AKTUALNOST VEBLENA DANAS

Šutalo, Benjamin

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:009318

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

Završni rad

„AKTUALNOST VEBLENA DANAS“

Mentor:

Prof. dr. sc. Zlatan Reić

Student:

Benjamin Šutalo

Broj indexa: 1185772

Split, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. ŽIVOT I DJELO THORSTEINA VEBLENA 2

3. TEORIJA DOKOLIČARSKE KLASE THORSTEINA VEBLENA 7

4. VEBLENOV KONCEPT MODE 13

5. ZAKLJUČAK 18

LITERATURA 19

1. UVOD

Thorstein Veblen bio je norveško- američki ekonomist i sociolog. Veblenova najpoznatija knjiga je Teorija dokoličarske klase, objavljena 1899. u Čikagu, u kojoj iznosi tada novu ekonomsku i sociološku terminologiju institucionalizma i formulira koncepte koje će zastupati do kraja života. U ovoj studiji koja ima pretežno sociološki, a ne ekonomski karakter, Veblen napada američke poslovne krugove i njihove izmišljene društvene vrednosti. Knjiga je napisana upola ironičnim stilom, a upola sa neophodnom naučnom argumentacijom. U ovoj studiji možda najjače ogleda se primjena kritičke metode, koje pravi i formulira Immanuel Kant u Veblenovim djelima. U ovoj i drugim njegovim studijama osjeća se utjecaj Kantove etike i Kantovih radova. Osim toga i Veblen kao i Kant daje jedan vlastiti kategorijalni sustav u svojoj institucionalističkoj teoriji, koji odudara od glavnih puteva razvoja ekonomske znanosti. Veblen u svojoj kritici polazi od činjenice da je prirodna potreba svakog čovjeka i svakog društva da sebi osigura što prikladnija sredstva za što udobniji život. Međutim, još na kraju pretprošlog vijeka, Veblen uočava da pribavljena sredstva za dostojan život u suvremenom društvu, sve više i više gube svoju upotrebnu vrijednost i postaju vrijednost sama po sebi. Imati, sve više i više, znači biti. Po Veblenu je vidljivi pokazatelj bogatstva način na koji se provodi slobodno vrijeme, vrijeme dokolice. U to vrijeme ljudi se bave aktivnostima koje nemaju veze s pukim uzdržavanjem: umjetnošću, sportom, poželjnim društvenim ponašanjem. Za usvajanje određenih umijeća ili hobija kao i prikladnog ponašanja potrebno je slobodno vrijeme koje je indikator bogatstva, odraz činjenice da ti ljudi ne moraju svaki dio života provoditi u borbi s egzistencijom, već si mogu dopustiti bavljenje drugim stvarima. Što je više vremena potrebno da bi se usvojili određene manire i hobiji, to se oni više cijene u društvu. Međutim, u modernom društvu, po Veblenu, ljudski su susreti postali povremeni i prekratki, tako da je u tim uvjetima teško uočiti dokolicu – funkciju iskazivanja bogatstva preuzima upadljiva potrošnja, potrošnja za van– kupovanje i akumulacija dobara koja nastaje kao produkt novčanog natjecanja.

2. ŽIVOT I DJELO THORSTEINA VEBLENA

Thorstein Veblen, puno ime Thorstein Bunde Veblen, (rođen 30. srpnja 1857, Manitowoc okrug, Wisconsin, SAD - umro 3. kolovoza 1929, u blizini Menlo Parka, Kalifornija), američki ekonomist i sociolog koji je nastojao primijeniti evolucijski, dinamičan pristup proučavanju ekonomskih institucija. S teorijom dokoličarske klase (1899) dobio je slavu u književnim krugovima i opisujući život bogatih, skovao je fraze -upadljivu potrošnju i novčanu emulaciju - koje su još uvijek u širokoj upotrebi. Veblen je bio norveškog podrijetla. Nije učio engleski sve dok nije pošao u školu, a čitav svoj život govorio ga je s naglaskom. Diplomirao je na sveučilištu Carleton u Northfieldu, Minnesota, u tri godine, dokazujući se kao briljantan učenik. Nastavio je studirati filozofiju na sveučilištima Johns Hopkins i Yale te je doktorirao. Nije uspio pronaći mjesto nastavnika te se vratio na očevu farmu u Minnesoti, gdje je sljedećih 7 godina većinom čitao. Danima, napisao je jedan biograf, sve što se od njega moglo vidjeti bilo je vrh njegove glave u prozoru potkrovlja. Godine 1888. oženio se s Ellen Rolfe, članicom bogate i utjecajne obitelji. Još uvijek nije uspio pronaći posao, a 1891. godine upisao je Sveučilište Cornell kao student. Tamo je impresionirao J. Laurence Laughlin tako visoko da je, kada je od Laughlina zatraženo da predvodi ekonomski odjel na novom Sveučilištu u Chicagu 1892., poveo Veblena s njim kao ekonomistu. Tek 1896., kada je Veblen imao 39 godina, on je stekao čin instruktora (Pierce, 2018).

Najpoznatije mu je djelo Teorija dokoličarske klase (The Theory of the Leisure Class, 1899) s kritičkom analizom životnoga stila viših slojeva američkog društva, u kojem kao središnje fenomene izdvaja ostentativnu potrošnju (conspicuous consumption) i dokoličarenje, koji služe kao pokazatelji društvenih položaja. Ostala važnija djela: Teorija poslovnoga poduzeća (The Theory of Business Enterprise, 1904), Stečena prava i stanje industrijskih umijeća (The Vested Interests and the State of Industrial Arts, 1919), Inženjeri i sustav cijena (The Engineers and the Price System, 1921) (Hrvatska enciklopedija).

