

UDK 378:37.014.53'54

Primljeno: 10. 05. 2018.

Izvorni naučni rad

Original scientific paper

Nemanja Spasenovski, Zlatko Miliša

KAKO JE DOŠLO DO KOMERCIJALIZACIJE VISOKOG OBRAZOVANJA?

Komercijalizacija visokog obrazovanja je posljedica sveopće komercijalizacije života, koju ćemo u ovome članku sagledati iz povijesnog i sociopedagogijskog aspekta. U radu analiziramo pojavu i razvoj konzumerizma, ne kao ekonomske teorije, već nametnutog životnog stila. Konzumerizam je proizvod korporativnog kapitalizma koji pomoću manipulativnih medija kreira potrošačke navike. Potrošnja je još krajem 18. stoljeća postala masovna, a od 21. stoljeća prerasta u ideologiju posjedovanja proizvoda, a odabir proizvoda nosi sa sobom statusnu pripadnost, ili identifikacijski značaj (prepoznavanja) konzumenta. Cilj je ovoga rada dati okvir pedagoške problematike u analizama konzumerizma te potaknuti struku s aktualnim pitanjima na dodatna istraživanja. Da bismo udovoljili zahtjevima tako definiranog cilja, konzultirana je relevantna literatura različitih društvenih znanosti kao i recentna istraživanja (iz inozemstva). Jedan od važnijih razloga ekspanzije konzumerizma na svim razinama je svakako i šutnja akademske zajednice. U radu se navode neki poticajni primjeri za pedagošku praksu – osvještavanje problema konzumerizma kod djece i mladih, ali i navodi potreba za uvođenjem preventivnih programa na nacionalnoj razini. Ovaj rad tretira konzumerizam i komercijalizaciju života kao iznimno važno sociopedagoško pitanje, stoga se nadamo ovim člankom potaknuti na širu akademsku raspravu iz različitih akademskih perspektiva i znanstvenih područja o nadasve aktualnom problemu komercijalizacije života iz koje posljedično analiziramo i komercijalizaciju visokog obrazovanja.

Ključne riječi: komercijalizacija života, komercijalizacija visokog obrazovanja, konzumerizam, društvene znanosti, humanističke znanosti

UVODNA RAZMATRANJA

U ovom članku aktualiziramo ključne pojmove: konzumerizam, komercijalizacija života i komercijalizacija visokog obrazovanja. O ovim pojmovima postoje prilozi brojnih autora, teorijska polazišta i recentna istraživanja.¹ Međutim, nismo uspjeli pronaći ni jedan izvor koji analizira povijesne i sociopedagogijske poveznice nastanka i ekspanzije konzumerizma, s jedne, te aktualnosti komercijalizacije društveno-humanističkih znanosti, s druge strane. U ovom članku nastojimo dati znanstveni doprinos povezivanjem ovih dvaju fenomena, iznimno intrigantnih za više znanstvenih disciplina.

Komercijalizacija visokog obrazovanja je logična posljedica sveopće komercijalizacije života, koju u ovome članku sagledavamo sa sociopedagogijskog aspekta. Kako bismo mogli utvrditi parametre komercijalizacije života moramo razmotriti pojavu i razvoj konzumerizma kao nametnutog životnog stila i društvene ideologije. Konzumerizam je posljedica kapitalističkog sustava koji pomoću manipulativnih medija kreira potrošačke navike. Potrošnja je još krajem 18. stoljeća postala masovna, a u našem je vremenu potihom prerasla u ideologiju posjedovanja proizvoda koji nosi sa sobom statusnu pripadnost i identifikacijski značaj. Posljedično, događa se i neizbježna komercijalizacija javnog obrazovanja koja je na Zapadu krenula krajem 20. stoljeća. Tradicionalno obvezno školstvo razvijenih zemalja možemo ugrubo podijeliti na javno i privatno. U takvoj podjeli javno je svako ono koje je financirano, upravljano i regulirano od strane države, dok bi privatno bilo ono koje je financirano iz privatnog kapitala i kojim upravlja onaj tko ga financira, ali da bi bilo priznato u većini je slučajeva i dalje regulirano od strane države (Staničić 2006). Ipak u svakodnevnoj praksi sve se više suočavamo s činjenicom da se, antiprotagorijanski, profitabilnost priznaje kao jedina mjera svih stvari. U takvim okolnostima i sveučilišta su postala mjesta na kojima se gleda jedino tržišna isplativost operacionalizirana u ekonomskim pojmovima poput profita i koristi koji su stavljeni ispred općeg interesa. Tako su sveučilišta u modernom zapadnom svijetu postala ovisna o financiranju velikih moćnih korporacija. Autonomija sveučilišta je u takvim okolnostima izložena privatnim ekonomskim interesima koji se nužno ne

¹ O konzumerizmu vidjeti npr.: Baudrillard, Jean (1998), *Consumer Society: myths and structures*, Greenwood Press, London; Bauman, Zygmunt (2007), *Consuming life*, Polity Press, Cambridge; Hromadžić, Hajrudin (2008), *Konzumerizam: potreba, životni stil, ideologija*, Jesenski i Turk, Zagreb; o komercijalizaciji vidjeti npr.: Bok, Derek (2005), *Univerzitet na tržištu*, Clio, Beograd; Robbins, Richard (1999), *Global problems and the culture of capitalism*, Allyn and Bacon, Boston; Jolly, Vijay (1997), *Commercializing new technologies: Getting from mind to market*, Harvard Business School Press, Brighton

preklapaju s javnim interesima i javnim dobrom (Kukić 2013). Sve više utjecaj sveučilišta, prvenstveno u društvenim i humanističkim znanostima, postaje upitan, jer njihovu je korisnost teško izraziti u tržišnim pojmovima profita i isplativosti ali to nikako ne umanjuje njihovu važnost i potrebu egzistiranja u očuvanju javnog i općeg dobra. Ipak, komercijalizaciju sveučilišta ne smijemo promatrati kao proces izuzet od sveobuhvatne komercijalizacije života kojoj smo svjedoci, koju ćemo kroz fenomen konzumerizma analizirati u sljedećem poglavlju.

KONZUMERIZAM KAO NAMETNUTI ŽIVOTNI STIL

Davne 1776. godine u jednom spisu Adam Smith ustvrdio da je “konzumerizam jedini cilj i svrha proizvodnje” (Smith prema Stažić 2013: 172). Potonja konstatacija je uvelike utjecala na sociologijska zapažanja. Tako britanski sociolog Colin Campbell konzumerizam definira kao “društveni fenomen koji se očituje u trenutku kada potrošnja postaje visoko na listi ljudskih prioriteta,... ali i sama svrha ljudskog postojanja” (Campbell 2004: 1). On time implicira da potrošačke navike određuju kako razumijemo sami sebe te kako ulazimo u odnose s drugima i kao potrošači shvaćamo svoju ulogu u zajednici. Francuski filozof Jean-Paul Sartre također je dao značajan doprinos razumijevanju odnosa između stvari koje posjedujemo i definiranja slike o sebi. On je u svojem kapitalnom djelu *Biće i ništavilo* zaključio da su “imati, raditi i biti ... kardinalne kategorije ljudske stvarnosti” (Sartre 1969: 431). Sartre nam kaže kako je jedini način da znamo tko smo taj da znamo zašto posjedujemo. Karl Marx naglašava kako ljudi proizvode razne materijalne proizvode, zaboravljajući da su ih sami proizveli pa im počinju pridavati posebnu vrijednost. Marx ovdje govori o kapitalističkim društvima i fetiškom karakteru robe (Marx 1971). Slične je stavove o kapitalizmu, kao sustavu u kojemu se proizvode lažne potrebe, imao i Herbert Marcuse. On je u djelu *Čovjek jedne dimenzije* objasnio kako umjetno stvorene potrebe radničkoj klasi nameću lažnu svijest i kako živimo u civilizaciji u kojoj se ono što je suvišno pretvara u potrebno. Marcuse upozorava kako “ljudi poznaju sebe u svojim robama, nalaze svoju dušu u automobilima, kućama i kuhinjskim aparatima” (Marcuse 1989: 27-28).

