dobra kao opšteg dobra."⁶⁴⁾

"*Lebensqualität*, *quality of life*, obuhvatna oznaka za stanje razvitka opštih uslova života u jednom društvu, koje se prikazuje pomoću tzv. socijalnih indikatora (social indicators). U suprotnosti prema pretežno ekonomski definisanom pojmu životnog standarda, pojam kvaliteta života obuhvata, između ostalog, i takve faktore kao što su uslovi stanovanja, stepen demokratizacije, zdravstveno stanje stanovništva, mogućnosti odmora, vaspitanje i mera socijalne sigurnosti u jednom društvu u datom trenutku."⁶⁵⁾

Veljko Rus određuje kvalitet života prema socijalnim preferencijama, imajući u vidu razvijena društva u kojima je kvalitet života jedno od dominantnih društvenih pitanja. "Kvalitet života pre svega jeste reakcija na socijalne disfunkcije ekonomskog razvoja u razvijenim industrijskim društvima. Što su društva

industrijski razvijenija, to postaje očiglednije da dalji ekonomski rast sve manje doprinosi socijalnom blagostanju."⁶⁶⁾ Međutim, "Jugoslavija je po svim mogućim indikatorima socijalnog blagostanja na zadnjem mestu među evropskim zemljama. /.../ Jugoslavija je po Sivardovom indeksu tek na 40 mestu među zemljama sveta."⁶⁷⁾ To znači da kvalitet života u Jugoslaviji nije društvena činjenica visokog stepena važnosti u onom smislu kako je to u društvima razvijenog sveta. Drugim rečima, pri nerazvijenim pretpostavkama društvenog razvoja (civilno društvo, demokratske institucije, optimalan privredni rast, razvijeni kulturni i komunikacioni podsystemi...) kvalitet života je sveden na proklamaciju, postaje pojam bez sadržaja.

2. Kao što ćemo govoriti o potrebama u odeljku o životnom standardu, svesni da takva šematizacija nužno ograničava značenje pojma na, za ovu priliku, samo instrumentalnu dimenziju jednog pojma (životni standard) i svesni, takođe, da potrebe, opet sa stanovišta naše teme, ne mogu biti *samo* u vezi sa životnim standardom, već i sa svim aspektima našeg razmatranja, govorimo o vrednostima u odeljku o kvalitetu života, opet svesni da slična šematizacija, osim deskriptivne svrhe, nema bitnije opravdanje. Kao što su jedan od aspekata kvaliteta života, vrednosti su, naravno, i aspekti životnog standarda, stila života i način života uopšte. Takođe smatramo da se i kvalitet života i životni standard mogu smatrati i aspektima stila života, a da su vrednosti i potrebe u jednakoj meri noseći aspekti svih ovih pojmova, uključujući i stil života.

Poslužićemo se Veberovim shvatanjem vrednosti. On je u vrednostima video "samo večnu i nepomirljivu borbu između bogova i demona koji teže da se domognu vlasti nad čovekovim životom."⁶⁸⁾ Ako je to tako, tj. borba za osvajanje vlasti nad čovekom, tj. nad njegovim delom, nad rezultatima njegovog pregnuća, onda se vrednosti imaju smatrati za određenja ciljeva za koje čovek želi ili treba da se založi. Ciljevi su, prema tome definisani vrednosnim aksiomima ili poslednjim vrednosnim principima.⁶⁹⁾ Među vrednostima samim ne postoji određen (uspostavljeni) hijerarhijski red, ili ne postoji uvek, pa se određenom cilju može pridodati ova ili ona vrednost. Ali, čovek kao delatno biće, ujedno mora i da odmeri težinu pojedinih vrednosti, kao i posledice postupaka vođenih pojedinim vrednostima. Ovo je bitno naročito

stoga što u sferi vrednosti ne postoji ništa što je trajno i opšteobavezno. Konačno, ovaj problem ljudskog delanja utoliko više potencira neizvesnost ljudske egzistencije jer "često nismo u stanju da potpuno razumemo mnoge krajnje ciljeve i vrednosti prema kojima se ljudsko delanje može orijentisati."⁷⁰⁾ Tim pre što je sa stanovišta ciljne racionalnosti, vrednosna racionalnost uvek iracionalna. Što je vrednost, prema kojoj se dela, izdignuta na višu ravan, u tolikoj meri je i samo delanje iracionalno. Pojedinaac je, tada, sve više obuzet vrednošću radi nje same, i utoliko manje razmatra posledice svoga delanja. Zato su velike utopije, "svetsko revolucionarni pohodi", mitska "veličina" nacije, oni ideološki ciljevi koji su natopljeni vrednostima "visokog" značenja. Utoliko su, onda, ti ciljevi naizgled i konzistentni, samodovoljni, samoobjašnjujući, autoregulatorni. A kao takvi nisu podložni upitu o posledicama delanja. Ili, ono što se smatra grandioznim, veličanstvenim ima se smatrati i devičanskim. O tom cilju se ne raspravlja, za njim se ide, on se sledi.

Vrednosti se mogu definisati kao relacioni odnosi između objekta koji poseduje izvesna svojstva koja mogu da zadovolje izvesne potrebe subjekta. Specifičnost vrednosti je upravo u njenoj institucionalnoj dimenziji. Onda kada se potreba društveno institucionalizuje, kada je pojedinac u poziciji subjekta koji je svestan određene potrebe, tada i vrednost postaje društvena veličina i njen se funkcionalni odnos može izražavati raznim merilima vrednosti (novcem, ili nekom drugom preferencijom).⁷¹⁾

Vrednosti imaju relativno samostalnu dinamiku i kao kulturne tvorevine one su sadržaji svesti. Upravo ta samostalnost vrednosti znači da pripadnici raznih slojeva mogu imati iste ili slične vrednosti, a da se promenom društvenog statusa ne moraju nužno osvajati ili menjati vrednosni sistemi.

Što se stila života tiče, na njega vrednosti deluju "intervenirajuće",⁷²⁾ kao činioци koji povezuju pripadnost društvenom sloju i stil života. A i same vrednosti mogu biti uzrokovane određenim društvenim položajem njenih nosilaca. Prema Vesni Pešić, vrednosti predstavljaju čovekove ocene stvarnosti, težnji i ciljeva. U tom smislu one su smernice ili orijentacije ponašanja. A kao takve, vrednosti su (a) *standardi ponašanja* i (b) *uverenja*. Pri tom, čovek ne mora nužno biti svestan standarda ponašanja, niti se u akciji rukovoditi uverenjima.

Uputno je, još, ukazati na razliku između *implicitnih* i *eksplicitnih* vrednosti.⁷³⁾ Implicitne vrednosti su opštijeg karaktera i vezane su za širu kulturu, dok su eksplicitne posebnog karaktera i vezane su za zvanične ideologije. Ne može se tvrditi da vrednost u isto vreme ne može biti i eksplicitna i implicitna. Na primer, eksplicitna vrednost nacionalne ideologije gubi svoj sadržaj ako nije izvedena iz atributa istoričnosti, kulturne tradicije nacionalnog bića itd, što je implicitna vrednost. Artikulacija ideološkog stava o nacionalnom teži vrhunskoj opštosti i postizanju "najvišeg" cilja - očuvanju samobitnosti, identiteta nacije. Utoliko je, pak, dimenzija čoveka- pojedinca umanjena. Jer čovek - pojedinac nije sastavni deo biti ideologije o nacionalnom. U ovom slučaju su eksplicitne i implicitne vrednosti jasno odvojene. Ukoliko mit o naciji podrazumeva egzistenciju sverazumevajućeg vođe, oca nacije, onda ta najviša vrednost, paradoksalno, kako je to uvideo Niče (Friedrich Nietzsche), uzdizanjem "pojedinačnog čovjeka u natčovjeka spojena je /.../ s uniženjem naroda,"⁷⁴⁾ kao konkretne datosti.