Njegova prva knjiga, Teorija dokoličarske klase, objavljena je 1899. godine. Još se danas čita, ona predstavlja bit većine njegovih razmišljanja. Veblen je pokušao

primijeniti Darwinov evolucionizam na proučavanje modernog ekonomskog života. Industrijski sustav, pisao je, zahtijevao je od muškaraca da budu marljivi, učinkoviti i kooperativni, dok su oni koji su vladali poslovnim svijetom bili zabrinuti za zarađivanje novca i prikazivanje svog bogatstva; njihov pogled bio je opstanak, ostatak predatorske, barbarske prošlosti. Veblen je očigledno uživao u „modernim opstancima junaštva“ u zabavama, modi, sportu, religiji i estetskom ukusu vladajuće klase. Knjiga je uhvatila interes književnog svijeta, gdje se čitala kao satira, a ne kao znanost, i tako je Veblenu donijela reputaciju društvenog kritičara koji se proteže daleko izvan njegova akademskog horizonta. Njegov ugled, međutim, nije mu donio akademski uspjeh. Bio je ravnodušni učitelj, samo je prezirao sveučilišni ritual predavanja i ispita. Njegov najpoznatiji tečaj, „Ekonomski čimbenici u civilizaciji”, protezao se na ogromnim područjima povijesti, prava, antropologije i filozofije, ali je malo pozornosti posvetio ortodoksnoj ekonomskoj teoriji. Godine 1904. objavio je Theory of Business Enterprise, u kojem je proširio svoju evolucijsku temu nespojivosti između modernog industrijskog procesa i iracionalnih sredstava poslovanja i financija (tj. Razlike između proizvodnje robe i zarađivanja novca). U Chicagu je Veblen stekao samo čin docenta i bio je prisiljen otići nakon što je bio optužen za bračnu nevjeru. On je imenovan na suradničku profesuru na Sveučilištu Stanford 1906. godine. Nakon tri godine njegova osobna pitanja ponovno su postala problem i bio je prisiljen ponovno podnijeti ostavku. (Pierce, 2018).

Kasnije je Veblen s malo poteškoća našao mjesto predavača na Sveučilištu Missouri, na znatno nižoj plaći, i tamo je ostao od 1911. do 1918. godine. Razveo se od Ellen Rolfe, a 1914. oženio Anne Fessenden Bradley. Imala je dvije kćeri, koje je odgojila prema Veblenovim utilitarnim idejama izraženim u Teoriji dokoločarske klase. U Missouriju je Veblen uživao u produktivnom razdoblju. U knjizi The Instinct of Workmanship i State of the Industrial Arts (1914.), on je razradio svoju ideju da je poduzetništvo u temeljnom sukobu s ljudskom sklonošću za koristan napor; previše energije čovječanstva izgubljeno je kroz neučinkovite institucije. Početak Prvog svjetskog rata produbio je Veblenov pesimizam za izglede ljudske rase. U Imperijalnoj Njemačkoj i Industrijskoj revoluciji (1915.) on je sugerirao da je Njemačka imala prednost u odnosu na demokratske države kao što su Velika Britanija i Francuska, jer je njegova

autokratija bila u stanju bolje usmjeriti dobitke moderne tehnologije prema službi države. Međutim, priznao je da je prednost samo privremena, jer bi njemačko gospodarstvo na kraju razvilo vlastiti sustav upadljivog otpada. S upitom o prirodi mira i uvjetima njegovog trajanja (1917.), Veblen je stekao međunarodnu pratnju. Tvrdio je da su moderni ratovi uglavnom uzrokovani konkurentnim zahtjevima nacionalnih poslovnih interesa i da se trajni mir može ostvariti samo na račun „vlasničkih prava i cjenovnog sustava u kojem ta prava stupaju na snagu“. U veljači 1918. zaposlio se u Upravi za hranu u Washingtonu, D., ali njegov pristup gospodarskim problemima nije bio koristan za državne administratore, a on je ostao na tom mjestu manje od pet mjeseci. U jesen 1918. stupio je u redakciju časopisa The Dial, književnog i političkog časopisa u New Yorku, za koji je napisao niz članaka o “Suvremenom stajalištu i novom poretku”, koji je kasnije objavljen u obliku knjige. Druga serija članaka objavljena u The Dialu kasnije je objavljena u knjizi Inženjeri i sustav cijena (1921). Veblen je u tim djelima razvio svoje ideje za reformu ekonomskog sustava. Vjerovao je da bi inženjeri, koji su imali znanje da upravljaju industrijom, trebali preuzeti njegov smjer, jer bi se njime upravljali za učinkovitost umjesto profita. Ova tema bila je središnja u kratkom pokretu iz doba depresije poznatom kao „tehnokratija“ (Pierce, 2018).

Veblenov primarni interes bio je u analizi posljednjih dana industrijskog društva, ali karakteristično je da je imao dugi povijesni pogled. Tako je u svom Instinktu izrade (1914.) pokušao analizirati društveno-evolucijske faze koje su prethodile nastanku modernog društva. On je socijalnu evoluciju podijelio u dvije velike faze; pretpovijesno „divlja država“ i „grabežljivo društvo“. Osim neopravdano idiličnog opisa prve faze, Veblenovi obrisi društvene evolucije otprilike su slični onima kasnijih vlasti kao što su V. Gordon Childe i Leslie White. Vidio je pužev napredak tehnologije koji u konačnici proizvodi, u lovačko-skupljačkoj ekonomiji divlje države, ekonomski višak, koji je odlučno proširen pojavom poljoprivrede. Društvo je tada preuzelo modernu ljevicu, s razvojem vlasništva, klase, države, svećeništva i rata. Predatorsko društvo, ili povijesno vrijeme, prema Veblenu, imalo je dvije glavne podjele: barbarstvo, u kojem su prisilu vršile izravno vojne i svećeničke službe; i novčana vremena, postmedevalačka dob, pri čemu je iskorištavanje bilo provedeno metodama zaokruživanja, poluprekidanja.

Zauzvrat, novčano društvo može se podijeliti u doba rukotvorstva (doba ranog modernog Zapada) i strojno doba (posljednja dva stoljeća). Veblen je naglasio rasipničku prirodu novčanih institucija i njihovu suštinsku naklonost prema krizama i promjenama (Pierce, 2018).