Najdalje je u kritici radikalnog hedonizma otišao Erich Fromm, koji jasno artikulira zabrinutost za svijet u kojemu je egzistencija zasnovana na posjedovanju. Stoga se Fromm nada da će društvo kojem zadovoljstvo predstavlja posjedovanje zamijeniti (zdravo) društvo u kojemu će zadovoljstvo pružati dijeljenje i žrtvovanje

(Fromm 1997). Ono što je zajedničko Sartreu, Marxu, Marcuseu i Frommu su njihove eksplikacije kada i kako ljudi posjedovanjem dobara i roba održavaju osjećaj vlastite vrijednosti. Kako Slater primjećuje, "...potrošačka kultura postaje povlašteni medij za posredovanje identiteta i društvenog status" (Slater 2004: 30). Na tragu Slaterove teze i Zygmunt Bauman u knjizi *Consuming life* tvrdi kako su se zapadna društva, koja su nakon industrijske revolucije bila organizirana oko masovne proizvodnje, transformirala u društva masovne potrošnje. Prema njemu to se počelo događati u drugoj polovini 20. stoljeća kada je, krenuvši iz SAD-a, veliki broj proizvodnih poslova počeo se premještati u prekomorske zemlje s jeftinom radnom snagom (Bauman 2007). Ovome bismo dodali sjajnu misao nepoznata autora: "Ljudi su stvoreni da se vole. Stvari su stvorene da se koriste. Svijet je u neredu zato što se stvari vole, a ljudi koriste". Moderni konzumerizam od predkonzumerističke ere razlikuje važna činjenica da on više nije ograničen samo na bogatije društvene klase već je postao ukorijenjen u sve slojeve društva. Prvu značajniju studiju o potrošnji napravio je Thorstein Veblen u svojoj *Teoriji dokoličarske klase* 1899. godine. U tom djelu on iznosi ideju *upadljive potrošnje*, koju opisuje kao praksu trošenja radi pokazivanja višeg društvenog statusa. Veblen je na određeni način prvi kritičar konzumerizma, jer je shvaćao brojne nedostatke koje takav životni stil sa sobom donosi (Veblen 1966). U isto vrijeme početkom 20. stoljeća pitanjima potrošačkog društva i konzumerizma bavio se i Georg Simmel. Veblenove i Simmelove studije o konzumerizmu u mnogočemu su bile određene socijalnim i kulturnim karakteristikama i moralnim načelima devetnaestostoljetnog viktorski puritanizma (Hromadžić 2008). Ipak, njihove teze nisu mogle obuhvatiti oblike transformacije suvremenog konzumerizma. Zato Zeldin upozorava da je konzumerizam postao *nova religija*, jer su svi povjerovali da će "kada svi pojedinci zadovolje svoje žudnje, kakve god one da bile, svijet postati sretno mjesto" (Zeldin 2005: 261). Trošenje se počelo predstavljati kao (utopijska) proslava pobjede nad siromaštvom i životnim nedaćama. Privatni domovi postali su metafora velebnih ladanjskih vila aristokrata, jer se običan čovjek u svojem domu mogao sakriti od poniženja na radom mjestu, a bio je okružen brojnim predmetima koje si je sam odabrao i koji su mu pružali, autor će ironično zaključiti, "nepresušan izvor kratkoročnog zadovoljstva životom" (Zeldin 2005: 262). Veliku je ulogu za promicanje takvih zabluda donio (i) razvoj reklamnog oglašavanja. U tom procesu važna je politika banaka kod odobravanja potrošačkih kredita uz obročnu otplatu (Hedges 2009). Povijesna je činjenica da je industrijska revolucija dovela do masovne proizvodnje pa posljedično i do pojeftinjenja robe. Dostupnost robe i usluga po znatno nižim i pristupačnijim cijenama omogućilo je širokom sloju

stanovništva konzumaciju dotad nezamislivih proizvoda, a onda time i imitaciju stila i načina života viših klasa. U knjizi *The Sociology of Consumption* Peter Corrigan analizira nastanak i razvoj potrošačkog društva, tvrdeći kako je tijekom 20. stoljeća konzumerizam počeo poprimati masovne razmjere i postao jedna od temeljnih karakteristika suvremenih društava (Corrigan 2005). Proizvodnja postaje uvjetovana potrošnjom te se tretira kao temeljni društveni pokretač.

I McKendrick proučava nastanak potrošačkih društava stavljajući ga u kontekst razvoja industrije. On konstatira: “Više je muškaraca i žena nego ikada ranije u povijesti ljudskog roda uživalo u iskustvima materijalnog vlasništva. Predmeti koji su stoljećima bili povlastica bogatih došli su na dohvat ruke većeg dijela društva” (McKendrick 1982: 1). I on primjećuje da potrošnja krajem 18. stoljeća prestaje biti obilježjem aristokracije i da postaje masovna. U ovo vrijeme McKendrick tvrdi kako novi generator potrošnje postaje moda i kako upotrebna vrijednost nekog predmeta postaje manje važna od njegove modne vrijednosti. On primjećuje da se već od tada očituje uloga žena kao (novog) glavnog potrošača (McKendrick 1982). Posjedovanje onoga što je dobilo imperativ modernog postaje obilježje društvenog statusa, a slijeđenje modnih trendova znači kupovanje nove robe, neovisno o činjenici što je stara još upotrebljiva. Campbell zamjećuje da modernog potrošača opsjeda želja za kupovinom, (p)a stalno žudjeti za nečim postaje stvar prestiža (Campbell 2004). U tom trendu, razvidan je enormni porast uloge marketinške industrije, koja djeluje na principu proizvodnja želja i užitaka. Želja za posjedovanjem proizvoda nadraستا njegovu funkcionalnost, a odabir proizvoda nosi sa sobom snažan identifikacijski značaj konzumentu. Modni kreatori stvarali su nove ukuse, ali i novu ovisnost o posjedovanju i/ili potrošnji. Milivoj Solar u knjizi *Kritika relativizma ukusa* brani svoju glavnu tezu: “Ukus se oblikuje u komunikaciji, a koja je najvećim dijelom određena modom jer jedino ona kao da osigurava snalaženje u obilju medijskih sadržaja koji ne zahtijevaju napor osobnog mišljenja” (Solar 2011: 88).

Featherstone također propitkuje korijene konzumerizma, kako ih pronaći, odrediti i razlikovati, te kako isti određuju specifičnost razvoja suvremenih društava. Zaključuje da promjenjivi karakter konzumerizma predstavlja srž suvremenog društva, pri čemu masovni mediji i dinamika tržišta uzrokuju kreiranje novih moda, stilova i trendova koji potom determiniraju nove životne stilove potrošača (Featherstone 1991). Baudrillard tretira potrošačke predmete kao svojevrsan sustav znakova koji imaju primarno označiteljsku i diferencijacijsku funkciju u društvu i kao takvi postaju vodilje u realizaciji neiscrpane imaginacije želja. Prema Baudrillardu potrošačko je društvo utemeljeno na hiperprodukciji dobara i usluga i ono