Životni standard

Životni standard

1. Slični problemi nastaju i onda kada treba razlučiti izraze *kvalitet života* i *životni standard*. Bez obzira na "granična" neslaganja, može se reći da *kvalitet života predstavljać kakvoću, svojstvo načina života i stila života, za razliku od kvantitativne određenosti životnog standarda*. Ali, ovo određenje, svakako, nije dovoljno. Nije dovoljno zato što je supstancijalnost pojava koje imenujemo stilom života ili onih koje imenujemo životnim standardom, i u empirijskom, i u teorijskom smislu, međuzavisna. Teško ih je, naime, posmatrati kao odvojene celine. No, jasnijeg poimanja radi, često se služimo lukavstvom uma, te stvaramo modele ovih pojava. Ima jedna nevolja sa modelima - beživotni su. Bez dinamičnosti i promenljivosti. Moguće je izgraditi skoro savršene modele, ali će se oni uvek opirati metodološkom uvidu, kojim se traga upravo za onim što je razvojno, promenljivo, dinamično.

Vratimo se pitanju standarda koji se definiše uglavnom kvantitativnim svojstvima. Nameće se odmah nevolja - životni standard ne može biti razumevan bez razumevanja i njegovih kvalitativnih svojstava. Kada kažemo, na primer: *kulturni standard*, imamo u vidu i kvantitativna i kvalitativna obeležja. Ali ne znamo koja obeležja konstituišu ovu pojavu, osim ako se ne pozabavimo nekom konkretnom pojavnošću. Ako nas, primera radi, zanima mogućnost kreiranja pozorišnog života u nekoj sredini, možemo da razmatramo ovaj problem sa jednog od ova dva polazišta (sa kvantitativnog ili kvalitativnog). Ili će nas zanimati kulturne pretpostavke (mogućnost formiranja glumačkog ansambla, potrebe publike, repertoar...), dakle, *kvalitativne* pretpostavke, ili ćemo razmatrati materijalne pretpostavke (mogućnost finansiranja, postojanje ili nepostojanje pozorišne zgrade, plate uposlenih...), dakle, *kvantitativne* pretpostavke. U prvom slučaju naš problem je problem *kvaliteta života*, a u drugom *životnog standarda*. Konkretno - ne može se kreirati repertoar

pozorišne kuće, a da se, pri tom, ignoriše novčana strana problema.

Prema tome, *životni standard nije prost zbir materijalnih dostignuća jednog društva. Ili, nije samo to*. "Prema komitetu za međunarodnu definiciju i merenje životnog standarda i nivoa Ujedinjenih nacija 1954; životni standard se odnosi na stvarne životne uslove (dok se životna norma u istom kontekstu odnosi na poželjne uslove), i obuhvata očekivanja koje dato stanovništvo smatra odgovarajućim."⁷⁵ "*Lebensstandard* (životni standard), je subjektivno i društvenim normama i tradicijom određena ukupnost (na osnovu posebnog društvenog položaja i statusa) materijalnih i imaterijalnih opskrbnih dobara koja se smatraju nužnima i primerenima i za kojima se, stoga, teži. Životnom standardu pripadaju određene vrste i kvaliteti dobara isto kao i određeni društveni odnosi i aktivnosti. Životni standard je dinamična, sa promenljivim ukupnim društvenim, životnim i kulturnim uslovima, društvenoj promeni podređena veličina. On određuje radnu motivaciju, strukturu potreba i individualno i unutargrupno planiranje i raspodelu opskrbnih sredstava, i time kvantitativnu i kvalitativnu strukturu materijalnog i društvenog uobličavanja egzistencije."⁷⁶ "*Životni standard* je oznaka za količinu i kvalitet roba, javnih ustanova i drugih uslova života koji stoje na raspolaganju jednoj ličnosti ili određuju njeno životno ponašanje (*Lebensführung*). Merenje životnog standarda (definisano u odnosu prema određenoj robi i radnjama = potrošačka korpa (potrošačka korpa) (*Warenkorb*) postiže se upoređivanjem različitih kvantitativnih momenata."⁷⁷

2. U osnovi onoga što nazivamo životnim standardom leže potrebe. Bez poznavanja ove dimenzije ljudskog življenja teško se može sa razumevanjem govoriti o životnom standardu. "Postoje podele na primarne i sekundarne, egzistencijalne i razvijene, krute i elastične, materijalne i nematerijalne (potrebe - ĐJ). Sve podele u osnovi zasnivaju se na činjenici da ishrana i zaštita od vremenskih nepogoda odećom i krovom nad glavom predstavljaju osnovni uslov za održanje života."⁷⁸ Ovo je opšte mesto, kao što je i opšte mesto da se bez zadovoljenja ovih potreba ne mogu zadovoljiti ni potrebe višega reda. Ujedno je to i osnovno polazište za razumevanje potreba.

Džon K. Galbrajt (John Kennet Galbraith) piše da je u prirodi čoveka (što je naročito vidljivo u "primitivnim" društvima) da radi dok se ne zamori. Iza toga bavi se sportom, lovom, orgijastičkim svečanostima - delatnostima namenjenim fizičkom užitku ili duhovnoj utehi.⁷⁹⁾ Takva je čovekova težnja, piše dalje Galbrajt, zabrinjavala sve one koji su sebe smatrali čuvarima civilizacije. Ta briga traje do danas radi očuvanja jedne od vrednosti modernog društva - društvenog ugleda dohotka (profita), kome se pridaje primarni značaj u društvu. Roba dobija i druga značenja. Zadovoljenjem egzistencijalnih potreba, što je u ambijentu razvijenog industrijalizma relativno lako, nastaju potrebe za isticanjem. Industrija, pak, stvara potrebe kod potrošača, čije zadovoljenje je, opet, osnovni poticaj industrijskoj proizvodnji. Otuda u privrednim strategijama tako veliki značaj reklame. "Reklama i umijeće prodaje - upravljanje širokom potrošnjom - bitni su za planiranje u industrijskom sistemu".⁸⁰⁾ Ako su potrebe *inherentne* ljudskoj prirodi, načini njihovog zadovoljavanja su *izvedene* (kulturne) kategorije.

U tom smislu značajno je stanovište Abrahama Maslova (Abraham Maslow), koje polazi od ovih opštih mesta pri konstrukciji tipologije potreba. Maslov razlikuje nekoliko tipova potreba (ili prelaznih oblika):

- a) *Fiziološke potrebe* (voda, hrana, seks...);
- b) *Potrebe za sigurnošću* (bezbednost, stabilnost, zavisnost, zaštita, struktura, red, zakon, granice...);
- c) *Afektivne potrebe za pripadnošću i ljubavlju*;
- d) *Samopoštovanje i samouvažavanje* (želja za snagom, statusom, dostignućem, majstorstvom, kompetentnošću, za reputacijom, slavom, priznanjem, pažnjom...);
- e) *Potrebe za samoostvarenjem*. "Ono što čovek može da bude, on to mora da bude. Mora odgovoriti svojoj pravoj prirodi."⁸¹⁾

A Agneš Heler (Agnes Heller) razlikuje materijalne od nematerijalnih potreba. Za zadovoljenje materijalnih potreba neophodna je proizvodnja i reprodukcija predmeta i sredstava za potrošnju. Za suštinsko zadovoljenje nematerijalnih potreba (potreba višeg reda), piše dalje A. Heler, nisu potrebni proizvodi materijalne prirode, ali su oni nužni *kao* pretpostavke (zgrade za kulturne institucije, knjige kao materijalni nosioci ideja...).⁸²⁾ Za