Veblen je modificirao marksističku analizu strojarskog društva, naglašavajući ključnu važnost sukoba između „poslovanja" (vlasništva koje traži profit) i „industrije" (maksimalna proizvodnja roba i usluga). Opisao je proizvodnju kao besprijekornu mrežu specijaliziranih tehnoloških procesa. Sukob između biznisa i industrije proizlazi iz toga što, iako su „industrijske umjetnosti" stoljećima razvijale cijela zajednica i koje su njezino pravo nasljeđe, postale su pod kontrolom nekoliko vlasnika, u čijem je interesu ograničiti izlaz u kako bi se povećala dobit. Dobrobit, za Veblena, značila je maksimalnu proizvodnju po najnižoj cijeni - takav je industrijski duh. Duh posla, s druge strane, definirao je kao sabotažu i prodavanje, „naplaćujući što će promet imati". Upravo je upravljanje poslovanjem, prema Veblenu, odgovorno za depresije. One su inherentne profitno orijentiranoj kontroli konkurentnih industrijskih poduzeća, jer nove i učinkovitije tvrtke (tj. učinkovite u ostvarivanju profita) prisiljavaju likvidaciju starijih. Štoviše, nastojanja profitno orijentiranog poslovanja za suzbijanje depresija mogu imati samo nepoželjne posljedice. Veblen je predvidio posljedice kao što su povećana udruživanja, širenje prodaje i „rasipna" potrošnja od strane vlade i „održanih klasa" (Delavan, 2008).

Dominacija poslovnih vrijednosti, kaže Veblen, proteže se na mnoga područja američkog života, uključujući i visoko obrazovanje. Njegovo visoko učenje u Americi (1918.) bila je upečatljiva analiza učinaka novčanih kanona na sveučilišnu organizaciju, administraciju, podučavanje i istraživanje. Općenito, međutim, Veblen je tijekom svog života bio usredotočen na razvoj američkih socijalnih i ekonomskih institucija u njihovom međunarodnom okruženju (Delavan, 2008).

Većina njegovih najvećih djela ima taj široki pogled: dva o američkom gospodarstvu (1904; 1923); knjige o Njemačkoj (1915.) i o miru (1917.); i mnoge eseje u njegovim zbornicima, u Mjestu znanosti u modernoj civilizaciji i posthumno objavljenim esejima

u našem promjenjivom poretku. Također, u ova dva sveska su povremeni napadi na tehničku ekonomsku teoriju. Ali Veblen je bio mnogo više zainteresiran za društveni milje i posljedice ekonomskih čimbenika u modernom industrijskom društvu nego za apstraktnu ekonomsku analizu. Možda je najbolji kratki uvod u njegove vodeće ideje o društvenim promjenama, poslovanju protiv industrije, nacionalizmu i drugim suvremenim zbivanjima mala knjiga pod nazivom Vested Interests i običan čovjek (1919) (Delavan, 2008).

3. TEORIJA DOKOLIČARSKE KLASE THORSTEINA VEBLENA

Veblen u svojoj knjizi pod nazivom „Teorija dokoličarske klase" piše, kao što i sam naziv knjige govori, o razvitku klase čiji se pripadnici vežu uz provođenje vremena dokolice. Iako je knjiga napisana u 19. stoljeću, još uvijek je od presudne važnosti za problematizaciju potrošačkog društva. Oznaka dokoličarske klase je najuočljivija u tome što njeni pripadnici, kao i u ranijim stadijima razvitka društva, nisu radili fizičke poslove kako bi mogli uživati u slobodnom vremenu. Ono što autor ističe jest da se termin dokolice ne odnosi na fazu mirovanja, već konotira neproduktivnu potrošnju vremena koja se odvija u stvaranju osjećaja nedostojnosti produktivnog rada i koja služi kao dokaz materijalne sposobnosti osiguranja života besposlice (Mateša, 2016).

Institucija dokoličarske klase može se, u svom najrazvijenijem vidu, naći u višim razinama varvarske kulture – kao npr. u feudalnoj Europi ili feudalnom Japanu. U takvim zajednicama se vrlo strogo vodi računa o klasnim razlikama. Najupečatljivija karakteristika - u tim klasnim razlikama - od ekonomskog značaja je distinkcija među poslovima dostojnim pojedinih klasa. Više klase su, po tradiciji, oslobođene ili isključene iz proizvodnih poslova; za njih se rezerviraju određena zanimanja kojima se pripisuje izvjestan stupanj časti. Ratovanje je najvažnije među časnim zanimanjima u svim feudalnim zajednicama, a svećenička služba obično dolazi odmah poslije ratovanja. Ako jedna varvarska zajednica nije izrazito ratnička, onda svećenička služba može uzeti prvenstvo, s tim da ratnička služba po značaju dolazi odmah poslije nje. Međutim, uvijek važi pravilo, s vrlo malim izuzecima, da su više klase - bilo da su ratničke ili svećeničke - oslobođene proizvodnih poslova, i to oslobađanje je ekonomski izraz njihovog superiornog ranga. U zajednicama koje pripadaju višoj varvarskoj kulturi postoji prilična podjela na potklase, unutar koje bi se mogla zgodno nazvati dokoličarskom klasom. Isto tako postoji odgovarajuća podjela zanimanja među tim potklasama. Dokoličarska klasa kao cjelina sadrži plemićke i svećeničke klase, zajedno s dobrim djelom njihove pratnje. Zanimanja ove klase razvrstana su na odgovarajući način, ali imaju zajedničku ekonomsku karakteristiku - neproduktivna su. Ova neproduktivna zanimanja viših klasa, grubo svrstana, jesu: vladanje, ratovanje, vršenje vjerskih obreda i bavljenje sportovima. Dokazi koje pružaju običaji i kulturne crte

zajednica na niskom stepenu razvitka pokazuju da se institucija dokoličarske klase pojavila postepeno tokom prijelaza iz primitivnog divljaštva u varvarizam, ili tokom prijelaza iz miroljubivog u stalni ratnički način života. Očigledno je da su potrebni uvjeti za pojavu dokoličarske klase u stalnom obliku sljedeći:

- zajednica mora imati pljačkaški način života (ratovanje ili lov na krupnu divljač, ili oboje), što znači da ljudi koji sačinjavaju u ovim slučajevima tek oformljenu dokoličarsku klasu moraju biti naviknuti na nanošenje povreda putem sile ili ratnog lukavstva;
- sredstva za život moraju biti pristupačna na dovoljno lak način, kako bi moglo doći do oslobođenja znatnog djela zajednice od stalnog vršenja rutinskog rada (Mišić, 2008).

