

Društvena solidarnost u konzumerističkom društvu

Kostenjak, Lorena

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:864528>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Lorena Kostenjak

**DRUŠTVENA SOLIDARNOST U
KONZUMERISTIČKOM DRUŠTVU**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU I KOMUNIKOLOGIJU

LORENA KOSTENJAK

**DRUŠTVENA SOLIDARNOST U
KONZUMERISTIČKOM DRUŠTVU**

ZAVRŠNI RAD
Mentor: Doc. Dr. Soc. Erik Brezovec

Zagreb, 2024.

SAŽETAK

Ovaj rad je istražio koncept društvene solidarnosti unutar okvira konzumerističkog društva, s posebnim naglaskom na način na koji se ovi dvaju fenomena međusobno isprepliću i utječu jedan na drugog. Konzumerizam, karakteriziran naglaskom na individualnoj potrošnji i ekonomskom uspjehu, često se percipira kao suprotan društvenoj solidarnosti, koja se temelji na kolektivnoj brizi i zajedničkoj odgovornosti. Rad je obuhvatio analizu kako konzumeristički uvjeti oblikuju različite obrasce društvene solidarnosti i kako se solidarnost može manifestirati u različitim oblicima u ovom kontekstu. Kroz pregled literature i empirijskih studija, rad je pokazao da, iako konzumerizam može doprinosti povećanju socijalnih nejednakosti, istovremeno omogućava i razvoj novih platformi i inicijativa koje promoviraju društvenu solidarnost.

Ključne riječi: društvo, konzumerizam, solidarnost

SUMMARY

This paper explored the concept of social solidarity within the frames of consumerist society with special focus on how these two phenomena intertwine and influence each other. Consumerism, characterized by an emphasis on individual consumption and economic success, is often know to be perceived as being in opposition to social solidarity, which is based on collective care and shared responsibility. This paper covered the analysis on how consumerist coditions shape different patterns of social solidarity and how it can be manifested in various forms within this context. Through a review of literature and empirical studies, the paper demonstrated that, although consumerism may contribute to increasing of social inequalities, it simuntaneously enables the development of new platforms and iniciatives that help promote social solidarity.

Keywords: society, consumerism, solidarity

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. POJAM SUVREMNOG DRUŠTVA.....	2
2.1. Sociološke perspektive društva.....	2
2.2. Kultura konzumerizma.....	3
3. SOLIDARNOST S ASPEKTA SUVREMENOG KONZUMERISTIČKOG DRUŠTVA.....	3
3.1. Teorije društvene solidarnosti.....	3
3.1.1. Klasične teorije.....	4
3.1.2. Moderni pristupi društvenoj solidarnosti.....	4
3.2. Utjecaj društvenih medija u kontekstu konzumerizma.....	5
3.3. Konzumerizam kao društveni fenomen.....	6
3.4. Društvena solidarnost u kontekstu konzumerizma.....	8
3.5. Inicijative za očuvanje ili jačanje društvene solidarnosti.....	9
4. ZAKLJUČAK.....	12
LITERATURA.....	13

1. UVOD

U današnjem konzumerističkom društvu, gdje su materijalne vrijednosti i potrošnja često na prvom mjestu, pojam društvene solidarnosti dobiva sve značajniji kontekst. Konzumerizam, s njegovim naglaskom na individualnom zadovoljstvu i ekonomskom uspjehu, može izgledati suprotan načelima zajedništva i uzajamne podrške. On ne oblikuje samo ekonomiju, nego uvelike utječe i na ostale aspeke našeg društva kao što su društveni odnosi i norme. Unutar ovakvog društva vrijednosti poput zajedništva, međusobne empatije i solidarnosti gube značaj i padaju u drugi plan.

No, u svijetu gdje su društvene nejednakosti i socio-ekonomske tenzije prisutnije nego ikad, potreba za društvenom solidarnošću postaje očiglednija. Ovaj uvod razmatra kako društvena solidarnost – sposobnost zajednice da se ujedini u pomaganju drugima i suočavanju s izazovima – može postojati i cvjetati unatoč izazovima i kontradikcijama konzumerističkog društva.