Razliku od Maslova, A. Heler tvrdi da "ne postoje nikakve 'prirodne potrebe'. Vazduh nije predmet neke potrebe, nego je pretpostavka našeg opstanka."⁸³⁾ Postoje samo *egzistencijalne potrebe i stvarne ljudske potrebe*. Egzistencijalne potrebe se zasnivaju na nagonu za samoodržanjem (potreba za hranom, seksualna potreba, potreba za radom i za socijalnim životom). Egzistencijalne potrebe se ne mogu tumačiti kao "prirodne", jer važe samo u konkretnim društvenim odnosima. Ono što, na tragu Marksovog mišljenja misli A. Heler, predstavlja prave ljudske potrebe je to da prirodni nagoni u njihovom formiranju nisu presudni. Tek kada nagoni dobiju društveni karakter oni postaju potrebe. To su, recimo, potrebe za odmorom, koji prevazilazi nužnost reprodukcije radne snage, potrebe za kulturnim radom, igre odraslih, prijateljstvo, ljubav, moralna aktivnost...⁸⁴⁾ Prema tome, "potreba znači svesni zahtev, težnju, nameru, usmerena je stalno na određeni objekt i utoliko motiviše delanje. Objekt koji je u pitanju je neki *društveni* proizvod, bez obzira na to da li govorimo o dobrima, o nekom načinu života, ili o 'drugom čoveku'.⁸⁵⁾

Sa stanovišta političkog interesa to može da znači da, ukoliko je u većoj meri moguće zadovoljavanje pretpostavljenog fonda potreba, utoliko će i politički režim biti smatran "uspešnijim". "Čim se u karakternoj strukturi razviju izvesne potrebe, svako ponašanje u skladu sa tim potrebama u isti mah je psihološki zadovoljavajuće i, sa stanovišta materijalnog uspeha, praktično. Dok god jedno društvo istovremeno pruža pojedincu ta dva zadovoljenja, imamo situaciju u kojoj psihološke snage *cementiraju društvenu strukturu* (kurziv - DJ)."⁸⁶⁾ Naravno, opet sa političkog stanovišta, taj fond potreba moguće je, u izvesnoj meri kontrolisati, tj. neke potrebe predstaviti kao poželjne, korisne i tako ih nametnuti, a druge eliminisati negativnim kvalifikativima. Kako što kaže K. Jung (Carl Gustav Jung), "kao stvarno saznanjem samo ono što na mene deluje. Jer ono što na mene ne deluje, to isto tako može i da ne postoji."⁸⁷⁾

Savremena društva žive u stalnom naporu da osvoje uvek veće obilje materijalnih dobara. Ona koja u tome uspevaju postaju "univerzalni" primer - postaju "najbolji od svih svetova."⁸⁸⁾ Osvajanje materijalnih dobara je obeleženo potrebama za njima. Opet, potrebe deluju povratno na tip i vrstu sveta materijalnih dobara. "Kada bi potrebe Francuza za industrijskom robom bile

ostale iste kao u naših pradjedova, danas bi već vjerovatno bile potpuno zadovoljene. Imućna građanka iz doba drugog carstva dobila bi za miraz 4 ili 5 haljina i nosila bi ih sve do smrti. /.../ Kad bi neki ugledan građanin iz 1830. god. ušao u stan nekog seoskog učitelja iz 1956. god. stekao bi utisak o čarobnom bogatstvu.⁸⁹⁾ Međutim, perspektive ovako uspostavljenog sistema potreba, ne moraju, nužno, biti poželjne. Zastrašujućom misli upozorava Alvin Tofler (Alvin Toffler) kada govori o nastupanju civilizacije trećeg talasa, civilizacije koju imenujemo kao postindustrijsko društvo: "Treći talas će pogoditi svakog od nas tako što će nam rasturiti porodice, uzdrmati privredu, paralizovati političke sisteme i skrhati vrednosti."⁹⁰⁾ Kao da je, zaista, na delu dezintegracija postojećih institucija, jer su stvorene da bi zadovoljile sasvim određenu vrstu potreba. Drugačije potrebe podrazumevaju drugačije institucije. To se dramatično dešava u bivšim, tzv socijalističkim zemljama, ali se, ne manje, obespekovavajuće, dešava i u granicama razvijenih industrijskih zemalja. Već sutra te će institucije biti neproduktivne. Jednostavno rečeno, moderno društvo je usmereno "na proizvodnju i stjecanje bogatstva koji su sami sebi svrha. Ovaj nusproizvod tisućljetne materijalne nestašice mora zamijeniti mnogo jači naglasak na razdiobu i zajedništvo. U drugoj polovici dvadestog stoljeća ljudi nisu siromašni zato što nema tehnologije kojom bi se povećala individualna produktivnost, već zato što se premalo pažnje poklanja raspodjeli tehnologije i bogatstva. Suvremeni se čovjek istakao u proizvodnji, ali je zakazao u razdiobi."⁹¹⁾ "Jedan politički mudrac koji još uvek živi sveo je ceo ovaj problem u načelo 'odelo čini čoveka' i verovatno ne postoji čovek koji ne oseća ubedljivu snagu ovog načela."⁹²⁾ Može biti da je Tofler u pravu kada dalje, u već citiranoj knjizi, kaže da slom jednog sistema potreba i vrednosti ustvari znači da je na delu formiranje novog sistema. "Sa sazrevanjem civilizacije trećeg talasa nećemo stvarati ni nekog utopijskog muškarca, ni ženu koji će biti iznad ljudi prošlosti, a ni neki natčovečanski soj Getea i Aristotela (Džingis Kanova ili Hitlera), već jedino i sa ponosom, čovek se nada, rasu - civilizaciju - dostojnu naziva ljudske."⁹³⁾ Ali, nećemo se baviti utopijskim pretpostavkama. Možemo se samo nadati da je Tofler u pravu.

Dokolica

1. O dokolici, slobodnom vremenu, razmišlja se vekovima već. To nikako nije fenomen modernog društva. Kod Aristotela se, primerice, može pročitati: "Za rad je potrebna odvažnost i istrajnost, za dokolicu, filosofija, a razboritost i pravednost potrebni su i u jedno i u drugo doba. /.../ Ceo život deli se na *slobodno vreme* i *rad*, /.../ na poslove koji su nužni i *korisni* i na poslove čiji je cilj *dobrota*. Ljudi se odlučuju /.../ za rad zbog dokolice, za ono što je korisno i nužno zbog onog što je dobro i lepo (kurzivi - ĐJ)."⁹⁴⁾ Na ovaj ili onaj način, razmišljanje o življenju ispunjenom smislom, "razboritošću i pravednošću", obavezuje već hiljadama godina. Slobodnije rečeno, bez razumevanja dokolice ne može se razumevati stil života.

U teoriji još ima podosta nedoumica u pokušajima da se odrede pojmovi slobodno vreme i dokolica. Tako Fridman (Georges Friedmann) razlikuje oslobođeno vreme od slobodnog vremena. Celokupno vreme izvan vremena potrebnog za nužni rad je oslobođeno vreme. Ali to vreme ne podrazumeva mogućnost slobodnog izbora. Onda kada pojedinac može da se ponaša i razvija prema sopstvenom izboru, dakle, kada je oslobođen od svake obaveze, nastupa slobodno vreme.⁹⁵⁾ Za Dimazdijea (Jofre Dumazdier), pak, dokolica je neobavezno slobodno vreme. Preciznije, prema Dimazdijeu čovekovo vreme ima, uslovno rečeno, tri dimenzije: (a) vreme za proizvodne delatnosti, (b) vreme za društvene zadatke i (c) dokolica. Jedan deo vremena izvan rada (vreme za društvene zadatke) ispunjeno je, reklo bi se, nužnim obavezama, kao što su: odlazak i dolazak sa posla, dopunski rad, odmor, društvene obaveze. Mnoge od ovih aktivnosti, u raznim životnim situacijama, a i prema afinitetu pojedinca, imaju čas obavezan, čas neobavezan karakter. To vreme Dimazdije naziva "poluslobodnim vremenom", međustanjem između vremena za društvene zadatke i dokolice. Dokolica, tj. slobodno vreme, je vreme za "treće aktivnosti". "One mogu biti isključivo sukcesivne

ili istovremeno snage za oporavljanje, zabavu ili razvoj, snage za bijeg ili za društvenu participaciju, snage kulturnog napredovanja ili nazadovanja. To su snage čija je uloga istovremeno, efikasna i neodređena u dinamici kulture ili društva.⁹⁶⁾ Smatramo da je Dimazdijeovo određenje najpotpunije. Pojednostavljeno, to znači da se ukupni fond vremena može podeliti na ono koje je potrebno za rad i na vanradno vreme. A slobodno vreme ili dokolica je deo vanradnog vremena, koji je oslobođen od svih egzistencijalnih, porodičnih i društvenih obaveza. To je vreme u kome pojedinac može da se "posveti samome sebi". "Konvencionalno socijalno istraživanje polazi od pojmovnog para *rad i slobodno vreme*. Zavisno od političkog stanovišta naučnika, funkcija slobodnog vremena tumači se različito: kao fizičko obnavljanje čovekove radne snage, zatim kao obnavljanje (Verdoppelung) vrednosnog sistema industrijskog rada, i najzad kao pokušaj razvijanja stvaralačkog potencijala koji je u radnom vremenu skučen."⁹⁷⁾