kulturalizira iskustva, vrijednosti i životne stilove. No s obzirom na to da ne postoji objektivna potreba kod potrošača za tolikom paletom roba i usluga, impuls za stvaranje potrošačke želje mora biti simultano stimuliran mehanizmima oglašavanja i marketinškim strategijama prodaje (Baudrillard 1998). O tome koliko je marketing važan govori činjenica da je 2008. godine količina novca utrošena u reklamni biznis u SAD-u bila veća od javne državne potrošnje SAD-a. Pod javnom državnom potrošnjom autori podrazumijevaju federalno, državno i lokalno financiranje policije, školstva i ostalih administrativnih poslova. Konzumerizam jest nastao u kapitalističkom zapadnom svijetu, no nije zaobišao niti socijalističke zemlje. Tako Radina Vučetić u svojoj knjizi *Koka-kola socijalizam* tvrdi da je bivša Jugoslavija počela doživljavati snažnu *amerikanizaciju*² već od početka 60-ih godina (Vučetić 2015). Iako su se socijalističke zemlje, pa tako i tadašnja Jugoslavija, politički protivile konzumerizmu kao produktu kapitalističkih društava i one su brzo uvidjele da je to jednostavan način za uveseljavanje građana potrepštinama kojima su opijeni. Potrošačko je društvo doživljavalo munjeviti uspon krajem šezdesetih godina i sve više je postajalo sredstvo manipulacije i ekonomske propagande. Jugoslavija je dobila svog novog ‘‘unutarnjeg neprijatelja uz sve postojeće vanjske’’ (Vučetić 2015: 356). Jedan od načina na koji se otvarao teritorij za pojavu potrošačkih dobara u Jugoslaviji bio je Zagrebački velesajam, na kojemu je SAD prvi put sudjelovao 1955. godine. Znakovite tematske izložbe koje je zanimljivo istaknuti su one iz 1957. godine pod naslovom *Samoposluga SAD-a* kao i izložba iz 1961. pod nazivom *Konstruktivno korištenje slobodnog vremena*. Jednoj i drugoj izložbi cilj je bio pokazati socijalističkim građanima drugi i drugačiji način života od onoga na koji su oni navikli (Vučetić 2015). Prvi korak prema pojavi velikih šoping centara kakve danas imamo svakako je osmišljavanje koncepta samoposluge. Švicarska je bila prva europska država koja je preuzela američki koncept samoposluga, a nije prošlo puno vremena prije negoli će on doći u Jugoslaviju i to upravo u Hrvatsku. Prva jugoslavenska samoposluga, ali i prva u jugoistočnoj Europi, otvorena je 17. prosinca 1956. godine u Ivancu nedaleko Zagreba, a iste je godine u SAD-u otvoren prvi šoping centar Southdale u Edini. Zagrebačke novine su danima oduševljeno pisale o neobičnoj radnji koja snažno privlači ljude i kao kuriozitet su navodile da na jednim vratima piše ‘ulaz’, a na drugima ‘izlaz’. Velika zagrebačka samoposluga, ovaj put gotovo u centru grada, otvorena je na Ilici 29. prosinca 1957. godine. Tri godine nakon

⁷ Ovdje mislimo na *amerikanizaciju* u onome kontekstu u kojem je pojam prvi definirao engleski novinar William Thomas Stead 1901. godine u svom djelu *The Americanisation of the world*. Kao trend izvoza američkih materijalnih dobara, kulture, znanosti, sporta, umjetnosti i sl. u ostatak svijeta. (Stead 1901)

otvaranja poslovnice u Ilici, Zagreb je imao 13 samoposluga rasprostranjenih po cijelom gradu, a planirano je do 1965. godine otvaranje još 21 samoposluge (Vučetić 2015). Usporedno tomu, glavni grad ondašnje Jugoslavije – Beograd, prvu je samoposlugu dobio 1958. godine, a beogradska Politika zabilježila je kako je ona ‘...preslikana američka samoposluga sa Zagrebačkog velesajma prošle godine’ (Vučetić 2015: 367).

Naglašavamo važnost sociopedagoškog analiziranja konzumerizma kao ideologije koja potiče na pretjeranu potrošnju, akviziciju materijalnih stvari i usluga, ali koji jednako tako u današnje vrijeme postaje sam sebi svrha i cilj, što je neupitno dovelo do sveopće komercijalizacije života. Najnegativnije posljedice su evidentne na preferencijama i ponašanju djece i mladih. U današnjoj Hrvatskoj se nije operacionaliziralo načelo slobodnog tržišta, poduzetništvo se stihijski razvija(lo), privatizacija se transformirala u državnu i/ili privatnu otimačinu, pa odatle imamo sveopću neodgovornost i egzodus mladih (obitelji). Na određeni način možemo reći da je konzumerizam danas postao prevladavajuća kulturalna i *ideologija zavođenja* djece i mladih (Alić 2009). Onog trenutka kada je konzumerizam postao prioritet u životu mladih on je trebao postati i predmet izučavanja pedagogije, a nije. Iznimno je malo pedagoških istraživanja u Republici Hrvatskoj na ovu temu.³

Konzumerizam je zauzeo važnu ulogu u uspostavljanju odnosa među mladima. Sve češće aktivnosti koje mladi rade u slobodnom vremenu okrenute se činu konzumiranja roba i usluga. Više se ne ide u šetnje po prirodi, promenadama, rivama, u gradska kina ili kazališta, već u druženja i provođenja vremena u trgovačkim centrima.⁴ Slovenska znanstvenica Marija Ule u svojim radovima otkriva da proces suvremenog života mladih obilježava odmak od zahtjevnog rada i okrenutost hedonizmu i svijetu zabave i potrošnje. Najzastupljenija slobodnovremenska orijentacija mladih u Hrvatskoj postaje dokoličarenje (gledanje televizije, surfanje na internetu, slušanje radija, čitanje revija, časopisa, novina, sve do izležavanja i/ili lutanja po gradu, trgovačkim centrima i sl.), pa orijentacija na zabavu (odlazak na koncerte, izlazak u diskoklubove, odlazak na kućne zabave), zatim obiteljska orijentacija (odlazak u crkvu, sudjelovanje u tradicijskim igrama, tj. u obiteljskim igrama, i briga o kućnim ljubimcima), onda orijentacija na sport (aktivno, rekreativno bavljenje sportom, odlazak na sportske priredbe) i kulturna orijentacija (odlazak u

³ Treba ovdje svakako spomenuti zasada jedinu doktorsku disertaciju napisanu iz ovoga područja Katarine Dadić pod nazivom “Pedagoški aspekti suvremenog djetinjstva u potrošačkom okruženju”, koja je obranjena 2015. godine na Filozofskom fakultetu u Zagrebu pod vodstvom mentora prof. dr. sc. Marka Pranjčica

⁴ O ovom fenomenu vidjeti više u: Miliša, Zlatko (2017), *Šok današnjice*, Grafika, Osijek

kazalište, posjet izložbama, čitanje knjiga, pohađanje tečajeva) (Miliša, Mlinarević, Proroković 2007).

U Osijeku postoji primjer u kojemu je parola jednog trgovačkog centra dugi niz godina bila "Nova osječka promenade". Megapotrošački centri postali su katedrale konzumerizma. Konzumerizam je zauzeo i centralni aspekt u proslavljanju tradicionalnih blagdana među mladima, kao što su recimo Božić, Nova Godina, Uskrs i sl. Medijski manipulatori su uspjeli stvoriti dane kao što su Crni petak i slične u kojima svijet staje kako bi se moglo neograničeno trošiti i kupovati. Roman *Klub boraca* Chucka Palahniuka navodi primjere ljudi koje su nekada posjedovali ljudi, a sada ih posjeduju stvari. David Fincher je prema tome romanu snimio istoimeni film 1999. godine i aktualizirao priču o posljedicama konzumerizma koji promiče tzv. popularna kultura. U navedenom je razvidna iznimno aktualna pedagozijska implikacija konzumerističkog društva na današnju djecu i mlade.