U prvom dijelu rada sažeto će se prikazati i definirati pojam suvremenog društva kroz sociološke perspektive i dotaknuti će se razvoja suvremenog društva u Hrvatskoj od osamostaljenja pa sve to danas. Istražit će se kako se koncept solidarnosti mijenja, prilagođava i ponekad čak jača u kontekstu kulture usmjerene na potrošnju, te kakvu ulogu igra u oblikovanju socijalnih odnosa i politika u suvremenom svijetu. Nakon toga u radu se prikazati solidarnost s aspekta suvremenog konzumerističkog društva, što je glavni dio samog rada. Za početak će se definirati društvena solidarnost i razjasniti kroz teoriju društvene solidarnosti Emila Durkheima koji razlikuje dva tipa solidarnosti unutar svoje teorije. U središnjem dijelu rada objasniti će se moderni pristupi društvenoj solidarnosti, kod kojih je velik naglasak na ekonomskom razvoju i globalizaciji jer su to čimbenici koji su utjecali na društvo i odnose. Na društvene odnose unutar konzumerističkog društva danas u znatnoj količini utječu mediji i poznate ličnosti, stoga će se rad dotaknuti i tog problema. U zadnjem dijelu rad će biti predložene inicijative za očuvanje, odnosno jačanje društvene solidarnosti. Na samom kraju u zaključku će se sažeto dati zaključak na tematiku cijelog rada.

2. POJAM SUVREMNOG DRUŠTVA

2.1. Sociološke perspektive društva

U trenutnom razvoju ljudskog života, kako u različitim područjima života, postojeće društvene teorije mogu se koristiti za ispitivanje različitih fenomena društvenih i kulturalnih stvarnosti koje se događaju u društvu.

Osim toga, sociolog Burić (2024) svojim tekstom stvara različite socio-kulturološke teorije kako bi objasnio i razumio društvene probleme u životima ljudi, kao i kako bi razlikovao teorijska razmišljanja od društvene stvarnosti ili činjenica koje se pojavljuju u svakodnevnom životu. Društveni znanstvenici također vide da su društvene promjene (društva) neizbježne.

Burić (2024) u svom članku navodi da je utjecaj klasne pripadnosti na egzistenciju pojedinaca u prošlosti bio je znatno jačeg intenziteta nego što je to danas. Društvena stratifikacija bila je znatno oštrija, tj. razlike između različitih klasa u ekonomskoj ili političkoj moći, kao i razlike s obzirom na kulturna obilježja, bile su puno veće, a mogućnost društvene mobilnosti, tj. prelazak iz niže klase u višu, puno manji.

Teorija konflikta drži da se društveni poredak održava dominacijom i moći, a ne konsenzusom i konformizmom. Prema teoriji sukoba, oni koji imaju bogatstvo i moć pokušavaju ga zadržati na sve moguće načine, uglavnom potiskujući siromašne i nemoćne. Osnovna premisa teorije sukoba je da će pojedinci i grupe unutar društva nastojati maksimizirati vlastito bogatstvo i moć.

Teorija sukoba nastojala je objasniti širok raspon društvenih fenomena, uključujući ratove, revolucije, siromaštvo, diskriminaciju i obiteljsko nasilje. Većinu temeljnih razvoja u ljudskoj povijesti, poput demokracije i građanskih prava, pripisuje kapitalističkim pokušajima kontroliranja masa (za razliku od želje za društvenim poretkom) (Giddens, 2007). U toku s kapitalizmom razvijao se konzumerizam, koji je prebacio naglasak s proizvodnje i privatnog vlasništva na potrošnju dobara i usluga.

S druge strane, u suprotnosti tim pojmovima je pojam solidarnosti. Solidarnost se odnosi na društvenu povezanost, zajedništvo i podršku unutar društva onima koji su u

nepovoljnijim položajima. Kod solidarnosti se teži ka kolektivitetu i poboljšanju kvalitete života za sve članove društva.