U vremenu slobodnom od obaveza ljudi "formulišu" svoje obaveze, ili, opet, "troše" to vreme na pasivan način. Slobodno vreme se, na primer, koristi za upražnjavanje onih aktivnosti koje u čoveku, na neki način, uspostavljaju veru u sopstvene vrednosti, a u kojima ekonomski efekat ne mora uvek da bude dominantni motiv (hobi,⁹⁸⁾ samoobrazovanje, sport...⁹⁹⁾

Posle iscrpljujućih, monotoni, svakodnevnih, radnji na radnom mestu,¹⁰⁰⁾ čovek rado odlazi u prostore omeđene sadržajima koji obećavaju samozaborav na najlakši, najbezbolniji način. Važno je ispunjenje (makar trenutno) potrebe za samopotvrđivanjem. Bez napora. Jer, napor podseća na rad, koji je težak, neprijatan. "Klasični fabrički rad učinio je od radnog mesta sferu gole nužnosti, oblast trošenja ljudskih snaga. Učinio je rad i njegovu motivaciju jednostranim, i iskomplikovao hod aparatura tako da je za pojedinog radnog čoveka postao nepregledan."¹⁰¹⁾ Interesovanje za sadržaje poruka medija masovne kulture se proteže do identifikacije sa vedetama filma, štampe ili televizije, iako "masovno obožavanje /.../ kolektivnih idola ne može da /.../ donese očekivani prestiž, već suštinski, može samo da još više obezvredi /.../ individualnost".¹⁰²⁾ "Poraz individualnih stvaralačkih ambicija onih koji stvaraju takve 'vrednosti' postaje izvor stalne duhovne lenjosti i apatije onih kojima su namenjene."¹⁰³⁾ Bezličnost pojedinačne egzistencije je, izgleda, neizbežna

konstanta, pa otuda sledi pridavanje mitskih moći i osobina onima koji su u žiži masovne pažnje. Tako sportisti postaju "supermeni" i "tarzani", koji se batrgaju na malim ljudskim scenama. Sportist je heroj, jer je u njemu oličeno sve *ono* što posmatrač *nije*, a *želi* da bude. Sadržaji masovne kulture su i kritika postojeće stvarnosti, kako piše Jadranka Goja, i to sa stanovišta onih vrednosti kojih više nema.¹⁰⁴⁾ "Težnja za blagostanjem, za individualnim životom se oblikuje u isto vreme kada i nezadovoljstvo, razna potraživanja, pobuna. Imaginarna potrošnja izaziva povećanje stvarne potrošačke pažnje, ali dok imućne klase navaljuju da troše, potražnja koja raste u narodnim masama ostaje neostvarena."¹⁰⁵⁾

2. Za povećanje fonda slobodnog vremena, time i za kvalitativnu menu stila života, značajan je "mogući utjecaj automatizacije na način rasporeda radnog dana." jer, "rad što su ga ljudi morali obavljati u svojoj povijesti bio je najvećim dijelom neugodan: dokolica što su je ljudi uživali bila je većinom povlastica nekolicine. Ta činjenica je u velikoj mjeri obojila naše mišljenje o načinu na koji treba da se živi."¹⁰⁶⁾ Rad je fizički lakši, ali ustrojstvo automatizovane efikasnosti zahteva od čoveka da "programira" nivo psihičkog i intelektualnog naprezanja. Slobodno vreme, zauzvrat postaje prilika za bekstvo od svake svrhovitosti.¹⁰⁷⁾ Ono je sada *pasivno* stanje. To je, čini se, nezaobilazna posledica, koja, po sebi, ne nosi vrednosni predznak. "Čini se da je najmanji nivo koji humanistička kultura može doseći u takvoj vrsti slobodnog vremena intelektualna osrednjost. A prema podacima što ih do sada imamo, kvantitativno povećanje i širenje takvog slobodnog vremena samo po sebi ne obećava da će veoma mnogo podići taj nivo."¹⁰⁸⁾ Ili, kako kaže Ž. Fridman, "radi se o tome da se pojedinac zabavi, da pobjegne od svoje praznine i duhovne dosade, koja je manje ili više svjesna, a koja je važan element nezadovoljstva u radu. Pohlepno trčanje za 'zabavom' može za osujećena čovjeka u njegovu radu biti jedan od znakova, u kojem se pokazuje traženje ravnoteže pomoću svih sredstava što mu stoje na dohvat."¹⁰⁹⁾

Kako bi se slobodno vreme moglo prožeti nekim pozitivnim duhom rada, pita se K. Grinberg (Clement Greenberg)? "Slučajno, hobi je je po svojoj prirodi i istoriji tesno povezan s industrijalizmom, /.../ i za razliku od razbibrige diletanta i dokonog čoveka može se definisati kao homeopatska reakcija na svrhovitost ozbiljnog i neophodnog rada."¹¹⁰⁾ Hobijem se mogu afirmisati vred-

nosti čovekove energije.¹¹¹⁾ Valja upozoriti da hobi ne mora da bude samo igra. Hobi ponekad podrazumeva ozbiljna nastojanja i traganja za oblicima samoaktuelizacije. "Produktivno ponašanje bilo bi svakako ono koje stvara makar i najmanju autonomnost, neovisnost pojedinca u potrošnim pravilima, apsolutnoj dominaciji predmeta u njegovu svakodnevnom životu."¹¹²⁾ A Margaret Mid (Margaret Mead) piše da je hobi "nešto što se ne radi ozbiljno, što nema novčanu vrednost i ne služi nikome, osim nama samima, nešto što izmiče sistemu vrednosti, što nije ni dobro ni loše."¹¹³⁾

Beleške:

1/ ".../ Dajmo sve od sebe da proizvodnju unapredimo i da hiljadama ljudi u svetu bez kraja i konca našu robu otpremimo kao voda što iz klanca šiklja.
Rasti, o industrijo, rasti, rasti!
O harmonijo i iskrenosti!
O Macušta Elektrik!"

A. Tofler, Treći talas, knj. 1, Jugoslavija, Beograd, 1983, str. 75.

2/ Alain Touraine, Postindustrijsko društvo, Globus, Zagreb, 1980, str. 20-21.

3/ D. A. Hobbs, S. J. Blank, Sociology and the Experience - 2ed, John Wiley & sons inc, New York, Chichester, Brisbane, Toronto, 1978, str. 143.

4/ "Danas je svrsishodnije govoriti o otuđenju nego o eksploataciji, jer prvi pojam određuje društveni, a drugi ekonomski odnos /.../ Otušeni čovek je onaj koji prema kulturnim i društvenim orijentacijama svoga društva nema drugog odnosa do onoga što mu ga određuje vladajuća klasa /.../ Otušenje je dakle ograničavanje društvenog sukoba ovisne participacije /.../ Ponuditi radnicima sudjelovanje u organizaciji nekog poduzeća, a da donošenje ekonomskih odluka nije u njihovim rukama, dovodi do njihova otuđenja /.../ Društveni sukobi koji nastaju u ovom društvu nisu iste prirode kao oni u prethodnom društvu. Oni manje suprotstavljaju kapital radu, nego aparat ekonomskog i političkog odlučivanja onima koji su se podredili ovisnoj participaciji."

