



..... Novi ekonomski model .....

# Kada ekonomija zaigra na kartu ljudskog srca

Proteklih mjeseci svjetsko tržište knjiga, ali i reklamne stupove zagrebačkih tramvajskih stanica, preplavili su natpisi o danskom **Hygge** konceptu. Ovaj viralni fenomen koji je posve zaludio svijet govori o vještini nalaženja životnog zadovoljstva u sadašnjem trenutku i ugodnoj dokolici u toplini vlastitog doma.

Piše: **mr. sc. Anita Zelić**

26

I dok jedni tvrde kako spomenuti koncept posve korespondira s primarnom ljudskom potrebom za mirom i sigurnošću, dežurni sarkastičari ne vide ništa osobito u tome da umotan u deku i zalijepljen uz radijator pijuckaš čaj i gledaš kroz prozor. Dapače, u zemlji u kojoj kiši otprilike 170 dana u godini, a temperature su ljeti u prosjeku 17 celzijevaca, romantiziranje boravka u zatvorenom i takvu vrstu dokoličarenja vide prije kao nužnost nego kao osobit gušt.

No, zašto je interes za ovim kulturalnim brendom postao tako brzo raširen i izvan danskih granica? Nije li on previše osmišljen prema obrascu te uspješne ekonomije iako znamo da u ovom trenutku čak dvije milijarde ljudi pokušava preživjeti dan s iznosom manjim od vrijednosti espresa koji platimo u kvartovskom kafiću. Možda bi ekonomska znanost trebala reći nešto i o tome.

## TRADICIONALNI EKONOMSKI MODEL

S jedne strane, kada čovjek živi u zemlji u kojoj zna da ga čeka jaka socijalna sigurnost, kvalitetno javno zdravstvo i odlična mirovina, smanjivati svoj opseg rada (koji ekonomska teorija vrlo dobro poznaje pod pojmom „efekt dohotka i supstitucije“) kako bi mogao uživati u malim životnim stvarima - dođe nekako prirodno. S druge, raspravljati o izboru između rada i dokolice na našim prostorima gotovo da je deplasirano. Dobiti pris-

tojno plaćen posao u međunarodnoj korporaciji sa sviješću da će raditi i 50 sati tjedno, san je prosječnog radno sposobnog stanovnika Lijepe Naše. Jednostavno, ljudi u manje sredeim gospodarskim uvjetima imaju lošiju kontrolu nad ponudom vlastitog rada i nisu baš toliko hrabri kada je u pitanju postavljanje i branjenje osobnih granica koje žele imati u životu.

No, ma koliko se na prvu činilo da je riječ o dva posve različita života koja se kao u presjeku skupova samo rubno isprepliću, cijela ova priča o miru, sigurnosti i malim skromnim ritualima ima savršenu ekonomsku logiku.

Ekonomska taktika tu se pokazala iznenađujuće preciznom.

Ako ćemo parafrazirati u ljudskim okvirima, cijela stvar izgleda otprilike ovako: Tvrtka proizvodi robu za domaćinstva - tj. nas, i omogućava nam prihod, a mi možemo potrošiti taj prihod na nova dobra i usluge. To se zove kružni tok ekonomije. Klasična ekonomska lekcija. Izgleda dovoljno jednostavno.

Međutim, modna industrija sasvim sigurno neće staviti ključ u bravu samo zato jer moje prijateljice i ja imamo dovoljno haljina. I tu se priča počinje komplicirati.

Ganjajući produktivnost, koja vuče cijene prema dolje i potiče nas da kupujemo još više stvari, tvrtka kreće u potragu za reprodukcijom noviteta. I tako, bacam staru haljinu i kupujem novu i moderniju.

Slično je promišljao i Adam Smith

kada je, kako navodi britanski ekonomist Tim Jackson, još krajem 18. stoljeća pričao o životu „bez srama“. No dok je život bez srama u vrijeme oca moderne ekonomije značilo imati pamučnu košulju, danas je popis malo duži. I evo nas, kao da smo skokom dugim dva stoljeća iskočili iz Smithove nebrojeno puta citirane sintagme. Treba nama još uvijek ta pamučna košulja, ali trebamo mi i pet pari cipela, dva godišnja odmora, iPhone, iPad, zakrivljeni UHD TV, osobni automobil, tekući puder, godišnju članarinu u lokalnom fitness klubu...

Nepregledne zalihe roba čekaju da ih kupimo. Iako ih možda i ne želimo, moramo ih kupiti, jer, ako ih ne kupimo, sistem se urušava. Kako se ne bi urušio, u proteklih par desetljeća povećali smo novčanu masu, kredite i dugove, sve kako bi ljudi mogli nastaviti kupovati stvari i ostati u igri.

Ukratko, prezaposleno bauljajući okolo, živimo po dobrom starom principu „trošim novac koji nemam, na stvari koje mi nisu potrebne, kako bih impresionirao ljude koji mi nisu važni“.

I naravno, takva je ekspanzija duboko utjecala na krizu - potrošački dug je rastao, osobna štednja je pala, a razvijene ekonomije suočile se s dugovima-njima i deficitima. Dogodila se erozija u tri ključne stvari ekonomskog razvoja: kapitalu, radu i produktivnosti. I onda je, negdje oko 2008., cijela stvar jednostavno - pukla.