2.2. Kultura konzumerizma

Sam pojam kulture ima više značenja, svatko od nas na neki svoj način definira kulturu. Isto tako je i sa znanstvenicima, Eagleton ističe četiri glavna značenja pojma kulture te navodi kako ona može označavati zbroj umjetničkih i intelektualnih djela, da je to proces duhovnog i intelektualnog razvoja; da uključuje običaje, vjerovanja, vrijednosti i simbolične postupke prema kojima ljudi žive, odnosno njihov cjelokupan način života (Eagleton, 2017.). Danas kulturu možemo definirati kao životni standard po kojem danas živimo, a ponajprije ga okarakterizira potrošnja usluga i dobara. Bruckner smatra kako konzumerizam svodi ljudski život na puko kupovanje i trošenje (Bruckner, 2004.). Doista, to se lako može vidjeti svakog vikenda u trgovačkim centrima, gdje su dućani prepuni ljudima, na blagajnama se nalaze redovi do sredine dućana, a kabine pretrpane robom i prenapučene ljudima. Društvo je s lakoćom prihvatilo kulturu konzumerizma bez razmišljanja o mogućim posljedicama jer lakše je živjeti u trenutku, nego misliti na budućost. Kultura konzumerizma polako dovodi do smanjenja solidarnosti u društvu; svi misle na sebe, međusobno se natječemo jedni s drugima bez da si to priznajemo te trošimo i kupujemo kako bi bili sretni i ispunili si sve želje koje imamo.

3. SOLIDARNOST S ASPEKTA SUVREMENOG KONZUMERISTIČKOG DRUŠTVA

3.1. Teorije društvene solidarnosti

Društvena solidarnost odnosi se na način na koji su članovi društva povezani i na njihove međusobne obaveze i odgovornosti. Ovaj koncept ima duboko značenje u sociološkim analizama i može se razumjeti kroz različite teoretske okvire.

3.1.1. Klasične teorije

Jedan od najvažnijih teoretičara koji je istraživao društvenu solidarnost bio je Émile Durkheim, čiji su radovi ostavili dubok utjecaj na sociologiju. Durkheimova teorija društvene solidarnosti temelji se na njegovoj analizi društava u prelaznim razdobljima. On razlikuje dva tipa solidarnosti: mehaničku i organsku.

Mehanička solidarnost karakteristična je za tradicionalna društva, gdje su članovi zajednice povezani kroz slične zadatke, uvjerenja i norme. U takvim društvima, društveni red se održava kroz uniformnost i kolektivnu svijest (Matković i Baturina, 2021). S druge strane, organska solidarnost javlja se u modernim industrijskim društvima, gdje je društvena povezanost rezultat međuzavisnosti među specijaliziranim funkcijama i ulogama. Ovdje su norme i vrijednosti manje uniformne, a društvena kohezija proizlazi iz suradnje i komplementarnih funkcija koje pojedinci obavljaju (Van Parijs i Vanderborght, 2017).

Durkheimova analiza također naglašava važnost društvenih institucija i normi u održavanju solidarnosti, kao i ulogu društvenih kriza u redefiniranju odnosa među članovima društva. Njegova djela pružaju duboko razumijevanje kako se društvena povezanost razvija i mijenja kroz povijest, kao i kako utjecaji poput modernizacije mogu izazvati promjene u strukturi društvene solidarnosti (Miliša i Spasenovski, 2017).

3.1.2. Moderni pristupi društvenoj solidarnosti

U modernim pristupima društvenoj solidarnosti, postoji naglasak na kako globalizacija, ekonomski razvoj i socijalne politike oblikuju i mijenjaju međusobne odnose unutar društava. Jedan od ključnih aspekata modernih teorija je prilagodba na promjene u ekonomiji i socijalnim politikama, kao i utjecaj različitih oblika ekonomskih politika na socijalnu koheziju.

U kontekstu socijalne ekonomije, kako je opisano u radu Monzón i Chaves (2010), moderne teorije naglašavaju ulogu socijalne ekonomije u promicanju socijalne pravde i solidarnosti. Socijalna ekonomija, koja uključuje kooperative, neprofitne organizacije i druge oblike ekonomskih aktivnosti koje imaju društvene ciljeve, pruža alternativu tržišnim

mehanizmima koji često zanemaruju socijalne aspekte. Ovaj pristup ističe važnost uključivanja svih članova društva u ekonomski život i smanjenje nejednakosti.

Također, vanjski faktori poput politike Europske unije imaju značajan utjecaj na društvenu solidarnost. Verdun i Zeitlin (2018) istražuju kako Europski semestar i druge institucije EU-a oblikuju socioekonomske politike koje mogu utjecati na socijalnu koheziju unutar država članica. Ove politike često imaju dalekosežne posljedice za društvenu solidarnost, s naglaskom na ulogu regulatornih okvira i prilagodbi socijalnih politika.