A. Touraine, Postindustrijsko društvo, Globus, Zagreb, 1980, str. 23.

5/ B. Horvat, Alijenacija i reifikacija, u: Čovjek i sistem, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 1977, s. 101.

6/ Ch. H. Anderson, Toward a New Sociology: A Critical View, Dorsey Press, Homewood Ill, 1971, str. 80-81.

7/ Ljubinka Bročić, Stil života tradicionalnih i novih profesija, Sociološki pregled, 1-4/1990, str. 67.

8/ E. Fromm, Beyond the Chains of Illusion, Simon and Schuster, New York, str. 178.

9/ Derđ Lukač, Predgovor, u: A. Heler, Svakodnevni život, Nolit, Beograd, 1978, str. 15.

10/ Isto, str. 392.

11/ G. Friedmann, P. Naville, Sociologija rada, Veselin Masleša, Sarajevo, 1972, str. 725.

12/ E. Bloh, Materijalizam kao razotkrivanje, Kulturni radnik, 3/1966, str. 12.

13/ A. Gorc, Zbogom proletarijatu, Radnička štampa, Beograd, 1982, str. 163.

14/ E. Moren, Duh vremena, knj. 1, BIGZ, Beograd, 1979, str. 217-218.

"Ljudima su nudi najrazličitiji oblici 'kulturnih' surogata, sedativa i stimulansa, jer se uvidjelo da je 'duševno stanje' radnika odlučujući elemenat proizvodnje.

Način života i rada ostavljao je malo prostora dokolici. /.../ Čovjek je i sam postao stroj iscrpljujući se radom. Sfera slobodnog vremena za većinu se svodila na produženi rad van kuće ili u kući, dok se život pretežno svodio na rad i reprodukciju radnih sposobnosti. /.../ Osjećaj pojedinca da je nemoćan da u

modernog doba. Životni stilovi funkcionišu kao skup očekivanja koja se javljaju u vidu obrasca organizovane kontrole nad tek nastalim društvenim neizvesnostima masovnog društva. Naravno da ovakva očekivanja ne moraju biti niti ostvarena niti obavezna, iako ih pojedinci doživljavaju kao takva, već predstavljaju životne modele koji dopunjuju opštu sliku klasnih razlika (videti Henry, 1994, stavka 3, studije o životnim stilovima koje se odnose na slobodno vreme i neke od prednosti društvenog raslojavanja).

Životni stilovi su, u suštini, kategorije članova upravo zbog svih odlika koje sam nastajao da objasnim. To ne znači da oni postoje na nekom visokom teorijskom nivou, već da ih ljudi koriste u svakodnevnom životu da bi odredili i objasnili pripadnost i identitet većih razmera. Oni su deo rečnika koji se svakodnevno upotrebljava: „Životni stilovi su veštačke tvorevine ili veštačko prihvatanje. Sam nosilac životnog stila svestan je da ga, po želji, može prihvatiti ili odbaciti, te se stoga životnim stilom, do određene mere, ispoljava ironija ili sarkazam pojedinca“ (Bensman i Vidich, 1995, str. 239).⁵ Ukratko, životni stilovi su interpretativni izvori – vidovi lokalnih znanja⁶ koja su nužno aproksimativna ali koja, pored svega, igraju značajnu ulogu u politici masovnog društva.

⁵ Pogledati takođe Bokor: „Moderni potrošači su fizički pasivni ali su mentalno veoma aktivni. Potrošnja, više nego ikad, predstavlja iskustvo smešteno u glavi, stvar mozga i uma pre nego proces prostog zadovoljavanja bioloških potreba.“

⁶ Koristim termin lokalno znanje da bih ukazao na forme života unutar kulturnih i geografskih oblasti – upotreba o kojoj ću podrobnije govoriti u trećem delu knjige.

2. Potrošačka kultura

U prvom poglavlju sam pokazao da su životni stilovi osobeni moderan obrazac statusnog grupisanja. Modernizam ovakve povezanosti leži delom u činjenici da društveni status, koji se poistovećuje sa grupom, ne zavisi od zanimanja pripadnika jedne grupe, ili čak od privilegija koje oni obično uživaju, već od načina na koji koriste privilegije i bogatstva koja su im dostupna. Stoga se pretpostavlja da se životni stilovi obično zasnivaju na društvenoj organizaciji potrošnje. Više ću govoriti o srodnim normativnim gledištima nego o društvenoj organizaciji proizvodnje, koja se obično navodi kao osnova klasnih struktura.

Reč potrošnja u knjizi javljaće se u svom najširem smislu, da bi označila sve one vrste društvenih aktivnosti kojima se ljudi bave a na osnovu kojih ih možemo okarakterisati i prepoznati, a kojima se, osim toga (ili uz to), možda „bave“ da bi zaradili za život. Čini se da se deo promene, koja je daleko od sagledavanja proizvodnje kao osnove društvenog identiteta, sastoji u tome da sve veći broj ljudi bira vrstu posla čiji je način organizacije u skladu sa vrednostima životnog stila (pogledati Olszewska i Roberts, 1989). Dodao bih, takođe, da potrošnja ima veći domet od društvenih oblika proizvodnje. S jedne strane, ona se odnosi i na sve one koji ne rade, i to mlade, stare i nezaposlene i, što je najznačajnije, žene, čije učešće u proizvodnji moderna privreda nije očekivala.

Potrošnja, stoga, kao što je ovde i naznačeno, nužno obuhvata društvene modele slobodnog vremena, koje ću opisati kao nova očekivanja prilikom individualno osmišljene kontrole i korišćenja vremena. Bokok je u pravu kada tvrdi da je „potrošnja društveno uslovljen proces, podložan istorijskim promenama“ (1993, str. 45). Zamisao da je potrošnja postala (ili da postaje) središte društvenog života i kulturnih vrednosti, podrazumeva i opštiji pojam potrošačke kulture. U ovome poglavlju govoriću o nerazdvojivom značaju potrošačke kulture i ekonomije slobodnog vremena za modernitet, s jedne strane, i društvenog prihvatanja životnih stilova, s druge. Iako je Bokok takođe u pravu kada pravi razliku između doba masovne potrošnje – koje za njega traje od pedesetih pa nadalje – i prethodnih dostignuća, ja ću u ovome delu ipak obrazložiti da glavne teme u toku nastajanja potrošačkog društva pomažu pri određivanju karaktera masovne potrošačke kulture.

Sasvim je sigurno da su se društvene promene u Evropi ranog modernizma dešavale istovremeno s nizom drugih promena, od kojih su zavisile i kojima su bile određene, poput razvoja međunarodnih tržišta, razvoja trgovine umetničkim predmetima i luksuznom robom i pojave novih građanskih klasa koje su zamenile feudalni društveni poredak (pogledati Schama, 1987, naročito drugi deo). Ove promene podstakle su nove načine proizvodnje i postale neraskidivi deo dezintegracije evropske religijske kulture u nove državne privrede, ali su te promene takođe zavisile od razvoja pozitivnih odnosa prema modernoj robi, uređenju domaćinstva i prema novim načinima istraživanja i novim predmetima razmatranja (Mukerji, 1983; Weatherill, 1988). Upravo iz ovakvih stavova možemo sagledati još jednu dimenziju potrošačke kulture – sve veću želju za nezasićom maštom, koja je zavisila od uspostavljanja urbane javne kulture usmerene na promovisanje mode (McKendrick i grupa autora, 1983; Brewer i Porter, 1992).

Makendrik piše o Engleskoj XVIII veka, koja je bila svedok rađanja potrošačkog društva i koja je omogućila potro-

šačku revoluciju u procesu prevazilaženja prepreka, a što je „zahtevalo promene u stavovima i razmišljanjima, u napretku i standardu života, promene u načinu poslovanja i u marketingu, a ponekad čak i u samom zakonu“ (1983, str. 2). Ako bi neko postavio pitanje zašto je Engleska napravila presedan prilikom pomenute potrošačke revolucije, Makendrikov odgovor bi se usredsredio na relativno usku društvenu strukturu toga vremena. U početku je pažnja novih proizvođača robe široke potrošnje bila usmerena na elitu, čije je prihvatanje bilo neophodno za pojavu popularne mode, ali su ogromni profiti ostvareni tek potonjim distribuisanjem i reklamiranjem kopija ove robe, namenjenih anonimnom auditorijumu. Tokom ovoga procesa izbrisane su stroge granice klasnog društva kada je reč o spoljašnjosti i životu uopšte, koji je do tada bio, između ostalog, zaštićen konzervativnim merilima raskoši. Prilikom nastajanja anonimnog auditorijuma popularizacijom mode, reklamiranje i ostali marketinški potezi bili su svakako značajni.