VIŠESTRUKI IMPLIKACIJE KOMERCIJALIZACIJE ŽIVOTA

Naomi Klein je 2001. godine izdala knjigu *No Logo*, nedugo zatim, 2004., pojavila se *Born to Buy* iz pera Juliet Schor. Susan Linn je iste godine napisala *Consuming children*, a 2009. godine su Ed Mayo i Agnes Nairn izdali *Consumer kids*. Postoje naravno i brojna druga djela, no ova su na određen način odredila istraživački put problema djece potrošača. Svi oni argumentiraju činjenicu kako djeca više ne žive, kao nekada, izvan diktata konzumerizma, a marketinška industrija je učinila sve kako bi i djecu učinila potrošačima. Argumentacija im sigurno stoji, no teško je da možemo samo marketinšku industriju okriviti za takav ishod. Robbins zaključuje "Nevjerojatno je koliko se život promijenio u svega 30 godina. Uloga djeteta u Americi promijenila se najviše i nije mi jasno kako su ona najednom postala stupovi potrošačke ekonomije s ekonomskom moći ravnom onoj svojih roditelja" (Robbins 1999: 24). Determinirani kaos ima jasno određenje u kvantnoj fizici, kemiji i drugim prirodnim znanostima. On još samo nije dobio priznanje u društvenim znanostima! Kant kaže da je znanost organizirano znanje, a mudrost organiziran život (Kant 1970). U Europskoj Uniji ili Sjedinjenim Američkim Državama nemamo poticajnih primjera o participiranju u vlasti u interesu radne većine, a ne kapitala. Svi traže svoje prava, a ravnodušni su na probleme drugih. Viewegh ispravno zaključuje da je posljednja prilika ovoga svijeta empatija, koju pedagogija ponovno mora postaviti visoko na listi vrednota (Viewegh 1997). Ona je umijeće razumijevanja emocija drugih.

Tolerancija uči životu u različitostima, a vrednota altruizma požrtvovnosti. To su ključne odredbe u komunikaciji i odgoju. Svaki odgojitelj mora znati prenijeti djetetu vrednote empatije i altruizma. Mora se djeci objasniti da je temeljno pravo osobe na izražavanje različitosti, a da time ne ugrožavaju prava drugih. Virus komercijalizacije se širi diljem svijeta bez prosvjeda i/ili argumentiranih rasprava. Moćne korporacije žele dominirati svijetom, što nije nikakva novina niti teorija zavjere, ali sve više se upliću i u obrazovne procese. Projekt mekdonaldizacije⁵ društva i konzumerizma se od SAD-a nezaustavljivo širi diljem svijeta. S virusom amerikanizirane fast food obitelji imamo obiteljski život gdje ukućani žive jedni pokraj drugih, a ne jedni s drugima. Jeffrey Grupp u knjizi *Korporatizam: Tajna vlada novog svjetskog poretka* tvrdi da su korporatisti Amerikancima isprali mozak tako da vjeruju kako je normalno najveći dio vremena živjeti izvan obitelji i doma. Ironično opisuje (ka)da Amerikanci žive kao beskućnici, u nedostatku intime razorenih obitelji. Natjeralo ih se da rade za korporacije, da u radnim logorima budu svjesno robovi, a njihova djeca u cjelodnevnom boravku i/ili u školama. Grupp detaljno opisuje porobljavanje prezrenih na svijetu od monopolističkih svjetskih korporacija koje kontroliraju sve resurse, od informacija, medicine, farmacije, obrazovanja. Korporacije uzurpiraju sve ljudske resurse pa građani postaju ovisni o korporatistima koji te resurse kontroliraju. Drži da se ostvarenjem ciljeva korporatista ostvaruje neofeudalizam. Izjednačava socrealističku diktaturu s korporativnom (Grupp 2011). Korporatisti, kao i svjetske vlade, inzistiraju na načelu racionalizacije, koju možemo opisati na primjeru već spomenute Ritzerove teze o mekdonaldizaciji društva. On je predstavio plan te korporacije, u kojoj su načela učinkovitosti, mjerljivosti, isplativosti, predvidljivosti i kontrole temelji funkcioniranja suvremenog društva. Tim se načelima nameće poželjni obrazac ponašanja i/ili nametnuti stil – konzumerizam. Ritzer u mekdonaldizaciji uočava brojne nehumane aspekte (Ritzer 2004). Opasnosti od mekdonaldizacije osobito su vidljive u načinu života, zdravlju i obiteljskom životu. S obzirom na interakciju, članovi fast food-obitelji više vole brzu komunikaciju jer tako stvaraju privid bliskog kontakta. Roditelji se ne umiju othrvati izazovima sadašnjosti pa se odriču svojih temeljnih zadaća. Mekdonaldizacija društva povezana je s bigbrotherizacijom društva i tako (zajedno) stvaraju fast food i virtualnu obitelj.

⁸ Na izvornom engleskom *McDonaldization* je termin koji je prvi upotrijebio američki sociolog George Ritzer 1993. u svom kapitalnom djelu *The McDonaldization of Society*. Dok Weber koristi model birokracije kako bi opisao smjer razvoja tadašnjeg društva, Ritzer smatra da u modernom vremenu analogno Weberu McDonalds kao lanac restorana brze hrane opisuje smjer razvoja suvremenog društva. (Ritzer 2004: 553) O samom fenomenu pisali su i drugi autori, u Republici Hrvatskoj vidjeti u: Miliša, Zlatko (2017), *Šok Današnjice*. Grafika, Osijek.

Najperfidniji način manipuliranja mladima jest onaj pomoću tzv. reality show-programa u kojima se veliča sebičnost, prijetvornost, nerad, voajerstvo i uspjeh bez muke. Te emisije gledateljima nude avanturu, slavu, novac, kako izići iz sjene na medijsku scenu i tako ostvariti (toliko željeni) bijeg iz anonimnosti.

Suvremeno društvo pretvorilo je čovjeka od roba stvari, u svjesnog roba koji gubi potrebu za pripadanjem i slobodom. Na kraju gubi potrebu za promjenom sebe i svijeta oko sebe. Takav otuđeni čovjek ne može upravljati sobom pa upravljanje povjerava drugima. Paralelno s tim, i dalje materijalnim dosegom mjerimo civilizacijske vrednote. Jean Jacques Rousseau proročki je predvidio da će proporcionalno napretku materijalne civilizacije nestajati duhovna dimenzija čovjeka i moralnost. Postmoderno doba, koje se nekritički slavi kao vrijeme u kojemu su sve veće mogućnosti stvaranja čovjekovih sloboda, postaje vrijeme sofisticiranog porobljavanja. Václav Havel je, kao prvi predsjednik Češke, 1995. godine na Harvardu izjavio: “Glavna zadaća sljedećega razdoblja bit će radikalna obnova ljudske odgovornosti” (Havel 1995).

Do dvadesetoga stoljeća znanost je bila uglavnom teorijski orijentirana, ali i pokretač razvoja svih drugih ljudskih potencijala pa i važnih društvenih promjena. O tome je pisao Max Weber u knjizi *Protestantska etika i duh kapitalizma*. Od pojave znanstveno-tehnološke revolucije prirodne i tehničke znanosti tretira se kao korisnije i bolje iskoristive. Pozitivizam potkopava temelje kritičkog mišljenja, svodeći obrazovanje na tehnicizam. Takav pristup Giroux oštro kritizira stavom da vodi opasnom nadhistorijskom i nadkulturnom pozicioniranju: “Što se podrazumijeva pod znanjem društvenih znanosti? Kako nastaje znanje i kako postaje validno? Čijim interesima ono služi? Kako se znanje prenosi i reproducira u nastavnom procesu? Kakve sve proturječnosti postoje između ideologije ugrađene u postojeće forme znanja društvenih znanosti i društvene stvarnosti?” (Giroux 2013) Njegova kritička pedagogija implicira i pitanje kako argumentiramo ono što mislimo da znamo. Ovo su samo neka od najvažnijih njegovih pitanja koja smo izdvojili u demistificiranju objektivnog znanja, a u kojima autor vidi kako se treba razvijati obrazovna teorija i praksa. Giroux, nadahnut svojim uzorom i prijateljem Paulom Freireom, podučava(ju) aktere u obrazovnom procesu u cilju otpora dominantnim oblicima potlačenosti. Dok je Giroux upozoravao na tržišne fundamentaliste, Freire je pisao o ideološkim fundamentalistima. To vidimo kao njihov najveći doprinos razvoju građanske kritičke svijesti. Da i daleki Japan odlazi predaleko s pozitivističkom dogmom dokaz je dopis koji je u lipnju 2015. japansko Ministarstvo obrazovanja uputilo rektorima, u kojemu je od njih zatražilo da humanističke i društvene znanosti ukinu ili ih transformiraju u “korisnije znanosti” (Kovačić 2015).