Institucija dokoličarske klase izrasla je iz jedne rane diskriminacije među zanimanjima, prema kojoj su neka zanimanja cjenjena, a druga nisu. Po toj drevnoj distinkciji, cjenjena zanimanja su ona koja se mogu svrstati u podvige; nisu cjenjena ona potrebna svakodnevna zanimanja koja ne sadrže toliko poštovani elemenat podviga. U ranijim stupnjevima kulture, kada je osobna snaga pojedinca mnogo neposrednije i očiglednije odlučivala o utjecaju na tok događaja, elemenat podviga se u svakodnevnom načinu života mnogo više cjenio. Za tu činjenicu je vladao mnogo veći interes. Prema tome, distinkcija do koje je na toj osnovi dolazilo izgledala je onda imperativnija i određenija nego što je danas slučaj. U toku kulturne evolucije pojava dokoličarske klase poklapa se s početkom vlasništva. To je bilo potrebno, jer ove dvije institucije proističu iz istog niza ekonomskih faktora. U samoj početnoj fazi njihovog razvoja one su samo različiti aspekti istih općih činjenica društvene strukture. Za namjenu čovjeka, dokoličarstvo i vlasništvo su interesantni baš kao elementi društvene strukture, odnosno kao konvencionalne činjenice. Uobičajeno zanemarivanje rada ne čini dokoličarsku klasu, kao što ni mehanička činjenica korištenja i potrošnje ne čini vlasništvo. Pitanje koje se postavlja je porijeklo i priroda jedne uobičajene dokoličarske klase, s jedne strane, i početka privatnog vlasništva kao uobičajenog prava ili opravdanog zahtjeva, s druge strane. Prvobitna diferencijacija iz koje je poteklo pravljenje razlike između dokoličarske i radne klase je održavanje podjele na čovjekov i ženin posao u nižim

razinama varvarizma. Isto tako, najraniji oblik vlasništva je posjedovanje žene od strane sposobnih muškaraca zajednice. Ove činjenice se mogu izraziti na općenitiji način i bliže smislu varvarske teorije života ako se kaže da je to posjedovanje žene od strane muškaraca. Nema sumnje da je prije nego što je došlo do običaja da se usvaja žena došlo do posvojavanja korisnih predmeta. Običaji postojećih arhaičnih zajednica u kojima ne postoji posjedovanje žene potkrijepljuju ovakvo gledište. U svim zajednicama članovi, kako muškarci tako i žene, imaju običaj da za svoju osobnu upotrebu usvajaju razne korisne predmete. Međutim, ti korisni predmeti se ne smatraju vlasništvom lica koje ih usvaja i koristi. Uobičajeno usvajanje i korištenje, odnosno potrošnja izvjesnih nevažnih osobnih stvari vrši se bez pokretanja pitanja vlasništva, to jest pitanja uobičajenog, opravdanog polaganja prava na tuđe stvari. U svim razinama kulture, osim onih najnižih, „pristojna okolina" i oslobođenje od „sluganskih poslova" podržavaju kod normalnog čovjeka njegov osjećaj samopoštovanja. Prisilno napuštanje njegovog uobičajenog standarda pristojnosti, bilo u pogledu životnih potreba ili u pogledu vrste i količine njegove svakodnevne djelatnosti, smatra se povredom njegovog ljudskog dostojanstva, bez obzira na svjesno razmišljanje o eventualnom odobravanju ili neodobravanju od strane njegove okoline. Etikecija je počela time što je bila simbol i pantomima, a imala je samo vrijednost pokazivatelja činjenica i kvaliteta koje je simbolizirala. Međutim, uskoro je pretrpjela promjene koje se u ljudskim odnosima obično događaju simboličnim činjenicama. Po popularnom shvaćanju, maniri su uskoro sami po sebi počeli predstavljati neku vrijednost; oni su uskoro poprimili obredni karakter, u velikoj mjeri nezavisan od činjenica koje su u početku označavali. Kršenje zakona lijepog ponašanja postalo je svim ljudima suštinski odvratno, a dobar odgoj nije, po svakodnevnom shvaćanju, prosto znak ljudske savršenosti, nego integralan dio plemenitog ljudskog duha. Ona količina časnog dokoličarskog života koja nije provedena pred očima gledatelja može poslužiti za svrhe uglednosti samo ukoliko ostavi opipljiv, vidljiv rezultat, koji se može izložiti kao dokaz i mjeriti i usporediti s proizvodima iste vrste izloženim od strane takmičarskih aspiranata na uglednost. Izvjesni takvi efekti - kao što su dokoličarski i nonšalantni maniri i držanje itd. - slijede uslijed stalnog uzdržavanja od posla čak i kada subjekt ne misli na to i ne nastoji da kroz učenje stekne izgled dokoličarskog obilja i gospodstva. Dokoličarski život, vođen neprekidno kroz nekoliko generacija, naročito ostavlja stalan, vidljiv utisak u pogledu