U kontekstu razvoja univerzalnih osnovnih prihoda, kao što je raspravljeno u knjizi Van Parijs i Vanderborght (2017), postoji sve veći interes za idejom koja bi mogla redefinirati društvenu solidarnost. Univerzalni osnovni prihod nudi mogućnost pružanja financijske potpore svim članovima društva, neovisno o njihovom ekonomskom statusu, što može imati duboke implikacije na socijalnu koheziju i smanjenje siromaštva.

Moderne teorije društvene solidarnosti istražuju kako se promjene u ekonomskim strukturama i socijalnim politikama odražavaju na međusobne odnose u društvu. Razumijevanje ovih dinamika pomaže u razvijanju politika koje mogu unaprijediti socijalnu povezanost i smanjiti socijalne nepravde u suvremenim društvima.

Teorije društvene solidarnosti, bilo da se temelje na klasičnim analizama poput Durkheimove ili na modernim pristupima koji uključuju socijalnu ekonomiju i univerzalne osnovne prihode, nude vrijedne uvide u razumijevanje kako društva funkcioniraju i kako se razvijaju. Klasične teorije pružaju osnovu za razumijevanje evolucije društvene povezanosti, dok moderni pristupi istražuju kako suvremene ekonomske i socijalne politike mogu oblikovati i poboljšati tu povezanost. Analiziranje oba pristupa pomaže u oblikovanju učinkovitih politika koje mogu odgovoriti na izazove i promjene u savremenom društvenom kontekstu.

3.2. Utjecaj društvenih medija u kontekstu konzumerizma

Društvene mreže utječu na pojedinca pa tako i na cijelo društvo, koje danas možemo nazvati konzumerističkim. Možemo reći kako je naše suvremeno društvo zapelo u vrtlogu

potrošnje usluga i dobara. Prema Ritzeru (1998.) potrošnja je nešto što je sastav dio naših života te se na njega može gledati kao na novu globalnu kulturu koja je zavladała društvom. No, prekomjerna potrošnja usluga i proizvoda nije nešto što je nama ljudima urođeno, nego nam je jednostavno nametnuto od strane javnosti i medija. Danas živimo u tehnološko razvijenom društvu, gdje je digitalizacija na najvišem nivou i gdje su svi i sve povezani internetom. Društvene mreže poput Facebooka, Instagrama i TikToka imaju velik utjecaj na naše živote, od toga da određuju što je trenutno u trendu, što bi trebali nositi, kupovati, gdje putovati, gdje izlaziti, gdje jesti... Sve to doprinosi činjenici da je naše društvo postalo konzumerističko. Ljudi danas rijetko odlučuju sami za sebe, dopuštaju medijima i poznatim ličnostima da upravljaju njihovim životima, iako oni sami to ne shvaćaju. Prema Jasni Burić, mediji su izgubili svoju prvotnu svrhu, a to je informiranje i izvještavanje društva (2011:629). Danas je to zaista tako, medijima više nije na prvom mjestu informiranje, već žele utjecati na ljude, usaditi im određene vrijednosti i prezentirati im proizvode i usluge. Također, Burić navodi kako „masovni elektronski mediji vode snažnu tržišnu utakmicu u kojoj žele biti dominantan creator društvenih zbivanja, a ne tek puki prenositelji događaja i društvenih kretanja (Bulić, 2011.). Prekomjernim utjecajem medija na društvo dolazi do prekomjerne kupovine i potrošnje, ljudi si stvaraju nepotrebne i lažne potrebe kako bi bili relevantni u modernom društvu. Mediji i njihov utjecaj mogu dovest do jasnih razlika među pojedincima, gdje se naglašava razlika između bogatijih i siromašnijih pojedinaca i dolazi do gubitka solidarnosti u društvu. Konzumerizam mijenja način na koji pojedinac, odnosno ljudi vrijednuju sebe, ali i ostale unutar društva.

3.3. Konzumerizam kao društveni fenomen

Žakman-Ban i Špehar-Fiškuš (2016) navode kako je konzumerizam društveni fenomen koji se odnosi na sposobnost manipulacije pojedinca prema potrošnji dobara i usluga ne zbog potrebe, već zbog samog posredovanja i stvaranja nerealne slike o sebi. Ova orijentacija ima značajan utjecaj na način na koji ljudi percipiraju svoje identitete, odnose i društvene strukture. U ovom potpoglavlju razmotrit će se karakteristike konzumerističkog društva, ulogu medija i marketinga u promicanju konzumerizma, te utjecaj konzumerizma

na društvene odnose, uključujući promjene u obiteljskim i prijateljskim odnosima i utjecaj na zajednice i socijalne mreže..