Istraumatizirani krizom, ljudi polako počinju mijenjati ploču. Žele gledati u



budućnost, manje trošiti, više štedjeti i okreću se minimalizmu.

I eto je - potreba za mirom i sigurnošću. Zvali je mi na ovim prostorima gušt, čefir ili pomodarski - Hygge.

### NOVA METRIKA USPJEHA

Što sve ovo predstavlja za ekonomiju? Je li ekonomski rast temeljen na dosadašnjem potrošačkom modelu u suštini anomalija? Čini se kako smo uhvaćeni u svojevrstnu zamku i kako smo na neki način postali žrtve vlastitog uspjeha. Kreirali smo ekonomije koje privilegiraju samo jedan uski dio ljudske duše, a potpuno ignoriraju cjelokupnu kartu ljudskog srca.

Kako bi ekonomije izgledale da sagledamo realističniju sliku onoga što znači biti čovjek i uklopimo tu viziju ljudske prirode u njihovu srž? Možda bismo se više redefinirali prema danskom osjećaju prosperiteta - koji je manje materijalan od modela baziranog na potrošačkom rastu.

A možda nama ekonomistima jednostavno treba malo više poniznosti i skromnosti u vezi s tim što i koliko znamo.

Bilo kako bilo, lako je moguće da će u budućnosti biti potrebna druga metrika kako bi se izmjerio uspjeh nekog gospodarstva i poboljšanje životnog standarda. No naravno da cijela priča mora imati i materijalni aspekt jer nema ljudskog procvata sve dok čovjek nema elementarne stvari za život. Potrebno je prvo napuniti vlastiti frižider i zagrijati si radiator, a tek potom promišljati o rodnoj ravnopravnosti, klimatskim promjenama i smanjenju ekološkog otiska.

Ali, iako je potražnja pala u prvi plan

ekonomske analize pa se pojedince i njihova kućanstva najčešće analizira kao segment potražnje, oni su važan igrač i na strani ponude - prije svega na tržištu rada. A upravo sve veći broj poslova bit će više nalik znanstvenoj fantastici, a manje klasičnom radu kakav poznajemo. Baš kao što ćemo sve češće moći čuti kako, da bi se održala cijena usjeva na tržištu, netko plaća poljoprivredniku da usjeve ne sadi.

Jednostavno, ponuditi vlastiti rad u gospodarstvu prepunom strojeva koji su posljednjih godina počeli demonstirati vještine koje nikada prije nisu (razumijevanje, govorenje, slušanje) polako postaje sve veći izazov.

Tako bi, i sigurnost radnog mjesta mogla puno više ovisiti o specifičnim znanjima i vještinama koje posjedujemo, a puno manje o tome jesmo li platili sindikalnu članarinu i ide li nam radni staž. Izbor između osmosatnog radnog vremena i fleksibilnijeg rasporeda svojih obveza možda više uopće neće biti dilema.

### HYGGE NA DOMAĆI NAČIN

Pojedine ekonomske sile mijenjaju naš svijet na razne načine kojima svjedočimo svaki dan, imali mi jednadžbu kojom bismo to opisali ili ne. Bez razvoja, nacionalna se gospodarstva grče i stišću, ne samo u podacima domaće inačice zavoda za statistiku svake zemlje, nego i u značenjima kako se živi život. Prema tome, čini se kako istinski interes dobrog dijela svijeta za spomenutim danskim konceptom nije tek pomodna zapadnjačka postmaterijalistička fantazija, već on ima i duboku ekonomsku logiku.

Međutim, dok naši prijatelji sa sjevera brižljivo brendiraju svoj kulturalni koncept, možda ne bi bilo loše da i mi preispitamo autentičnost naše priče i priznamo si što je to što će većini koja živi u uvjetima hrvatskog gospodarstva predstavljati osjećaj prosperiteta. Što je to što će nam dati osjećaj sigurnosti? Je li to baš mir kućnog ogrtača ili možda nešto posve suprotno? Dodatna prilika za podebljati kućni budžet. Kako biti relaksirano prisutan u umirujućoj sadašnjosti ako tjeskobiš oko ovrhe koja ti prijete zbog neplaćenog računa za struju? Izgleda da će skandinavski koncept poimanja mira, u zemljama ekonomske nesigurnosti, ipak morati još malo pričekati.

Možda tome najbolje svjedoči primjer nekoliko bivših susjeda u postratnom Osijeku koje su požele osjetiti nešto financijske neovisnosti. Stoga su skovale plan. Polijepile su letke po gradskim banderama i započele posao s čišćenjem. Rotirale su se oko toga tko koji dan čisti, a tko čuva djecu.

Počeli su ih zvati klijenti i „biznis“ je krenuo. Bez podrške inkubatora. Bez pomoći akceleratora. Bez ikakve stipendije. Tih dana, prepričavajući ponosno uz osmijeh na sunčanoj terasi uz kavu kako su uspjele rasteretiti kućni budžet, one su uistinu osjećale - i mir i sreću sadašnjeg trenutka. I proživljavale neki svoj Hygge.

Možda ova priča domaćih žena zakucanih na najnižem dnu ljestvice prihoda sadržava suštinu logike koju prosječna Dankinja nikada ne bi razumjela. A vjerojatno bi i poludjela da joj susjeda svako malo pozvoni na vrata i zove na kavu.

Jer čefir se ipak ne može forsirati.