Antropolog John Henry u knjizi *Culture Against Man* konstatira kako u tradicionalnim i ekonomski manje razvijenim društvima postoji komplementarnost između onoga što se proizvodi i onoga što se želi (Henry 1963). Korporativno-konzumeristička društva nude iluzije da kupovinom proizvoda potrošač kupuje (nerealnu!) predodžbu o samome sebi kako bi stekao željeni ugled koji se veže uz posjedovanu stvar (Šušnić 1976). Trivijaliziranjem i relativiziranjem (odgojnih) vrednota djecu odgajamo u raspuštenosti, "...i to nazivamo progresivnim odgojem. Mi smo ogrezli u pornografiji i bogohulnosti, i to nazivamo slobodom izraza. Izrugujemo se duhovnom naslijeđu naših predaka, i to nazivamo prosvijećenošću" (Platonov 2002: 50). Mlade smo učinili prognanicima iz života i sada nam uzvraćaju udarac. Posljedica je svega današnja boomerang-generacija mladih.

ZNANJE (NI)JE ROBA I ULOGA STUDENTSKIH PROSVJEDA

Studenti su u svojim nedavnim prosvjedima bili protiv komercijalizacije školstva, ali nisu ustali protiv komercijalizacije života, besperspektivnosti i činjenice da se obrazovanje i znanje nisko vrednuju među drugim vrednotama. Međunarodni dan akcije protiv komercijalizacije obrazovanja uveden je 5. studenoga 2008. godine, a studenti su svoje zahtjeve konkretizirali na globalnoj razini 18. travnja 2009. godine u okviru akcije *Reclaim your Education – Global Week of Action*⁶. Internetski je organiziran studentski pokret *Free and Emancipatory Public Education*, u koji su bila uključena brojna sveučilišta u cijelom svijetu. U svojem proglasu su se pozvali na članak 26. *Opće deklaracije o ljudskim pravima* iz 1948., u kojemu stoji da "svatko ima pravo na odgoj i obrazovanje" ("Narodne novine" 2009). Bio je to prvi svjetski virtualni pokret studenata. Iako pravo na obrazovanje ima univerzalnu važnost, nužan je bio aspekt primjenjivosti toga prava na obrazovanje za sve, jer implementacija toga prava "ovisi u uvjetima koji prevladavaju u pojedinoj državi"⁷ (Međunarodni pakt za gospodarska, socijalna i kulturna prava 1999). Prosvjede kojima su ustali protiv plaćanja školovanja studenti su pravdali činjenicom da je znanje postalo roba. No,

⁶ Pokret je i danas aktivan s drugim ciljevima - <https://reclaimededucation.wordpress.com/>

⁷ Republika Hrvatska stranka je Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima od 6. listopada 1991. godine prema odluci o objavljivanju mnogostranih međunarodnih ugovora kojih je Republika Hrvatska stranka na temelju notifikacija o sukcesiji. Tu odluku donijela je Vlada Republike Hrvatske 30. rujna 1993. godine (Narodne novine - Međunarodni ugovori, br. 12/1993.) Prema odredbi II. te Odluke: "Tekstovi mnogostranih međunarodnih ugovora iz točke I. ove Odluke, objavljeni u službenim glasilima država sljednica, važe i primjenjuju se kao službeni tekstovi do objave službenih tekstova tih međunarodnih ugovora na hrvatskom jeziku u Narodnim novinama - Međunarodni ugovori." Službeni tekst Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima objavljen je u Službenom listu SFRJ, br. 7/1971., i još uvijek je jedini službeni prijevod.

mislimo suprotno. Smatramo, naime, da su studenti, ako žele prihvatiti operacionalizaciju sintagme društva znanja, trebali ustati zbog činjenice da se znanje ne tretira kao roba, da nije kurentno i/ili isplativo među drugim (intelektualnim) proizvodima i uslugama. Tržišni odnosi znanje tretiraju kao resurs. Studenti su pod pojmom tržišta podrazumijevali da se sve može kupiti novcem, kako bogati mogu sve, a siromašni – ništa. *Znanje nije roba*⁸, bio je i ostao jedan od njihovih upečatljivih slogana. No, tržište je način raspodjele (bilo kojeg) resursa, a roba je drugo ime za razmjenu dobara. U tome kontekstu i znanje je roba na robnom tržištu. Problem je kada znanja koja mladi usvajaju zaostaju za znanjima koja bi trebali usvojiti, kada se diploma omalovažava ili kada knjiga među drugim robama nije konkurentna. Dakle, bit je u pitanju koliko je znanje u funkciji proizvodnje znanja. To je prepoznatljivost društva koje uči⁹. Besplatno studiranje ne postoji. Pitanje je samo tko daje novac i odakle.

Nekontrolirano tržište drugi je problem, koji može nastati i zbog monopola nad znanjima i tehnologijama. Primjerice, nedopustiva je činjenica da brojni znanstveni radnici bivaju sretni kada im izdavač odluči tiskati knjigu, unaprijed znajući da neće imati honorara. Od mnogih sveučilišnih profesora traže se javna izlaganja bez honorara, traži se da pišu predgovore, recenzije i pogovore (za knjige drugih autora), ali rijetki nude ugovore za (njihove) knjige jer se izdavači pravdaju da im knjiga nije dobra roba i da sebi tako prave gubitke. Dakle, suprotno prosvjednicima, smatramo da znanje treba biti (konkurentna i kurentna) roba na tržištu (kapitala). Njemački su studenti u lipnju i u studenome 2009. radikalizirali prosvjede s napisima *Novac za obrazovanje umjesto za banke*¹⁰. Odabrali su prosvjede povodom obilježavanja deset godina od potpisivanja Bolonjske povelje. U Potsdamu, Heidelbergu, Münchenu, Berlinu i drugim većim gradovima njemački su studenti, osim zahtjeva za besplatnim studiranjem, tražili i ukidanje ispitnih rokova, a prvi su put zaprijetili i preuzimanjem banaka. Karakteristični su napisi s plenuma: *Sami ćemo odlučiti kako ćemo se školovati i kako živjeti, Tražimo nove profesore na sveučilištima, Vrijeme je da vaša pravila prekršimo i da sada vi živite po našima pravilima*¹¹. Kao da su im ti profesori

⁸ Studiju o tome je napisao Čulig, Benjamin (2013), *Znanje nije roba*, Jesenski i Turk, Zagreb

⁹ Ovdje aludiramo na Bijeli dokument o obrazovanju koji je izdalo Povjerenstvo europske zajednice na temelju zaključaka Europskog vijeća 1995. godine, a u Republici Hrvatskoj je objavljen 1996. u izdanju zagrebačke Educe i u prijevodu Ivana Čehoka pod nazivom *Prema društvu koje uči: poučavanje i učenje (Bijeli dokument o obrazovanju)*

¹⁰ Kod nas je o tome izvještavao dnevnik Nove TV, <https://dnevnik.hr/vijesti/svijet/njemacki-studenti-traze-be-splatno-obrazovanje.html>