izgleda osobe, a još više u navikama ponašanja i držanja. Međutim, svi ovi znaci nagomilanog dokoličarskog života i savršenosti u lijepom ponašanju, do kojih se dolazi pasivnim navikavanjem, mogu se dalje usavršiti brigom i revnosnim stjecanjem znakova počasne dokolice, a onda provođenjem izlaganja tih pomoćnih znakova oslobođenja od zaposlenja putem naporne i sistematske discipline. Među tom najvišom dokoličarskom klasom, koja nema nikog više iznad sebe i malo jednakih sebi, pravila lijepog ponašanja nalaze svoj najpuniji i najzreliji izraz, a ta najviša klasa isto tako daje pravilima lijepog ponašanja onu definitivnu formulaciju koja služi kao kanon pristojnosti za sve ostale niže klase. Najširа manifestacija zastupničke dokolice u suvremenom životu sastoji se od takozvanih domaćinskih dužnosti. Te dužnosti brzo postaju takve vrste dužnosti koje se vrše, ne toliko radi osobne koristi glave domaćinstva, koliko radi uglednosti domaćinstva uzetog kao jedinstveno tijelo - skupine u kojoj se domaćica kao član nalazi u položaju tobožnje jednakosti. Uporedo s udaljavanjem domaćinstva od njegove arhaične osnove posredničkog braka, te domaćinske dužnosti teže da se izdvoje iz kategorije zastupničke dokolice u svom prvobitnom smislu (osim u onolikoj mjeri u kolikoj ih vrše najamne sluge). To znači da, pošto je zastupnička dokolica moguća samo na osnovu statusa ili najamne službe, nestanak odnosa statusa iz ljudskih općenja u bilo kom trenutku dovodi do nestanka zastupničke dokolice u istom razmjeru. Međutim, mora se dodati da, dokle god postoji domaćinstvo ova vrsta neproduktivnog rada koji se vrši u interesu uglednosti domaćinstva mora se još uvijek klasirati kao zastupnička dokolica, iako u nešto izmjenjenom vidu. To je sada dokolica koja se vrši za kvazilično korporativno domaćinstvo, umjesto, kao ranije, za posedničkog starješinu domaćinstva (Mišić, 2008).

Ono o čemu Veblen govori jest upadljiva potrošnja koja postaje označiteljska karakteristika dokoličarske klase. Upadljiva potrošnja vrijednih roba je sredstvo reputacije slobodnog vremena. Domene u kojima je takav oblik potrošnje najvidljiviji jest svakako opremanje domaćinstva i konzumacija hrane, no Veblen naglašava odijevanje. Potreba za odjećom je eminentna „viša" ili spiritualna potreba. Autor također naglašava da odjeća nije morala samo biti skupa, već i posljednji „krik" mode. Krinoline za žene ili sjajne cipele i šeširi koje su nosili muškarci jasno su davali do znanja da se radi o gospodi koja ne obavlja fizičke poslove, već uživa u vidljivoj

dokolici. S obzirom da se povremeno javljala tendencija niže klase da preuzme neki oblik odijevanja svojstven višoj klasi, odjeća se često mijenjala. Čini se kako je Veblenova analiza društva još uvijek značajna, jer je ovakav oblik rasipništva prisutan i u današnjem društvu iako možda ne u svjesnom obliku (Mišić, 2008).

U najširem smislu kulturološki, transdisciplinarni pristup dokolici u posljednje vrijeme dobiva na zamahu, a popis literature koja se bavi tom temom opsežan je i raznolik; obuhvaća znanstveno-teorijske uvide u socijalnu psihologiju dokolice, istraživanje zemljopisnih i ekonomskih razlika, analizu aspekata dokolice u modernom industrijskom i postindustrijskom društvu, odnos praksi dokolice i javnoga sektora, politiku dokoličarskih strategija, komercijalni aspekt, participacijske mehanizme u društveno organiziranirn oblicima dokolice, rodne i identitetne aspekte dokoličarenja i dostupnost „prava“ na dokolicu, komparativnu analizu slobodnog vremena prema starosnim grupama, odnos dokolice i kultumih aktivnosti od muzejske kulture do širokog raspona oblika vezanih uz fenomen izvedbe. Dakako, ne treba smetnuti s uma ni korijene bavljenja ovom temom u filozofiji, kao ni metodološke specifičnosti i dramatične promjene u istraživackim strategijama istraživanja dokolice na razmeđu društvenih i humanističkih disciplina (Petlevski, 2012).

Torsten Veblen ističe uvjete za pojavu dokoličarske klase. Po njemu zajednica mora imati pljačkaški način života, što znači da ljudi koji čine ovu klasu moraju da budu naviknuti na nanošenja povreda putem sile ili ratnog lukavstva. Istovremeno i sredstva života moraju biti pristupačna na dovoljno lak način da bi došlo do oslobođenja znatnog djela zajednice od stalnog obavljanja rutinskog rada. Sa uvođenjem institucije privatne svojine motivi takmičenja u društvu se proširuju i mjenjaju. Raste i potreba ljudi da se, kroz promjene u obrascima potrošnje, razlikuju od drugih. Tako standard bogatstva postaje potreban uvjet za sticanje poštovanja. Ljudi koji ne poseduju taj uvjet gube poštovanje u očima bližnjih i u svojim očima. Posljedica individualnog uspoređivanja je „svjesno rasipanje“ koje deformira estetske i moralne norme. Svjesno rasipništvo i dokolica su poštovani zato što dokazuju uspjeh i nadmoćnost. Moral, ukus, estetski principi, navike i cijeli život društva određen je „novčanim kanonima ukusa“ u kojima dominira princip rasipništva. Jedan politički mudrac, koji je još uvijek živ, piše Veblen, sveo je cijeli ovaj problem na načelo „jeftin kaput čini čoveka jeftinim i vjerovatno

nema čovjeka koji nije osjetio ubjedljivu snagu ovog načela“. Thorstein Veblen je u Teoriji dokoličarske klase dao oštru i sistematsku kritiku kapitalističkog sistema i novčane privrede. Objasnio je čovjekovu neurotičnu žudnju za novcem, za bogatstvom, za beskrajnim „manifestiranjem superiornosti“ koja se rađa na osnovu tržišne orijentacije i socijalno ekonomske nesigurnosti koju je donio kapitalizam (Tanasijević, 2013).