Matković i Baturina (2021) ističu da konzumerizam doprinosi razvoju društvenih nejednakosti i smanjuje socijalnu koheziju jer se vrijednosti usmjerene na potrošnju često postavljaju iznad socijalne pravde i zajedničkog dobra. U konzumerističkim društvima, materijalna dobra često se koriste za izražavanje identiteta i statusa, što može dovesti do stvaranja superficialnih odnosa i društvenih normi koje naglašavaju potrošnju kao ključni element društvene vrijednosti.

Mediji i marketing igraju ključnu ulogu u promicanju konzumerizma. Oni oblikuju percepciju proizvoda i usluga kroz reklamne kampanje koje često koriste emocionalne i psihološke strategije kako bi potaknuli potrošače na kupnju.

Miliša i Spasenovski (2017) naglašavaju da marketing stvara umjetne potrebe i želje, usmjeravajući ljude prema stalnoj kupnji i nadogradnji proizvoda. Mediji ne samo da promiču proizvode, već i oblikuju društvene norme koje potiču materijalizam i potrošački način života kao standard uspjeha i sreće. Ovaj fenomen često dovodi do stvaranja lažnih osjećaja nezadovoljstva i stresa kod pojedinaca koji se ne mogu uskladiti s visokim standardima potrošnje koje mediji nameću.

Konzumerizam ima dubok utjecaj na društvene odnose, uključujući obiteljske i prijateljske odnose. S obzirom na to da se materijalna dobra često koriste kao sredstvo za izražavanje ljubavi i pažnje, obiteljski odnosi mogu postati površniji, s naglaskom na materijalne aspekte umjesto na emocionalnu povezanost.

Verdun i Zeitlin (2018) ističu da konzumerizam može smanjiti kvalitetu obiteljskih odnosa jer se sve više pažnje usmjerava na stjecanje materijalnih dobara umjesto na izgradnju dubokih međuljudskih veza. Također, prijateljski odnosi mogu biti pogođeni usporedbom i konkurencijom u vezi s potrošnim sposobnostima, što može dovesti do konflikata i osjećaja neadekvatnosti među prijateljima.

Utjecaj konzumerizma na zajednice i socijalne mreže također je značajan. U zajednicama koje naglašavaju materijalnu uspješnost, socijalna povezanost može biti oslabljena.

Monzón i Chaves (2010) napominju da konzumerizam može dovesti do fragmentacije zajednica jer se pojedinci sve više povlače u privatne sfere i osobne interese, zanemarujući kolektivne vrijednosti i zajedničke ciljeve. Socijalne mreže često odražavaju ove trendove, stvarajući okruženje u kojem su uspjeh i status mjerljivi kroz potrošnju i materijalna dobra, umjesto kroz stvarne međuljudske odnose i zajedničke aktivnosti.

Konzumerizam kao društveni fenomen oblikuje brojne aspekte života u modernom društvu. Karakteristike konzumerističkog društva, uloga medija i marketinga u njegovom promicanju, te utjecaj na društvene odnose predstavljaju kompleksan skup izazova i prilika za razumijevanje kako materijalni aspekti utječu na osobne i društvene interakcije. Dok konzumerizam može potaknuti ekonomsku aktivnost i inovacije, također može dovesti do površnosti u međuljudskim odnosima i smanjenja socijalne kohezije, što je važno razmotriti pri analizi njegovih dugoročnih utjecaja na društva

3.4. Društvena solidarnost u kontekstu konzumerizma

Društvena solidarnost označava osjećaj zajedništva i međusobne odgovornosti među članovima društva. To je temeljni element socijalne kohezije i stabilnosti, koji omogućava funkcioniranje zajednica kroz uzajamnu podršku i suradnju. Međutim, u kontekstu konzumerizma, koji naglašava individualizam i materijalnu potrošnju, društvena solidarnost može biti ozbiljno narušena.