¹¹ Prema izvorima na tim je prosvjedima sudjelovalo gotovo 100.000 njemačkih studenata - <https://www.reuters.com/article/us-germany-students-strike/more-than-100000-german-students-protest-idU-STRE55G52M20090617>

donijeli komercijalizaciju sveučilišta i sve ostale posljedične poteškoće. Zanimljivo je koliko su bili spremni boriti se za svoj *veliki cilj*, a nisu bili zainteresirani za društvene prioritete. Nije ni čudo, s obzirom na to da ova civilizacija gura koncept sebičnosti. Godine 2004. Ivan Rimac u istraživanju *Siromaštvo u Hrvatskoj* otkriva da su od dvadeset jedne ispitivane vrednote bogatstvo i uspjeh zauzele prva dva mjesta kod hrvatskih građana. Suosjećajnost i altruizam na dnu su ljestvice. Taj podatak sve govori. Tisuće studenata okupilo se 10. prosinca 2010. ispred britanskog Parlamenta u Londonu na prosvjedu protiv povećanja fakultetskih školarina za 300%. (Wintour, Watt 2010). Istoga je dana Parlament odobrio povećanje školarina. No, razlog i tih prosvjeda nisu bili sukobi svjetskih razmjera i režirani ratovi, kao studentima – *šezdesetosmašima*.

Britanski ministar znanosti i obrazovanja David Blunkett pravdao je tada poskupljenje školarina činjenicom da britanska Vlada nije jedina socijaldemokratska vlada koja uvodi školarine. I tada nitko nije reagirao. Profesor na američkom Yaleu Slobodan Prosperov Novak odlučno je bio protiv prosvjeda na kojima se tražilo besplatno školovanje, jer takvo školovanje ne postoji. Ono što postoji jest mogućnost da sveukupni troškovi studiranja budu plaćeni iz prikupljenih poreza. Prema njemu, ideja besplatnog obrazovanja može izgledati privlačno, kritički komentirajući ultimativni zahtjev studenata da netko drugi plaća njihovo školovanje. To znači, tvrdi on, da od financiranja visokog obrazovanja iz poreza najviše izravne koristi imaju obitelji imućnijih dijelova društva (Miliša, Letica 2009). Zajedničko je stajalište svih kritičara pobune studenata da nema besplatnog obrazovanja. Pitanje je jednostavno: plaća li se ono izravno, iz roditeljskih sredstava, ili posredno, iz proračuna, ili kombinacijom prvoga i drugoga? Studenti su protiv komercijalizacije školstva, ali nisu ustali protiv komercijalizacije života, golemog otuđenja građana, besperspektivnosti ni činjenice da se obrazovanje i znanje nisko vrednuju među drugim vrednotama, te da vlasti samo demagoški ponavljaju da živimo u društvu znanja. Glavne probleme studenata i mladih ne vidimo u (besplatnom) obrazovanju, nego u društvu koje potiče socijalno izolirane pojedince, društvu u kojemu je nestalo suosjećanja, društvu u kojemu sve ima cijenu, a ništa vrijednost. Studenti su ostvarivanje svoje ideje solidarnosti vidjeli u neposrednoj demokraciji, metodi blokade nastave i glavnom cilju – besplatnom školovanju. Najveći dio studenata nije prosvjedovao i odbacio je takvu ideju solidarnosti revolucionarnih aktivista. Reagirajući na prosvjede svojih kolega studenata, ovako im odgovara splitski student Antun Domazet: “Licemjerno je tražiti besplatne studije blokadama i štrajkovima, a vegetirati u učmalosti kada je riječ o bezbroj drugih problema jednako

marginaliziranih skupina... Kako netko može mirno stajati i gledati kako se rasprodaje sve što se ne bi smjelo rasprodati, a onda od te iste trgujuće institucije tražiti neke beneficije?” (Slobodna Dalmacija 2009). Početkom 2015. godine opet su se svijetom širili studentski buntovi. Pobune kanadskih, britanskih i nizozemskih studenata ponavljale su iste ciljeve iz 2009. godine – zaustavljanje komercijalizacije i birokratizacije sveučilišta. Dva najveća kanadska sveučilišta bila su blokirana od veljače 2015. Najradikalniji su bili prosvjedi koje je organizirao *Revolucionarni pokret*¹², koji se predstavljao kao “zajednica mladih komunista i revolucionarnih antikapitalista” (Šimičević 2014). Tijekom prosvjeda došlo je do eskalacije sukoba s interventnom policijom. Prije toga prosvjedovalo se u Beogradu, gdje je oko 2.000 studenata 7. listopada 2014. izišlo pred zgradu srbijanskog Ministarstva znanosti, obrazovanja i tehnološkog razvoja, protiveći se izmjenama Zakona o visokom obrazovanju. Tome je prethodila blokada, koja je započela 9. rujna 2014. na Filozofskom fakultetu. Studenti tzv. *Samoorganiziranog studentskog pokreta*¹³ metodu blokade preuzeli su iz ranijih prosvjeda, ovoga puta kao instrument u borbi protiv “kriminalnog stanja u visokom obrazovanju u Srbiji” (Šimičević 2014). No, u svojim su se zahtjevima obratili Upravi Fakulteta s parcijalnim zahtjevima, a između ostaloga i traženjem prava nastavka studiranja za one koji su upisali fakultet još po starom pravilniku o studiranju prije 2006. godine. Tim su zahtjevom stali na stranu vječitih studenata. Svi ti zahtjevi nisu zadirali u bit problema komercijalizacije obrazovanja i znanosti. Neredi su izbili 23. listopada iste godine, kada su studenti Filozofskog i Filološkog fakulteta bili izloženi prijetnjama nepoznatih napadača koji su u maskirani prijetili studentima da okončaju prosvjede. U medijskoj blokadi teško je odgonetnuti što se sve događalo iza kulisa te predstave, no to je bio još jedan u nizu ugušenih prosvjeda. Demoralizirani studenti okarakterizirat će te događaje kao još jedno nepotrebno iscrpljivanje energije, drugi će Pokret etiketirati kao anarhističko djelovanje, treći će zaključiti da je sve uzaludno i da više neće prosvjedovati.

Demokratizacija visokog obrazovanja ne postiže se samo krilaticom obrazovanje za sve. Ona mora uvažiti i uspjeh i trajanje studiranja, uvjete studiranja, atraktivnost studijskih programa i predavača, implementacije kriterija izvrsnosti, motiviranost za

¹² Srbijanski su mediji detaljno pratili *Revolucionarni pokret*, a pojedine studentske udruge u Hrvatskoj su se solidarizirale s kolegama iz susjedstva. <https://www.blic.rs/vesti/beograd/samoorganizovani-studentski-pokret-tokom-noci-50-studenata-zakljucano-na-filozofskom/yjnlxff>