Veblen u svojoj kritici polazi od činjenice da je prirodna potreba svakog čovjeka i svakog društva da sebi osigura što prikladnija sredstva za što udobniji život. Međutim, još na kraju pretprošlog vijeka, Veblen uočava da pribavljena sredstva za dostojan život u suvremenom društvu, sve više i više gube svoju upotrebnu vrijednost i postaju vrijednost sama po sebi. Imati, sve više i više, znači biti. Roba gubi svoju utilitarnu funkciju, a puka želja za njenim posjedovanjem postaje svrha koja, s vrha, funkcionalizira sve, baš sve, međuljudske odnose. Imetak se divinizuje u monistički subjekt društva, kao vrhunaravni princip svijeta. Novac, osnovno oruđe ovog obreda, tali se u monetu moralne vrednosti. U ovoj alkemiji, pod pojam vrijednosti podvedena je puka cijena. Veblen govori o novčanim kanonima ukusa. Ukoliko kupujem ono što je skupo, kupujem ono što je nedvosmisleno vrijedno. Ukoliko posjedujem ono što je vrijedno, naime skupo, onda sam i sam vrijedan, naime skup u društvu. Istinito, dobro i lijepo, nije ono najskuplje, nego upravo obrnuto. Ono što je najskuplje, to je istinito itd. „Kupovnom moći“ ističe se dostojanstvo i postiže ugled u društvu, izdvojivši se iz mase nemoćnih, naprosto, neobdarenih gubitnika (Pavković, 2015).

Premještanjem „proizvodne socijalizacije“ u „potrošačku“ značaj kulture potrošnje raste do te mjere da ona postaje generator promjena u suvremenim društvima i stoga je presudna za njihovo razumijevanje. Simboli potrošačke kulture počinju oblikvoati sve društvene odnose i sve više dominirati viđenjem stvarnosti, načinima uspostavljanja identiteta te shvaćanjima svakodnevnog života. Rastuća potrošnja prisiljava na sve veću međusobnu ovisnost, ali i na sve veću individualizaciju, pri čemu je svatko prisiljen sve više investirati svoje osobne izbore (Tomić- Koludrović, 1998).

4. VEBLENOV KONCEPT MODE

Već stoljećima fenomen mode intrigira znanstvenike različitih područja, pa ipak, ta tema nije nikada bila toliko aktualna kao u vremenu kroz koje se upravo prolazi. Naime, prodor potrošačkog društva, stalni poticaji na trošenje, bombardiranje reklamama svih vrsta te česte promjene trendova u proizvodnji – uvjetovali su učestale pokušaje racionalnog objašnjavanja, traženja zakonitosti ili smisla modnih kretanja. Moda je važna društvena i gospodarska pojava vremena, ali i jedan od najosjetljivijih pokazatelja određenog ukusa epohe (Dorfles, 1997. Prema Odak, 2003.), koji je temelj svakog estetskog i kritičkog vrednovanja nekog povijesnog razdoblja – dakle, moda kao Zeitgeist, moda kao komprimiran izraz kulturnih zbivanja, moda pod utjecajem društvenih, političkih, umjetničkih događanja, moda kao ogledalo našeg vremena. Aktualnost teme mode i modnih promjena postaje sve veća ubrzavanjem životnog tempa modernog čovjeka, jer upravo su frenetične promjene u modi, ma u kojem području života, podsjetnik i indikator smjera u kojem se kreće današnje društvo, a to je, čini se, davanje prioriteta značenju vizualnog dojma i količini informacija pred sadržajem i kvalitetom, odnosno prevaga efekta nad smislom (Odak, 2003.).

Ishodište je teorije Thorsteina Veblena, koju iznosi u svojoj klasičnoj studiji Teorija dokoličarske klase da ljudi cijene bogatstvo i novac, a to implicira da što je neki objekt skuplji, smatra se ljepšim i poželjnijim. Počasna viša klasa teži pokazivanju svoje moći i raskoši – u temelju potrebe za bogatstvom stoji stvaranje stratifikacije po ugledu. Motiv vlasništva jest invidiozno uspoređivanje, a ne uživanje u tom bogatstvu. Naravno, da bi se bogatstvo i moć neke osobe procijenili, oni moraju biti jasno vidljivi. Dakle, novac koji leži na bankovnom računu u tom smislu ne koristi mnogo. Po Veblenu je vidljivi pokazatelj bogatstva način na koji se provodi slobodno vrijeme, vrijeme dokolice. U to vrijeme ljudi se bave aktivnostima koje nemaju veze s pukim uzdržavanjem: umjetnošću, sportom, poželjnim društvenim ponašanjem. Za usvajanje određenih umijeća ili hobija kao i prikladnog ponašanja potrebno je slobodno vrijeme koje je indikator bogatstva, odraz činjenice da ti ljudi ne moraju svaki dio života provoditi u borbi s egzistencijom, već si mogu dopustiti bavljenje drugim stvarima. Što je više vremena potrebno da bi se usvojili određene manire i hobiji, to se oni više cijene u

društvu. Međutim, u modernom društvu, po Veblenu, ljudski su susreti postali povremeni i prekratki, tako da je u tim uvjetima teško uočiti dokolicu – funkciju iskazivanja bogatstva preuzima upadljiva potrošnja, potrošnja za van (conspicuous consumption) – kupovanje i akumulacija dobara koja nastaje kao produkt novčanog natjecanja (pecuniary emulation). Moda je tipičan oblik rastrošnosti, pogotovo u odijevanju, no Veblen uočava modu i u drugim područjima. Njegov koncept ljepote naziva se novčanom ljepotom – ono što je skupo, to je lijepo. Niži slojevi pokušavaju oponašati i usvojiti manire i ukus viših slojeva; članovi svakog sloja prihvaćaju modu sljedećeg višeg sloja, grupe koja je neposredno iznad njihove. Međutim, osim po novčanom principu, ljudi prepoznaju i ono što je istinski lijepo. U modi je riječ o interakciji ta dva različita principa ljepote – kad bi moda samo slijedila principe novčane ljepote, predmeti bi postajali sve skuplji, skandalozniji i groteskniji. S druge strane, kad bi moda slijedila samo principe ljepote, ljudi bi već našli savršenstvo ljepote. Moda kombinira ta dva principa – prirodni ukus korigira modne pretjeranosti (Odak, 2003.).