Konzumerizam, koji se usredotočuje na potrošnju dobara i usluga kao ključni aspekt života, često dovodi do smanjenja društvene solidarnosti. U društvima u kojima je potrošnja visoko cijenjena, pojedinci su skloniji uspoređivanju s drugima temeljenom na materijalnim kriterijima, što može dovesti do smanjenja uzajamnog povjerenja i osjećaja zajedništva. Prema Matkoviću i Baturini (2021), konzumerizam stvara društvene podjele jer se status i uspjeh sve više mjeri količinom posjedovanih dobara, a ne kroz zajedničke vrijednosti i kolektivne ciljeve. Ova orijentacija može dovesti do povećanja socijalnih nejednakosti i smanjenja socijalne kohezije, jer se materijalna nejednakost često pretvara u društvene barijere koje otežavaju uzajamno razumijevanje i podršku. U tom kontekstu, društvene vrijednosti su primorane promjenama kako bi se prilagodile kulturi konzumerizma, što uvelike može oslabiti zajedništvo i odgovornost unutar društva.

Konzumerizam smanjuje društvenu solidarnost na nekoliko načina. Prvo, naglašava individualizam i osobni uspjeh preko kolektivnih vrijednosti. U društvima gdje je materijalna potrošnja u središtu pažnje, pojedinci su često usmjereni na svoje osobne interese, zanemarujući zajedničke ciljeve i odgovornosti. Miliša i Spasenovski (2017) ističu da materijalistički pristup može dovesti do smanjenja volje za sudjelovanjem u zajedničkim aktivnostima i podršci socijalnim inicijativama, jer pojedinci fokusirani na stjecanje materijalnih dobara mogu imati manje vremena i resursa za angažman u zajednici.

Drugi način na koji konzumerizam utječe na društvenu solidarnost je kroz stvaranje osjećaja neadekvatnosti i konkurencije među ljudima. Kada su uspjeh i status mjerljivi kroz potrošnju, ljudi mogu razviti osjećaj inferiornosti u odnosu na one koji imaju više materijalnih sredstava. Monzón i Chaves (2010) navode da ovakvo okruženje može smanjiti socijalnu koheziju jer stvara barijere između različitih socio-ekonomskih skupina, smanjujući mogućnost za izgradnju zajedničkog identiteta i zajedničke svrhe.

Primjeri iz stvarnog života ilustriraju kako konzumerizam može smanjiti društvenu solidarnost. U urbanim sredinama gdje je materijalna potrošnja visoko cijenjena, često se primjećuje smanjenje socijalne kohezije i rast socijalne izolacije. Van Parijs i Vanderborght (2017) raspravljaju o učincima ekonomskih nejednakosti koje proizlaze iz konzumerističkih društava i naglašavaju kako ove nejednakosti mogu dovesti do smanjenja društvene solidarnosti i povjerenja unutar zajednica.

Konzumerizam značajno utječe na društvenu solidarnost, smanjujući osjećaj zajedništva i uzajamne odgovornosti među članovima društva. Naglašavanjem individualizma i materijalnog uspjeha, konzumerizam može dovesti do smanjenja socijalne kohezije i povećanja društvenih podjela. Primjeri i studije slučaja ilustriraju kako ovaj fenomen oblikuje moderne zajednice, stvarajući izazove za očuvanje društvene solidarnosti u savremenom društvu.

3.5. Inicijative za očuvanje ili jačanje društvene solidarnosti

U kontekstu sveprisutnog konzumerizma, mnoge inicijative i organizacije nastoje očuvati ili ojačati društvenu solidarnost, koja je ključna za funkcioniranje i stabilnost zajednica.

Ove inicijative često se usmjeravaju na smanjenje negativnih učinaka konzumerizma i promicanje vrijednosti koje podržavaju zajedništvo i socijalnu pravdu.

Mnoge organizacije i pokreti usmjereni su na smanjenje negativnih učinaka konzumerizma i promicanje društvene solidarnosti. Ove organizacije često teže stvaranju modela koji se temelje na kolektivnim vrijednostima i zajedničkoj odgovornosti.

Matković i Baturina (2021) ističu da organizacije koje promoviraju socijalnu ekonomiju i održivi razvoj igraju ključnu ulogu u borbi protiv negativnih učinaka konzumerizma. Socijalne kooperative, organizacije civilnog društva i inicijative za održivi razvoj nastoje smanjiti materijalne nejednakosti i promicati zajedničke vrijednosti, nudeći alternative koje se usredotočuju na socijalnu pravdu i uključivost.