¹³ Pokret je nastao jer studenti nisu imali povjerenje u postojeće studentske organizacije i smatrali su da suradnja s resornim ministarstvom nije bila adekvatna. Govorili su kako aktualna vlast nema dugoročna rješenja, te da je vrijeme da im studenti i mladu postanu prioritet. <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/1266910-nezadovoljni-studenti-porucili-zajedno-smo-najjaci-znanje-nije-roba>

studiranje, uključenost studenata u procese donošenja odluka, kvalitetu studentskog standarda, postotak diplomiranih u odnosu na upisane, mogućnost (vertikalnog) napredovanja i zapošljavanja, (dis)proporcije radnog mjesta i stečene diplome, ekspanziju obrazovanja i privrednog razvoja. Sedamdesetih godina na hrvatskim je sveučilištima bilo malo više od četrdeset tisuća studenata, a danas ih je oko sto šezdeset tisuća. U posljednjih petnaest godina u Hrvatskoj je otvoreno tridesetak visokih učilišta i četiri nova sveučilišta. Trenutno je devet nacionalnih sveučilišta hrvatskog visokoobrazovanog prostora i to su redom osnivanja, Sveučilište u Zagrebu (1669), Sveučilište u Rijeci (1973), Sveučilište u Splitu (1974), Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku (1975), Sveučilište u Zadru (2003), Sveučilište u Dubrovniku (2003), Sveučilište Jurja Dobrile u Puli (2006), Sveučilište Sjever u Koprivnici/Varaždinu (2015), te jedino sveučilište na hrvatskom jeziku izvan RH, Sveučilište u Mostaru (1977) (Miliša, Spasenovski 2018). Privatnih je sveučilišta u Republici Hrvatskoj tek dva, Hrvatsko katoličko sveučilište u Zagrebu te Međunarodno sveučilište u Dubrovniku. Također imamo i dva privatna veleučilišta, Vern - Veleučilište za ekonomiju i poduzetništvo, te Veleučilište Velika Gorica, dok je najviše privatnih visokih škola čak dvadeset i osam. Podatci Eurostata pokazuju da je 2016. u Hrvatskoj bilo samo 2,8 posto onih koji napuštaju formalno školovanje i usavršavanje, pa po tome Hrvatska prednjači u Europi. Postotak smanjivanja prekidanja obrazovnog ciklusa je kontinuiran u članicama EU, tako da je 2002. iznosio 17 posto, a 2016. godine je pao na 10,7%. Pored Hrvatske, školovanje se najmanje prekida u Litvi, Sloveniji, Poljskoj i Luksemburgu. Tjeranjem velikog broja srednjoškolaca na upisivanje fakulteta samo se prolongira njihova nezaposlenost. Sve manji broj osoba koje prekidaju obrazovanje može se povezati s olakšavanjem školskih programa čiji je cilj *proizvodnja diploma*. Litva, Slovenija, Poljska i Hrvatska nisu slučajno vodeće na listi ostanka u obrazovnom ciklusu, jer upravo one proizvode jeftinu radnu snagu za bogati Zapad. Porastom broja kvalificiranih stručnjaka neovisno o stupnju obrazovanja, pada vrijednost i cijena rada, osobito nas s Balkana i bivših socijalističkih država. Ministri znanosti i obrazovanja u Hrvatskoj posljednjih su se desetak godina hvalili kako su za njihova mandata povećane šanse i uspjeh na studijima, skratilo vrijeme studiranja ili povećao postotak diplomiranih. Nisu navodili podatak koliko se povećao postotak nezaposlenosti, da prvostupnici nisu traženi na tržištu rada, koliko diplomiranih radi u struci ni (kao najaktualnije) koliko ih je otišlo u inozemstvo bez namjere povratka. S druge strane, studenti su prosvjedovali zbog ekspanzije visokog obrazovanja na štetu kvalitete. Otvaranje novih studija ministri su pravdali brojkama koje navodno potvrđuju demokratizaciju visokog obrazovanja.

Prešućivali su činjenicu da u zavodima za zapošljavanje, iz godine u godinu, raste postotak onih s najvišom razinom obrazovanja. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa dalo je u svibnju 2012. naputak rektorima za skraćivanje vremena studiranja. U njemu se navodi “strateški cilj” da najmanje 40% stanovništva u dobi od 30. do 34. godine do 2020. godine u Europi treba imati završen visoki stupanj obrazovanja! Nije li to poziv na *štančanje* diploma (i) kod nas u postsocijalističkim zemljama?

Današnje akademsko napredovanje postaje determinirano brojkama o objavljenim radovima u relevantnim bazama podataka (Thomson Reuters, Current Contents, Scopus i dr), o citiranosti i *impact factoru*. Po tim kriterijima napredovanja znanstvenika, možemo zanemariti svjetski renomirane filozofe, sociologe, povjesničare koji su dali input kritičkom pristupu u društveno-humanističkim znanostima, a nisu objavljivali u vidljivim inozemnim znanstvenim časopisima (Miliša, Spasenovski 2018). Kako bi što prije stekli uvjete za napredak, mlađi znanstvenici s *brdovitog Balkana*, po diktatu politike, okreću se međunarodnim časopisima, koji postaju presudni kod napredovanja u viša akademska zvanja. Mlađi znanstvenici s područja društvenih znanosti, da bi poslali vidljivi po citiranosti *Web of Sciencea*, *Thomson Reutersa*, *Scopus* i drugih moraju izdvojiti poveće svote novca. Ukoliko žele aplicirati rad (tek) sa sažetkom, na međunarodne znanstvene konferencije navedene u indeksiranim bazama trebaju znati da su njihovi partneri *Svjetska banka*, *Deutsche Bank* i slične korporacije. Na kraju našeg članka postavljamo aktualna (akademska) pitanja: Što to znači biti indeksiran i biti vidljiv u svijetu društvenih znanosti? Tko nam nameće procjene i s kojim posljedicama o kvaliteti znanstvenih članaka? Tko su priznati znanstvenici iz društveno-humanističkih znanosti prema kriteriju citiranosti i *impact factoru*? Ovo su neka od mnogih pitanja koja osobito pogađaju mlađe znanstvenike na društveno-humanističkim fakultetima, ali u Hrvatskoj (i) o tome štiti akademska zajednica. Smatramo da se (i) ta pitanja ne mogu tretirati izvan šireg – sociopedagogijskog diskursa sveopće komercijalizacije života.

ZAKLJUČAK

U ovom smo radu dali osnove sociopedagogijske znanstvene problematike u analizama suodnosa konzumerizma i komercijalizacije života. Konstatirali smo kako komercijalizacija sveučilišta nije izdvojeni fenomen, već da je ona u skladu sa sveopćom komercijalizacijom života. O konzumerizmu, komercijalizaciji života i komercijalizacija visokog obrazovanja pisali su i/ili istraživali brojni autori, međutim nismo uspjeli pronaći ni jedan relevantan izvor koji analizira povijesne i socio-

pedagogijske poveznice nastanka i ekspanzije konzumerizma, s jedne, te aktualnosti komercijalizacije društveno-humanističkih znanosti, s druge strane. U ovom članku nastojali smo potaknuti struku na dodatna istraživanja. Šutnju i nezainteresiranost akademske zajednice po ovim pitanjima, smatramo važnim razlogom ekspanzije konzumerizma na svim razinama. U ovome članku apeliramo na značajno veći angažman znanstvenika u interdisciplinarnim pristupima, osobito iz društvenih i humanističkih znanosti. Komercijalizacija društvenih i humanističkih znanosti ima svoje višestruke negativne posljedice i treba se tretirati kao jedan od najvažnijih problema današnjice.

IZVORI I LITERATURA:

1. Alić, Sead (2009), *Mediji od zavođenja do manipuliranja*, AGM, Zagreb
2. Baudrillard, Jean (1998), *Consumer Society: myths and structures*, Greenwood Press, London
3. Bauman, Zygmunt (2007), *Consuming life*, Polity Press, Cambridge
4. Bok, Derek (2005), *Univerzitet na tržištu*, Clio, Beograd
5. Campbell, Colin (2004), *Elusive consumption*, Berg Publishers, Oxford
6. Corrigan, Peter (2005), *The Sociology of Consumption*, SAGE Publications, London
7. Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, SAGE Publications, London
8. Fromm, Erich (1997), *On Being Human*, Continuum, New York
9. Giroux, Henry (2013), *O kritičkoj pedagogiji*, EDUKA, Beograd
10. Grupp, Jeffrey (2011), *Korporatizam: Tajna vlada novog svjetskog poretka*, Teledisk, Zagreb
11. Havel, Vaclav (1995), ‘‘Radical Renewal of Human Responsibility’’, Harvard, Cambridge, govor održan 12. svibnja 1995. dostupan cjelokupni transkript na <http://www.humanity.org/voices/commencements/vaclav-havel-harvard-university-speech-1995>, pristupljeno 9.5.2018.
12. Hedges, Chris (2009), *Empire of Illusion*, Nation Books, New York
13. Henry, Jules (1963), *Culture Against Man*, McGraw-Hill Publishing, New York
14. Hromadžić, Hajrudin (2008), *Konzumerizam: potreba, životni stil, ideologija*, Jesenski i Turk, Zagreb
15. Jolly, Vijay (1997), *Commercializing new technologies: Getting from mind to market*, Harvard Business School Press, Brighton