Stoga Makendrik govori o novim metodama izlaganja, manipulisanja modom stvaranjem lažne zastarelosti, pojavi novih prodajnih mesta i posrednika u prodaji, kao i o tome „kako je manipulisanje društvenim oponašanjem nateralo ljude da traže 'luksuzne stvari' tamo gde su nekad kupovali 'ono što je pristojno', a tamo gde su nekad kupovali 'neophodne stvari', sada traže 'pristojno'“ (1983, str. 98). Suština luksuznog života nekada privilegovanih elita, koju su novonastale srednje klase, za sebe, odabrale kao prikladnu, odnosi se na luksuzno provođenje slobodnog vremena i na uživanje u raznodama kojima je ono ispunjeno.¹ Zajedničke igre i proslave u Evropi ranog modernizma (videti Burke, 1978) vremenom su zamenjene popularnom dramom, muzikom, plesom, sportovima itd.; i, što je najznačajnije, zamenjene su turističkim mestima i odmaralištima, kao što su bile banje u Engleskoj XVIII veka: „Početkom XVIII veka

¹ Osvrnuo sam se na nekoliko tema detaljno izloženih u ovom poglavlju, doduše iz sasvim drugačijeg ugla nego Čejni (1993), peto poglavlje.

kultura i sport više ne pripadaju eliti i pojedincu već postaju bliski i narodu" (prema Plumbu, u knjizi McKendrick i grupa autora, 1983, str. 284); ovo predstavlja proces komercijalizacije slobodnog vremena, koji je nastavljen i u XIX veku. Mislim da je za dalje isticanje porodičnog života u reklamiranju potrošnje značajno to što je Plam, kao bitan faktor pojave potrošačke kulture² odabrao komercijalizaciju dece kao novu vrstu luksuza, ili kao nove predmete razonode njihovih roditelja tokom slobodnog vremena.

U XVIII veku bilo je uobičajeno isticati racionalizam novonastale javne sfere, koji je bio usredsređen na govor politike, trgovine i kulture. Posledica ovoga bilo je zanemarivanje mere u kojoj je ovaj govor od samog početka zavisio od bezobzirne vulgarnosti nekontrolisanog komercijalizma. Ponovno razmatranje pokretačke snage modernizacije sve više ističe hedonizam i traganje za ličnim značajem, a udaljava se od gledišta u kome je pre svega istaknuto da modernizam podrazumeva „da se svet srednjovekovne Evrope i Evrope ranog modernog doba, kojim je upravljala Viša sila, pretvorio u svet napretka na polju saznanja i nauke, svet otkrivanja prirode i racionalnog istraživanja" (Plam, Makendrik i grupa autora, 1983, str. 333). U vezi s ovim, uloga romantizma u Kembelovoj studiji o podsticanju potrošačke kulture nosi sa sobom neizbežan prizvuk utopijskog. Rečeno je da bi hedonizam modernog potrošačkog duha trebalo shvatiti kao traganje za međusobnom zavisnošću zadovoljstva i značenja u stalno novim iskušenjima koja tržište nudi. Logika modernizma sastoji se u tome da moda ne predstavlja nerazumnu eksploataciju već egzistencijalno traganje za razlikama u okviru duboko svetovne kulture.³

² Bitno je pomenuti i da je rađanje potrošačkog društva istovremeno i početak sentimentalnog vezivanja za kućne ljubimce, na koje su vlasnici trošili dosta novca.

³ U vezi s ovim bitno je pomenuti da je u revolucionarnoj Francuskoj krajem XVIII veka modi dat ideološki značaj (Hant, 1984).

Pokušao sam da prikažem da konzumerizam predstavlja suštinu društvenog razvoja modernizma. Jasno je, međutim, da je potrošačka kultura pojava novijeg datuma. Snaga ideje potrošačke kulture zavisi od (mogućnosti) masovnog marketinga i reklamiranja. Pre neposrednijeg sagledavanja kako su pojmovi životnih stilova upotrebljavani u ovom veku, bilo bi važno detaljnije obratiti pažnju na teme koje se mogu odabrati iz studije o institucionalizaciji masovnog marketinga. Ne iznenađuje što se većina literature o istoriji konzumerizma odnosi na poslednjih dvadeset pet godina XIX veka i na prve decenije XX veka. Upravo je u ovom periodu ustanovljena sveprisutna dostupnost standardizovane robe, širom nacionalnih tržišta, kao bitan preduslov celovitosti potrošačke kulture (Fraser, 1981; Strasser, 1989). Potom su, takođe u ovom periodu, utvrđene osnovne kulturološke teme masovnih društava XX veka – naročito težnja običnih ljudi da ulažu bogatstvo u razvoj sopstvenog stila.⁴

Među osnovnim kulturološkim temama nalazi se i transformacija „prirodnog" poretka. Već sam napomenuo da je potrošački marketing XVIII veka morao da odbaci utvrđene razlike unutar društvenog staleža, i da ih samim tim umanjuje. Dopunjujući i ističući ovaj proces, masovni marketing je na kraju XIX veka „umanjio" mogućnosti unutrašnjosti iz koje se crpu zalihe. Razvoj brze i efikasne železnice, uz unapređeni pomorski i drumski saobraćaj nije značio samo da se udaljena mesta mogu uključiti u tržišta velikih gradova, već su pomenuta tržišta mogla privući robu iz cele zemlje, ili iz celog sveta, pokoravajući vreme, prostor i prirodni poredak (Schivelbusch, 1980).

Sve ovo svedoči o izveštačenosti ovakve kulture, izveštačenosti koja je uvećana dramaturgijom spektakularnog

⁴ Libergot je, na primer, uočio da su između 1900. i 1929. troškovi odevanja osoblja američke mornarice porasli za 16% zahvaljujući porastu plata i materijalnih troškova, ali da su u istom periodu prosečni izdaci za odevanje građana porasli i do 150% kod muškaraca a 492% kod žena (1993, str. 93).

prikazivanja. „Tržište“ potrošačkog društva predstavlja apstraktan entitet koji prevazilazi pojedinačna tržišta malih trgovaca. Fizički ograničen prostor interpersonalnih tržišta zajedno sa, neizbežnim, pratećim dramama društvene interakcije, nalazi se u fazi prelaza ka modernizmu (Slater, 1993). Ova nova tržišta postoje kao potencijal koji obuhvata ogroman prostor i nebrojene lokalitete (reč je o procesu apstrahovanja koji je, otkako je nastao, bio dopunjavan nacrtima o produženom plaćanju, a nedavno je unapređen uvođenjem „plastičnog novca“ i ostalih oblika kreditnog plaćanja).