Primjeri takvih organizacija uključuju mreže za razmjenu dobara, kao što su zajednice za besplatnu razmjenu i solidarnost, koje potiču suradnju i zajedničko korištenje resursa. Također, postoje inicijative koje promoviraju etičko investiranje i održivi razvoj, kao što su zelene banke i fondacije koje podržavaju projekte usmjerene na očuvanje okoliša i socijalnu jednakost. Ove organizacije nastoje stvoriti društva u kojima se vrijednosti zajedništva i socijalne pravde stavljaju ispred materijalnih interesa.

Pozitivne promjene i rješenja usmjerena su na jačanje društvene solidarnosti i smanjenje negativnih učinaka konzumerizma kroz različite pristupe i strategije. Miliša i Spasenovski (2017) naglašavaju važnost obrazovnih i pedagoških inicijativa koje promoviraju vrijednosti zajedništva i kritičko razmišljanje o potrošnji. Obrazovni programi koji se usmjereni na etičku potrošnju i održivi razvoj mogu pomoći mladim ljudima da razviju svijest o utjecaju njihovih odluka na društvo i okoliš.

Još jedan primjer pozitivnih promjena je promicanje koncepta osnovnog prihoda, koji se raspravlja u radovima Van Parijs i Vanderborght (2017). Osnovni prihod kao radikalna politika može smanjiti ekonomske nejednakosti i pružiti temelje za veći osjećaj sigurnosti i zajedništva među građanima. Osiguranje osnovnih ekonomskih uvjeta za sve može ojačati društvenu koheziju i omogućiti ljudima da se fokusiraju na zajedničke ciljeve i društvenu odgovornost, umjesto na natjecanje za materijalne resurse.

Konzumerizam ima brojne negativne učinke na društvenu solidarnost, uključujući produbljivanje socijalnih nejednakosti i stvaranje materijalističkih normi koje mogu smanjiti osjećaj zajedništva. U ovom kontekstu, različite organizacije i pokreti nastoje smanjiti ove negativne učinke i promovirati vrijednosti koje podupiru zajedništvo i socijalnu pravdu.

Jedan od ključnih pristupa uključuje razvoj socijalne ekonomije, koja je usmjerena na postizanje socijalnih i ekoloških ciljeva, a ne samo na profit. Prema Monzónu i Chavesu (2010), socijalna ekonomija obuhvaća različite organizacije, uključujući zadruge, socijalne kooperative i nevladine organizacije koje nude alternative tradicionalnom kapitalističkom modelu. Ove organizacije rade na promicanju zajedničkih interesa i smanjenju materijalnih nejednakosti, često nudeći pristupačne usluge i proizvode koji su usmjereni na društveno korisne ciljeve. Na primjer, socijalne zadruge mogu pružiti obuku i zapošljavanje za marginalizirane skupine, potičući ekonomski razvoj unutar zajednice i smanjujući socijalne barijere.

Osim toga, Verdun i Zeitlin (2018) ukazuju na važnost političkih i ekonomskih reformi koje teže jačanju socijalne politike i socijalne pravde. Reformama koje se usmjeravaju na smanjenje socijalnih nejednakosti i povećanje pristupačnosti resursa, moguće je stvoriti okruženje u kojem će društvena solidarnost biti jača. Takve reforme mogu uključivati povećanje pristupa socijalnim uslugama, podršku socijalnim poduzetnicima i inicijativama koje promiču održivi razvoj i zajedničke vrijednosti.

Inicijative za očuvanje i jačanje društvene solidarnosti u kontekstu konzumerizma uključuju različite organizacije i pokrete koji se protive negativnim učincima konzumerizma i promiču alternativne pristupe koji naglašavaju zajedništvo, socijalnu pravdu i održivi razvoj. Primjeri pozitivnih promjena i rješenja, poput obrazovnih programa, osnovnog prihoda i socijalnih reformi, pokazuju kako je moguće stvoriti društva u kojima će društvena solidarnost biti prioritet, unatoč izazovima koje donosi konzumerizam.

4. ZAKLJUČAK

Analiza društvene solidarnosti u konzumerističkom društvu otkriva složenost odnosa između materijalne potrošnje i socijalne kohezije. Konzumerizam, sa svojim fokusom na individualne želje i ekonomske uspjehe, često stvara privid da su zajedništvo i kolektivna briga sekundarni. Međutim, dubinsko istraživanje pokazuje da društvena solidarnost ne samo da opstaje u ovom okruženju, već se može manifestirati na nove i inovativne načine.