16. Kant, Immanuel (1970), *Kritika čistoga uma*, preveo: Nikola M. Popović, Kultura, Beograd
17. Kovačić, Mateja (2015) "Zbogom humanističke i društvene znanosti – za bolju budućnost", portal H-alter, Zagreb – cjeloviti tekst dostupan na <http://www.h-alter.org/vijesti/zbogom-humanisticke-i-drustvene-znanosti-ndash-za-bolju-buducnost>, pristupljeno 9.5.2018.
18. Kukić, Damir (2013), "Sveučilište kao tvrđava", *Filozofska istraživanja*, sv. 3, br. 131(33), str. 433-440.
19. Marcuse, Herbert (1989), *Čovjek jedne dimenzije*, prevela: Branka Brujić, Veselin Masleša, Sarajevo
20. Marx, Karl (1971), *Kapital: Kritika političke ekonomije*, preveli: Moša Pijade, Rodoljub Čolaković, Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd
21. McKendrick, Neil (1982), *The Birth of Consumer Society*, Europa Publications, London
22. Međunarodni pakt za gospodarska, socijalna i kulturna prava (1999), rezolucija br. 2200 A /XXI/
23. Miliša, Zlatko, Vesnica Mlinarević, Ana Proroković (2007), "Slobodno vrijeme mladih u procesima modernizacije – usporedba slavonskih gradova i Zadra", *Pedagoška istraživanja*, 4(1), 81-99.
24. Miliša, Zlatko, Slaven, Letica (2009) "Od skepticizma do studentskih prosvjeda", u: Slavica Juka, Majstorović Vlado, ur., *Korijeni i pretpostavke visokog obrazovanja u Hercegovini*, Sveučilište u Mostaru, Mostar
24. Miliša, Zlatko (2017), *Šok današnjice*, Grafika, Osijek
25. Miliša, Zlatko, Nemanja Spasenovski (2018) "Kako se Bolonjom kompromitiraju društvene znanosti i potire kritičko mišljenje", u: Albina Abidović, ur., *Aktuelni problemi visokog obrazovanja i nauke*, Zbornik radova sa međunarodnog naučnog skupa, Tom 1, Evropski Univerzitet Brčko Distrikt, Brčko
26. Narodne novine (2009), *Odluka o objavi Opće deklaracije o ljudskim pravima*, Narodne Novine, Zagreb dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/međunarodni/2009_11_12_143.html, pristupljeno 9.5.2018.
27. Platonov, Oleg (2003), *Zašto će propasti Amerika*, Laus, Split
28. Ritzer, George (2004), *The McDonaldization of Society: Revised New Century Edition*, SAGE Publications, London
28. Robbins, Richard (1999), *Global problems and the culture of capitalism*, Allyn and Bacon, Boston;

29. Sartre, Jean Paul (1969), *Being and nothingness*, Routledge, London
30. Slater, Don (2004), *Consumer Culture and Modernity*, Polity Press, Cambridge
31. Staničić, Stjepan (2006), *Menadžment u obrazovanju*, Vlastita naklada, Rijeka
32. Stažić, Katica (2013), "Društveni otpor konzumerizmu: antikonzumeristički pokreti ili alterkonzumeristički pokreti", u: Snježana Čolić, ur., *Potrošačka kultura i konzumerizam*, Ivo Pilar, Zagreb
33. Šimičević, Hrvoje (2014), "Pobuna na Filozofskom", portal H-alter, Zagreb – cjeloviti tekst dostupan na <http://www.h-alter.org/vijesti/pobuna-na-filozofskom>, pristupljeno 9. 5. 2018.
34. Veblen, Thorstein (1966), *Teorija dokoličarske klase*, Kultura, Beograd
35. Zeldin, Theodore (2005), *Intimna povijest čovječanstva*, VBZ, Zagreb
36. Solar, Milivoj (2011), *Kritika relativizma ukusa: Predavanja o ukusu, moralu i poetici*, Matica Hrvatska, Zagreb
37. Šušnić, Đuro (1976), *Ribari ljudskih duša: Ideja manipulacije i manipulacija idejama*, NIP Mladost, Beograd
38. Viewegh, Michal (2009), *Odgov djevojaka u Češkoj*, Profil, Zagreb
39. Vučetić, Radina (2015), *Koka-kola socijalizam: Amerikanizacija jugoslovenske popularne kulture šezdesetih godina XX veka*, Treće izdanje, JP Službeni Glasnik, Beograd
40. Wintour, Patrick, Nicholas, Watt (2010), "Prince Charles and Camilla caught up in London violence after student fees vote", International Edition, dostupno na - <https://www.theguardian.com/education/2010/dec/09/charles-camilla-car-attacked-fees-protest>, pristupljeno 9.5.2018.

INTERNET IZVORI:

1. <https://szssplit.hr/studentски-prosvjedi-u-beogradu> - pristupljeno 9.5.2018.
2. [http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi-staro-ijvhj/ujedinjeni-narodi-\(un\)/ljudska-prava-u-rh/](http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi-staro-ijvhj/ujedinjeni-narodi-(un)/ljudska-prava-u-rh/) - pristupljeno 9.5.2018
3. <http://www.telegraf.rs/vesti/1260375-studenti-postigli-dogovor-sa-ministarstvom-prosvete> - pristupljeno 9.5.2018
4. <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/1265011-studenti-na-barikadama-ne-vejemo-studentskim-organizacijama-i-parlamentu> - pristupljeno 9.5.2018
5. <http://www.telegraf.rs/vesti/beograd/1266910-nezadovoljni-studenti-porucili-zajedno-smo-najjaci-znanje-nije-ropa> - pristupljeno 9.5.2018
6. http://www.nsz.hr/tag/studentски_prosvjedi/ - pristupljeno 9.5.2018

HOW DID COMMERCIALIZATION OF HIGHER EDUCATION START?

Summary

Commercialization of higher education is consequence of the overall commercialization of life, which will be analyzed in this article from a historical and sociopedagogic perspective. This paper discusses the emergence and development of consumerism, not as an economic theory, but an imposed lifestyle and social ideology. Consumerism is the product of capitalist system which designs consumer behavior through manipulative media. Consumption became massive in the late 18th century and now in 21st century it has grown into unnecessary or non-functional items possession ideology. The aim of this paper is to give the pedagogical problematic frame in consumerism analyses and to encourage the profession through current questions to conduct further research. In order to comply with demands of such defined cause, relevant literature concerning various social sciences and recent research (from abroad) have been consulted on the topic of consumerism. The silence of the academic community is one of the important reasons for the rapid expansion of consumerism at all levels. In this paper we appeal for a greater involvement of scientists in researching this topic, especially in social sciences and humanities. Therefore, we hope that this article will inspire a broader academic debate from different perspectives and scientific areas over the current problem of commercialization of the life which results in the commercialization of higher education. This paper treats consumerism and commercialization of the life as a highly important pedagogical issue which has a great influence on children and young people nowadays so we think it should become the subject of theoretical and practical analysis of educational system.

Key words: commercialization of the life, commercialization of higher education, consumerism, social sciences, humanities

Adresa autora

Authors' address

Nemanja Spasenovski

Zlatko Miliša

Filozofski fakultet Osijek

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

nemanja.spasenovski@gmail.com

zmlisa@ffos.hr