Očito je da princip novčane ljepote može dovesti do pretjerivanja i grotesknih pojava, pa tako Veblen s prezirom piše o milijunašu koji živi u neukusno uređenoj kući. Po Dorflesu (1997. prema Odak, 2003.) može se reći da je Veblen stvorio teoriju kiča i kič-mode. Kako kaže Ilić (1970. prema Odak, 2003.), kič jest njemački termin za popularnu i komercijalnu umjetničku produkciju, proizvod masovne kulture; rezultat je industrijske revolucije – seljaci naseljavaju gradove, izgubili su ukus za „narodnu kulturu", čiji je oslonac selo, traže novu vrstu kulture, te društvo, prateći zahtjeve tržišta stvara zamjenu za pravu kulturu, tj. kič.

Kič (njemački Kitsch, možda od dijalektalnog kitschen: brzo napraviti, sklepati, ili prema engleskom sketch: skica, nacrt), djelo bez umjetničke vrijednosti. Izraz kič prvi su put upotrijebili münchenski trgovci potkraj XIX. st. za brzo izvedena djela po ukusu malograđanske publike; poslije je postao sinonim za sve što je u književnom i umjetničkom stvaranju dopadljivo, što svojom tehničkom dotjeranošću i sentimentalnošću, senzacionalnošću i patetičnom tematikom zadovoljava nekritičan ukus šire publike, a nema umjetničke vrijednosti. Sklonost prema kiču postojala je u rokokou, romantizmu i prvim desetljećima XIX. st. (belle époque), ali kao izrazito

sociokulturni fenomen pripada razdoblju potrošačkoga društva druge polovice XX. i početka XXI. st., u kojem se u masovnoj izradbi podilazi onomu što se smatra popularnim; prisutan je u svim područjima ljudske djelatnosti (umjetnosti, književnosti, filmu, turizmu, športu, politici, glazbi, modi i sl.). Kičerski proizvodi najčešće su rezultat amaterskoga rada i različitih hobija; izraz su potrebe prosječna pojedinca za estetskim stvaralaštvom i estetskim okruženjem. Nakon II. svjetskoga rata povećalo se zanimanje za kič; pojedinci skupljaju kičerske predmete, organiziraju se tematske izložbe, a u Frankfurtu je otvoren muzej kiča (Hrvatska enciklpedija).

Kič je u svojoj biti imitacija stilova elite – ono što neki predmet čini kičem jest da je on masovno proizvedena, jeftina kopija nekog originalnog predmeta ili modela koji se smatra elegantnim. On je surogat, falsifikat – takav je na primjer barokni namještaj napravljen u naše doba. Kič je nezaobilazan termin pri spominjanju mode jer se neki stil u određenom periodu može smatrati kičem, dok poslije može doći do njegove ponovne revalorizacije (npr. Klimt, Gaudí ili katalonska secesija, koja se dugo vremena smatrala kičem, a danas se smatra vrijednim umjetničkim djelom). Važna pojava karakteristična za današnje doba pluralizma (stilova, kultura, vrijednosti i dr.) jest da moda prisvaja kič-motive. Često možemo primijetiti unutar „ozbiljnog" umjetničkog konteksta namjerno integrirane elemente kiča, koji zbog situacije u koju su uklopljeni više ne nalikuju na kič, već dobivaju na vrijednosti; baš zbog očiglednih diskrepancija među dijelovima, cjelina se čini još privlačnijom i više estetskom, te u neku ruku dobiva na zanimljivosti u odnosu na klasični, pouzdani stil dobrog ukusa jer je oživljena takvim (kič) elementima čije spajanje s „klasikom" iskazuje određeni stupanj maštovitosti i nekonvencionalnosti. Dapače, moglo bi se reći da je spoj kiča s istinski vrijednim djelima, pojavama, kreacijama – odlika viših slojeva, jer samo oni mogu doista prepoznati koji je stil u određenom vremenu kič. Niže slojeve kao sljedbenike mode karakterizira prihvaćanje ustanovljenog modela, trenda, oni ne eksperimentiraju, već se podvrgavaju konvencijama, ne stvaraju modele, već ih usvajaju. Nose se i žive onako kako smatraju da dolikuje određenom vremenu te (uglavnom) ne iskaču iz prosjeka. To iskakanje iz prosjeka i pomicanje konvencija dopušteno je i spontano se događa u višim slojevima, koji imaju određeno pokriće i kredibilitet za uvođenje inovacija. Spomenuto je da je samo viša klasa u stanju prepoznati koji je stil u određenom dobu kič. Naime, za vladajući sloj u kategoriju kiča i neukusa spada moda i stil koji je nedavno ili upravo

prošao, ili još uvijek eventualno zahvaća niže slojeve. Sve druge forme, stilovi i trendovi iz davne ili recentnije prošlosti (iako su nekad možda slovili za kič) kandidati su da ponovno zažive i uđu u modu dakako, u ponešto modificiranom ili stiliziranom obliku (Odak, 2003.).

Krajem 19. i početkom 20. stoljeća moda se počinje razmatrati u okvirima društvene analize specifičnoga procesa društvene integracije. 1899. godine Thorstein Veblen objavljuje studiju o fenomenu mode u društvenim uvjetima. Veblen ističe dvije funkcije odjeće: stvarnu (upotrebnu) i simboličku (znakovitu). Na primjeru haljine bogate građanke Veblen vidi klasni ustroj društva. Haljina nema nikakvu praktičnu svrhu ona pokazuje uočljivu potrošnju, gospodarsku moć bogate građanske klase, nametanje ukusa viših klasa nižima te razliku između društvene uloge žene i muškarca. Moda tako prebiva u društvu moći, a promjene u modi događaju se zbog proizvodnje društvenih razlika. U bogatoj građanki Veblen vidi pripadnicu privilegirane klase, ali ujedno i njezinu žrtvu jer ona svojim odijevanjem u nepraktičnu, ali raskošnu odjeću igra ulogu pasivne modne lutke koja svojom odjećom samo izražava svoj statusni. Veblen daje vrlo jasan odgovor na pitanje gdje se rađa moda u društvu. Usvajanje novim modnih navika se prema Veblenu uvijek događa odozgo prema dolje, preuzimanjem mode iz viših klasa i slojeva od strane nižih. Bogataši potiču niže klase i slojeve na oponašanje, ali prilikom oponašanja kulture aristokracije, novi bogataši odnosno dokoličarska klasa uvijek nezgrapno imitiraju postojeću kulturu starih bogataša. Moda tijekom prelaženja iz više u nižu kulturu poprima obilježja kiča (Špinderk, 2016.).

