

Velimir
Srića

Šefovi, moral i potrošačka groznica

Kao dijete obožavao sam Božić i Novu godinu. Prva slika iz djetinjstva je obitelj dok kiti jelku u predsoblju, svađajući se tko će objesiti najljepše kuglice. Pamtim siromašne darove poklanjane s puno veselja, čisti bijeli snijeg, miris naranče i sanjke u kojima me roditelji vuku oko Trešnjevačkog placu dok pokraj nas tramvaji zapinju u poledici. Pamtim i oblačne dane, pune difuzne svjetlosti i gole krošnje drveća koje izgledaju kao na slikama naivaca. A najjače pamtim blaženi mir na licima rođaka ili susjeda, punih dobrote i spremnosti na darivanje. Danas su vremena drukčija.

Božić i novogodišnji praznici su se potpuno komercijalizirali, izgubili su duh skromnosti i sve nas bacili u ralje potrošačke groznice. Pomisao na te dane prvo asocira na paniku, prejedanje, stres i bjesomučno jurenje po dućanima pod pritiskom potrebe da ljubav prema drugima iskazujemo skupim poklonima.

Zato ovih dana čitamo o posljedicama groznice kupovanja proteklog mjeseca. Novogodišnji su praznici očito bili nova pobjeda potrošačkog mentaliteta. Podaci iz sustava fiskalizacije Porezne uprave iskazali su rast potrošnje u prosincu 2016. od 5% u odnosu na prethodnu godinu i ona je dosegla 12 milijardi kuna. Samo u božićnom tjednu ukupna vrijednost maloprodaje u odnosu na prethodnu godinu porasla je za 9,5 posto. Od-



mah nakon božićnih praznika koji su bili opisani novinskim naslovima poput „Hrvati opet troše kao pijani milijarderi“, stigle su siječanske vijesti o tome da su „Hrvati jedva dočekali sniženja“ i ruše sve rekorde potrošnje, kako u domovini, tako i po europskim skijalištima i turističkim središtima, posebno onim u toplim, egzotičnim krajevima svijeta.

Istovremeno, crna se kronika sve više puni slučajevima kriminala, korupcije, pronevjera, krađa, prijevare, utaja poreza i poslovnih malverzacija svih vrsta. Paralelno, raste broj depresivnih ljudi i svi se žale jer im nešto fali, prije svega novac. A kad se osjećamo loše idemo

u šoping. Tamo kupujemo stvari koje nam ne trebaju da bi se pravili važni pred ljudima do kojih nam nije stalo.

Njegovo visočanstvo: Novac

Da, božanstvo dvadeset i prvog stoljeća kojem se svi nekritički klanjamo zove se novac, a njegova glavna manifestacija je trošenje. Izumrle su i nestale stare ideje poput: Vrijedim onoliko koliko znam, smisao života je u tome da radim nešto vrijedno, što će ostati. Ljepota je u poklanjanju malih stvari. Umjesto toga postao sam ono što trošim. Ja sam ono što si mogu kupiti. Vrijedim onoliko ko-