Apstraktni potencijal potrošačkog uživanja dobio je svoj oblik razvojem gradova kao mestâ prekomerne zabave – maštanje o vrtovima uživanja u XVIII veku pretvorilo se u istančani svjet iluzija (Barth, 1980). Uvođenje (električne) struje i javnog prevoza značilo je da uobičajene granice dana i noći mogu biti pomerene (Schivelbusch, 1988). Na taj način privučene gomile ljudi mogle su naći zabavu u čitavom nizu novih restorana, bleštavih i luksuznih barova i salona, u pozorištima od ukusa i najranijim bioskopima, koji su vrlo brzo postali mesta o kojima se sanja, kao i u novim načinima izlaganja robe: koriste se stakleni izlozi, električno osvetljenje, čelične i betonske konstrukcije i druga arhitektonska sredstva koja ostavljaju snažan utisak pri preuređenju javnog prostora (Bronner, 1989; Williams, 1982).⁵

Inauguracija i institucionalizacija novoga doba potrošačke kulture vezane su, pre svega, za pojavu robnih kuća (Chaney, 1983; Laermans, 1983; Lancaster, 1994). Ova mesta beskrajnog izobilja robe nudila su nove slobode i nove mogućnosti uživanja. Kupovina je nastala zarad snabdevanja osnovnim potrepštinama kao i zarad ličnog snabdevanja novim vrstama robe. U bezličnoj anonimnosti utopijskog izlaganja robe, kupci su bili potpuno slobodni da lutaju po

⁵ O savremenim književnim reagovanjima na kulturne promene videti Boulbi 1985, a nešto više o promenama u veličini gradova u XIX veku videti Senet (1977, naročito drugi deo).

radnji koliko žele i da koriste sve pogodnosti kako bi došli do ličnog ukusa i izgradili lični stil (onog trenutka kada je Rob Šilds svoju zbirku eseja (1992) nazvao „kupovinom životnog stila“, naziv je postao i prihvatljiv i standardan). Međutim, osim što su se velikom broju građana ukazale nove mogućnosti, robne kuće su zahtevale novu društvenu disciplinovanost. Na dosta sličan način kao što su samouslužne servisne radionice, skoro sto godina pre toga, od mušterija zahtevale da pokažu obzir i međusobno poštovanje, tako su i robne kuće iznele svoje zahteve u vidu novih obrazaca disciplinovanosti gomile i učtive nepažnje.

Već sam ukazao na to da su robne kuće primetno uticale na transformaciju velikih gradova nudeći nove mogućnosti anonimnim kupcima – i lično i putem pošte – da bi privukle svetsku robu (trebalo bi ipak razjasniti: iako je obećani ravnopravni pristup tržištu bio nesumnjivo prisutan u novim vidovima trgovine na malo, ovo nije značilo da su prethodne nejednakosti, kada je reč o poreklu bogatstva, bile umanjene na bilo koji način). Štaviše, robne kuće postale su deo razmetljivosti velikih gradova, gde je svet izvan moderniteta, kroz snove imperijalističke uobrazilje, postao pristupačan za eksploataciju. Niz pisaca je upozorio na mnoštvo izložbi, sajмова, obeležavanja godišnjica, izlaganja i slično, koji su se održavali u svim evropskim metropolama i mnogim evropskim i severnoameričkim gradovima u periodu između 1850. i 1950. kao produžetak ideologije konzumerizma u vidu političkih, kulturoloških i tehnoloških faza (de Cauter, 1993; Greenhalgh, 1988; Ley i Olds, 1988). Ova vesela okupljanja služila su delimično, da pokrenu prodaju lokalnih proizvoda, lokalnu preduzimljivost i kulturu, ali su ona, takođe, bila deo većeg imperijalističkog plana po kome su se glavne koristi civilizacije mogle izjednačiti sa životnim obrascima novih urbanih masa (Pred, 1994).

Nastojao sam da objasnim kako su neke od uopštenijih studija o kulturnim obrascima konzumerizma prikazale novi društveni obrazac životnih stilova. Oni se mogu sažeti u četiri odlike: mašta, neumerenost, spektakl i državljanstvo.

Dok su prve tri, nadam se, sasvim očigledne na osnovu onoga što je do sada rečeno, četvrti izraz je, pretpostavljam, nerazumljiviji. Njega koristim zato što ne postoji bolji način da iskažem ideju da masovni marketing i ostali oblici demokratije nude iluzije o ravnopravnom učešću, čak su i ponos nacionalne kulture, ali bez njenog suštinskog potencijala. Pomenute studije detaljnije i šire opisuju ono što sam već napomenuo kao izveštačenost masovnog marketinga. Zbog ovoga ih lako mogu prihvatiti neke od teorija koje kritikuju konzumerizam – teorije koje govore o podsticanju lažnih potreba, o iluzijama zadovoljstva i propagiranju lažnih vrednosti (prava verzija zasnovana na marksističkoj tradiciji ove kritike – Haug, 1986; takođe videti Cross).

→ Zbog toga što pretpostavlja originalan i suštinski način postojanja u svetu koji se kloni ukrašavanja i dramaturgije prikazivanja, smatram da je moralna kritika konzumerizma (koji Bocock, 1993, vidi kao otuđenost, svojstvenu podsticanju strasti), koja nas upoznaje sa „lažnim“ žudnjama i potrebama, promašaj. Istovremeno priznajem da postoji neophodna i mnogo veća kulturna ambivalentnost u vezi sa društvenim promenama potrošačkog duha (Bronner 1989; Fox i Jackson Lears, 1983; Horowitz, 1985). Već sam pokušao da ukažem na prisutnost etičke i, u najboljem slučaju, estetičke ambivalentnosti u vezi s posledicama preovladavanja konzumerizma, naglašavajući da ako životni stilovi odražavaju normativne senzibilitete, onda će oni izazvati sasvim suprotne reakcije na vrednosti konzumerizma. Reč je o ambivalentnom pristupu koji je najjasnije istakao kako su i intelektualci i narod potcenili društvene posledice masovnog reklamiranja (Ewen, 1976; Ewen i Ewen, 1982; Marchand, 1985). Osim toga, nemoguće je složen istorijat predstaviti kratkom procenom nekog kulturnog obrasca, ali je očigledno da do institucionalizacije masovnog marketinga potrošačke kulture nije moglo doći bez retoričkih oblika masovnog reklamiranja (Schudson, 1993).

Radije ću pretpostaviti da je određeni deo pokretačke snage koja se odnosi na kritike konzumerizma proistekao

iz moralnog patronata koji strahuje da su naročito žene podložne podsvesnom ubeđivanju. Pretpostavka da su u potrošačkoj kulturi kupci uglavnom žene, verovatno je izašla iz mode poslednjih godina, ali je tradicionalno bila usađena u razlike između potrošnje i proizvodnje. Kada sam govorio o institucionalizaciji javnih i privatnih sfera života, pod javnom sferom sam, uopšte uzev, podrazumevao svet rada, javna pitanja i brigu muškaraca o bilo kojoj vrsti organizacije. Nasuprot ovome, privatna sfera života usredsređena je na dom, porodične odnose i na ženinu brigu o tome da zadovolji kako porodični životni stil, tako i ostale članove porodice (Hall, 1992). Suprotstavljenost pomenutih sfera života bila je fizički usađena u razlike između kuće i posla; suprotstavljenost koja je čak postala očiglednija sa pojavom prigradskih naselja koja su dovela do jasne podvojenosti (između) zone stanovanja i rada. Razvoj prigradskih naselja ovde se ne može detaljno razmatrati (Fishman, 1987; Jackson, 1985), ali je bitan za razvoj potrošačke kulture na dva načina.

Prvi je spomenut kada sam govorio o razvoju velikih gradova kao prostora za spektakularno prikazivanje i zabavu. Ovi veliki centri – koji su bili blisko povezani sa manjim gradovima iz unutrašnjosti, koji su pratili i podražavali njihov način života – predstavljali su središte za anonimne slojeve iz prigradskih naselja. Velegrad, u ulozi impresivnog mesta za posetioce iz predgrada, predstavljao je novi javni prostor koji je bio dostupniji sve većem broju žena. Naročito su robne kuće počele da zapošljavaju žensko osoblje, s obzirom da je prodaja zavisila od žena kupaca. S druge strane, predgrade kao centar porodičnog života dobija sve veći značaj i u emotivnom i u materijalnom smislu. Onima koji su naseljavali predgrada bile su potrebne povlastice u prodavnicama i robnim kućama pri kupovini prilično jeftinog nameštaja i jeftine garderobe, kako bi se izašlo u susret nepresušnim zahtevima mode. Pošto je i slobodno vreme usredsređivano na kućne aktivnosti, bila je omogućena kupovina nove garderobe i novih

uređaja, što je iznova podsticalo proizvodnju robe široke potrošnje (videti Jackson, 1991, o životnom stilu srednje klase u Britaniji u prvoj polovini XX veka).