Iako konzumerizam može doprinosti povećanju socijalnih nejednakosti, također stvara platforme i mogućnosti za organiziranje i mobilizaciju zajednica u svrhu zajedničkih ciljeva. Primjeri uključuju rastuće inicijative socijalne poduzetnosti, volontarizam i kampanje za društvenu pravdu koje koriste resurse i platforme koje konzumerističko društvo nudi za promoviranje solidarnosti i zajedničkog dobra.

Nadalje, važno je prepoznati da konzumeristički društveni okvir može potaknuti promjene u samom pojmu solidarnosti. Fokus na personalizirane i individualizirane oblike solidarnosti, kao što su mikro-donacije i personalizirane volonterske aktivnosti, ukazuje na evoluciju tradicionalnog pristupa zajedničkoj brizi. Ovi novi oblici solidarnosti ne samo da odražavaju promjene u načinu na koji ljudi pristupaju socijalnim pitanjima, već i ukazuju na mogućnosti za jačanje socijalne kohezije u kontekstu moderne ekonomije.

Na kraju, unatoč izazovima koje konzumerizam postavlja, društvena solidarnost pokazuje iznimnu prilagodljivost i otpornost. Ulogu društvene solidarnosti u konzumerističkom društvu ne treba zanemariti; ona je ključna za osiguranje socijalne pravde i zajedničkog blagostanja. Stoga, buduće politike i inicijative trebaju težiti stvaranju ravnoteže između ekonomskih ciljeva i socijalne odgovornosti, promovirajući solidarno djelovanje koje može unaprijediti kvalitetu života u svakom segmentu društva.

LITERATURA

1. Burić, J. (2011.) „Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija. Etika i tržišne manipulacije potrebama mladih”, *Filozofska istraživanja*, sv. 30 (4): 629-634
2. Bruckner, Pascal, *Reprodukcija svakodnevnog života, Što čitaš?*, Zagreb, 2004.
3. Cepić, D. i Doolan, K. (2018). Prikaz suvremenih socioloških istraživanja društvenih klasa: teme, teorije i metode. *Revija za sociologiju*. Vol. 48 (2). str. 239–265.
4. Eagleton, Terry, *Kultura*, Naklada Ljevak, 2017.
5. Giddens, A. (2007). *Sociologija*, Globus, Zagreb,
6. Haralambos M. i M. Holborn (2002). *Sociologija: Teme i perspektive*, Zagreb, Golden marketing
7. Krešimir Peračkvić, “Osnovni pojmovi u sociologiji potrošnje”, u: Snježana Čolić (ur.), *Potrošačka kultura i konzumerizam*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2013., str. 25-45
8. Malenica, Z. (2007). *Ogledi o hrvatskom društvu, Prilog sociologiji hrvatskog društva*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga
9. Matković M., Baturina, D. (2021). *Budućnost pred nama? Pristup odrasta i potencijal transformacije socijalne politike*, Soc. ekol. Zagreb, Vol. 30,
10. Miliša, Z., Spasenovski, N. (2017). *Konzumerizam i pedagoške implikacije*, *Mostariensia*, 21 (2017.) 1, str. 53–65.
11. Monzón, J. L. i Chaves, R. (2010). *Socijalna ekonomija u Europskoj uniji*. *Revija za socijalnu politiku*, 17(1): 113-138.
12. Ritzer, George, “Introduction”, u: Baudrillard, Jean, *The Consumer Society: Myths and Structures*, SAGE Publications, London, 1988, str. 1-24.
13. Robert Alun Jones. *Emile Durkheim: An Introduction to Four Major Works*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, Inc., 1986. Pp. 24-59.
14. Van Parijs, P. i Vanderborght, Y. (2017). *Basic Income: A Radical Proposal for a Free Society and a Sane Economy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

15. Verdun, A. i Zeitlin, J. (2018). Introduction: the European Semester as a new architecture of EU socioeconomic governance in theory and practice. *Journal of European Public Policy*, 25(2): 137-148.
16. Žakman-Ban, V., Špehar-Fiškuš, K. (2016): Konzumerizam – društveni fenomen i nova ovisnost, *Hum*, Vol. 11, No. 16, 38-65