Veblen daje vrlo jasan odgovor na pitanje gdje se rađa moda u društvu. Usvajanje novim modnih navika se prema Veblenu uvijek događa odozgo prema dolje, preuzimanjem mode iz viših klasa i slojeva od strane nižih. Bogataši potiču niže klase i slojeve na oponašanje, ali prilikom oponašanja kulture aristokracije, novi bogataši odnosno dokoličarska klasa uvijek nezgrapno imitiraju postojeću kulturu starih bogataša. Moda tijekom prelaženja iz više u nižu kulturu poprima obilježja kiča. Gillo Dorfles smatra da ne postoji „ono bolje“ kada je riječ o modi, budući da je „najbolji ukus“ ili „bolji funkcionalni sustav“ u slučaju mode nemoguće potvrditi. Problematika se za njega uvijek nalazi u pitanju odnosa između ukusa i mode. Doista, ističe Dorfles, moda često prisvaja presudoumjetničke stilove ili one tipične za kič, te ih upotrebljava

na način da od djela „lošeg ukusa“ stvara djela istančanog i sofisticiranog ukusa. Kič je u svojoj biti imitacija stilova elite te ga kao takvog samo elita i može prepoznati. Niži slojevi su sljedbenici mode elite te se nose onako kako smatraju da dolikuje određenom vremenu. S druge strane, viši slojevi imaju pokriće i kredibilitet koje im daje njihov status te jedino oni mogu uvoditi inovacije u modu. Na taj način oni i određuju što spada, a što ne, u kategoriju kiča. Forme, stilovi i trendovi iz davne ili recentnije prošlosti iako su nekad bili kič mogu ponovno postati dio mode, ukoliko se za to odluči elita (Pavić, 2015).

5. ZAKLJUČAK

Thorstein Veblen je u Teoriji dokoličarske klase dao oštru i sistematsku kritiku kapitalističkog sistema i novčane privrede. Objasnio je čovjekovu neurotičnu žudnju za novcem, za bogatstvom, za beskrajnim „manifestiranjem superiornosti“ koja se rađa na osnovu tržišne orijentacije i socijalno ekonomske nesigurnosti koju je donio kapitalizam. Usvajanje novim modnih navika se prema Veblenu uvijek događa odozgo prema dolje, preuzimanjem mode iz viših klasa i slojeva od strane nižih. Bogataši potiču niže klase i slojeve na oponašanje, ali prilikom oponašanja kulture aristokracije, novi bogataši odnosno dokoličarska klasa uvijek nezgrapno imitiraju postojeću kulturu starih bogataša. Veblenovo djelo je nesumnjivo kritičko revolucionarno djelo, koje više intelektualnim nego političkim instrumentima skida splin samoobmana sa viso-kociviliziranog društva. Žudeći za emancipacijom čovjeka od svih uvjeta otuđenja i degradacije njegove ljudske prirode, Veblen je kao i svi veliki humanisti morao postati sociolog. Teorija dokoličarske klase predstavlja jedno od onih naučnih djela koja se čitaju sa istim emocionalnim i intelektualnim intenzitetom. Čak i onda kada su izvedene po svim principima naučnog mišljenja, Veblenove naučne kategorije nose u sebi sarkazam i podsmjeh suvremenom društvu, njegovim idolima, idealima, ideologiji, normama i ukusu, koje je opisao bezobzirnošću anatoma, otkrivajući grubu primitivnost moderne civilizacije. Poslije čitanja Veblenovih djela neće se posegnuti za rušenjem postojećeg svijeta, ali će sigurno mnoge mitove koje građansko društvo smatra osnovom i izvorom vlastite egzistencije – prezirati. U tom kritičkom životnom i naučnom stavu nalazi se osnova za razumjevanje i Veblenovog stvaranja i njegove osobne sudbine.

LITERATURA

- Delavan, W. (2008). *Veblen, Thorstein.* International Encyclopedia of the Social Sciences.
- Hrvatska enciklopedija. *Kič.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža.
- Hrvatska enciklopedija. *Veblen, Thorstein Bunde.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža.
- Mateša, I. (2016). *Društveno- kulturna funkcija trgovačkog centra u praksama dokolice.* Filozofski fakultet, odsjek za kulturalne studije, Sveučilište u Rijeci.
- Mišić, N. (2008). *Teorija dokoličarske klase.* Meditteran publishing, Novi Sad. Prevedeno: Veblen, T. B. (1899) *The Theory of the Leisure Class.* London, George Allen and Unwin, Ltd. Ruskin Houze, 40 Museum Street, W. C. 1.
- Odak, I. (2003). Moda u društvu: suvremena sociologijska tumačenja. *Revija za sociologiju, 34* (1-2), 97-107.
- Pavković, Z. (2015). *Veblen i Veber.* https://www.danas.rs/kolumna/zlatko-pakovic/veblen-i-veber/ (11.07.2019).
- Pavić, T. (2015). *Utjecaj medija na stvaranje modnih trendova.* Filozofski fakultet, odsjek za kulturalne studije, Sveučilište u Rijeci.
- Petlevski, S. (2012). *Politika dokolice- umjetnost dokoličarenja*. Istarski ogranak Društva hrvatskih književnika, 33-41.
- Pierce, F. S. (2018). *Thorstein Veblen- american economist and sociologist.* Encyclopedia Britannica.
- Špinderk, L. (2016). *Uloga medija u stvaranju modnih trendova.* Odjel za novinarstvo, Sveučilište Sjever, Varaždin.
- Tanasijević, S. (2013). *Teorija dokoličarske klase.* http://www.artnit.net/dru%C5%A1tvo/item/699-teorija-dokoli%C4%8Darske-klase.html (10.07.2019).
- Tomić- Koludrović, I. (1998). Individualizacija potrošačke kulture. *Socijalna ekologija, 7* (4), 357-371.