Možemo zaključiti da je postojao odnos simbioze između личности žene iz predgrađa i isticanja žene u prvi plan kad je u pitanju konzumerizam. Komplementarna međuzavisnost, koja je obrazložena u drugom aspektu razvoja potrošačke kulture, bavi se pojmom državljanstva koje sam već spomenuo. Prividno slične, anonimne kuće iz predgrađa depresivno su prosečne a nedostaje im duh zajedništva koji je prisutan u zgradama. Bilo da su odvojene ili spojene po vertikali, one podstiču na privatna ulaganja u traganje za osobenošću, stvarajući pri tome iluziju da je nemoguće napraviti krupnu grešku (Bell, 1958). Svojim neposrednim pristupom spektakularnim mestima potrošačke zabave one su ispunile obećanje o demokratskom pristupu istovremeno uvećavajući niz mitova o opasnosti prenaseljenog grada nasuprot mirnom životu predgrađa.

Bila mi je dužnost da objasnim posledice izreke koja kaže da su se naša poimanja životnog stila razvila u okviru konteksta potrošačke kulture, a mislim da možemo reći i da su od njega zavisila. Međutim, ova bliska povezanost nije značila da ne postoji mnogostruka upotreba pojma životni stil. Već sam istakao da je potrošački marketing često bio usmeren na žene kupce; ipak, ne bi bilo ispravno reći da su žene predstavljale, ili da sada predstavljaju avangardu novijeg životnog stila. U trećem delu ove knjige na nekoliko mesta spominju se razlike u životnim stilovima kod muškaraca i žena u okviru iste društvene klase. Sve ovo nam govori da bi trebalo da tragamo za različitim životnim obrascima kad su u pitanju životni stilovi, da ne prihvatimo da oni predstavljaju krajnji oblik potrošačke zaludeności. Pa ipak, u okviru konzumerizma postoje ideološke doslednosti koje se odražavaju na diskurs životnog stila.

Prva se odnosi, kao što sam istakao, na uživanje u marketinškoj neistini. Prirodna i tradicionalna društvena ogra-

ničenja u trgovini ne obaziru se na laskanja svakoj mušteriji. Ovo nas dovodi do druge odlike spektakularnog prikazivanja marketinškog procesa i individualnih životnih stilova kao obrazaca ponašanja. Postoji, uz to, i treća odlika, koja podrazumeva odgovarajućeg kupca: stvari se mogu preuzeti i iskoristiti onakve kakve jesu. Sve ovo čini da bolje razumemo četvrtu odliku, koja se odnosi na slobodu izbora ali se istovremeno oslanja i na prisustvo ostale tri odlike, što dovodi do prisvajanja zadovoljstva: roba, usluge i iskustva stižu se pojedinačno čak i ako služe za to da se ostavi utisak na zajednicu. Ovo je kratak i neminovno eliptičan pregled ideološke klime. Međusobnom zavisnošću pomenutih tema i promenljivih obrazaca društvenog poretka detaljnije ćemo se pozabaviti u narednom delu knjige koji govori o studijama značajnih sociologa.

Do sada sam bio usredsređen na odlike novonastale potrošačke kulture. Samim tim zanemario sam istovremeni razvoj dokoličarske industrije, osim ukoliko je i sama dokolica jedan od proizvoda procvata potrošačke kulture. Već sam spomenuo da je komercijalizacija slobodnog vremena, to jest prelazak sa zajedničkih oblika igre i proslave ka komercijalnim oblicima zabave, specijalno organizovanim, predstavljala bitan korak u razvoju osobene kulture srednje klase. Moglo se zato i očekivati da će nova poslovna ulaganja u svet zabave biti usmerena uglavnom na srednju klasu, s obzirom da je ona imala potrebna sredstva pomoću kojih je obezbedila i vreme i novac za zabavu. Zabava je, kao ustanovljeni kulturni obrazac kome je pripadao već spomenuti svet koncerata, ili kasnije u XIX veku, razvoj uglednih pozorišta, obeležila pojavu osobene klasne kulture. Štaviše, značajno je napomenuti i da je svet novonastale gradsko-industrijske radničke klase još u početku dobio osoben karakter zahvaljujući komercijalizaciji slobodnog vremena (Cunningham, 1980; Walvin, 1978).

Jedan od najdirektnijih pokazatelja razvoja novih tržišta za potrebe slobodnog vremena jeste porast broja stanovnika u britanskim primorskim gradovima i pojedinim

banjama (zastupljenijim u kontinentalnom delu Evrope) koji služe kao odmarališta poslednjih dvesta godina. Iako su ona ubrzo postala odraz klasne pripadnosti na osnovu ambijenta i načina zabave, kao i prosečne cene boravka, ona su istinski ukazivala i na prisustvo masovnog tržišta, koje je u jednom periodu bilo neuobičajena pojava, ali koje se u XX veku razvilo u turističku industriju (Rojek, 1993). Istovremeno s razvojem bioskopa, kao prvog sredstva javnog informisanja popularno-zabavnog karaktera, novi kulturni obrasci masovnog slobodnog vremena ubrzo su osvojili jezik industrijskih delatnosti slobodnog vremena, iako je spoj kupovnih mogućnosti i predmeta namenjenih slobodnom vremenu u velikim gradovima uglavnom bio usmeren na srednju klasu (Chanan, 1980; May, 1980; Sklar, 1978). Naravno da nijedan od ovih procesa nije bio ideološki neutralan. Proširenje masovne dokolice nije se ticalo samo procesa podizanja životnog standarda i skraćivanja radnih sati, već je predstavljalo smišljenu nameru da se suzbiju klasni sukobi i umanje razlike između klasnih kultura (Bailey, 1978; Clarke i Critcher, 1985).

Društvena i kulturna istorija razvoja ulaganja u slobodno vreme tokom XX veka uglavnom se bavi pojavom novih industrija masovne zabave. Osim već pomenutog bioskopa, možemo govoriti i o masovnom izdavaštvu, unapređenju radija i televizije i srodnih vidova zabave poput popularne fotografije, video (snimaka) i snimaka popularne muzike. Još jedan primer velikog ulaganja kapitala u slobodno vreme poslednjih godina jeste razvoj elektronskih igara kako u salonima zabave tako i kod kuće. Industrije dokolice igraju izuzetno značajnu ulogu u svim sferama životnih stilova, ne samo zbog toga što ispunjavaju veliki deo slobodnog vremena potrošača već i zbog toga što zapošljavaju ogroman broj ljudi zaduženih za proizvodnju i predstavljanje proizvoda, i zahtevaju ogromna ulaganja kako bi se održalo sopstveno tržište. Upravo zato industrije dokolice slične su ostalim oblicima robe široke potrošnje: imaju istu strukturnu osobinu, već

uočenu kod standardne snabdevenosti velikih gradova, dopunjenu ličnom, često porodičnom potrošnjom.

Reakcije na pojavu masovne kulture bile su početkom XX veka uglavnom pesimistične jer se verovalo da bi ona mogla potkopati standarde društveno priznate kulture i da bismo svi završili ili posmatrajući isti način života, ili slušajući i čitajući o njemu. Pretpostavljam da se jedan od načina da se razume uloga životnih stilova odnosi na to da su se pomenuti strahovi pokazali neosnovanim, barem što se tiče poslednjeg. Ponude i upotreba pogodnosti koje pruža industrija potrošnje i dokolice masovnih auditorijuma, pokazale su se znatno složenijim nego što se moglo naslutiti iz prethodnih tumačenja onih koji su se bavili kulturom.

Ovo ne znači, kao što sam i istakao, da izbori životnog stila neizostavno imaju složeno i doslovno značenje. Nastojao sam da ukažem na to da se tradicionalna očekivanja vezana za ove izbore ne mogu razumeti ako nisu smeštena u kontekst društvene i kulturne istorije razvoja modernog doba. U narednom poglavlju detaljnije ću se pozabaviti određenim vidovima upotrebe jezika životnih stilova poslednjih godina.