

# Zakaj ni račun nikoli točen?

## Kaj nam napitnina pove o družbi ZDA?

Blaž Kosovel

*Ko želimo v ZDA plačati, je račun vedno višji od postavljene cene: v trgovinah so namreč vse cene označene brez davka, ki ga prištejejo šele na blagajni; v barih je sicer davek že všteti, vendar je vsoti potrebno dodati še obvezno napitnino. Tako smo vedno zmedeni, v skrajnem primeru se lahko čutimo celo ogoljufane. Lahko bi rekli, da je nekaj nepravičnega na tem, da cena ni nikoli »polna« in dokončna. Zato je na mestu vprašanje, kako je mogoče, da v zvezi držav, ki je tako obsedena z izračuni, pred seboj nikoli nimamo točne cene, ki jo moramo plačati? Najboljši odgovor je sledeči: ker je to zanje najbolj pravično. Pravično pa zato, ker so s tem jasno razločeni vsi sodelujoči pri poslu, tako da se točno ve, komu gre kateri del oziroma kdo koliko prispeva.*

V prejšnjem prispevku za rubriko »Ameriški diner« (Razpotja 13, zima 2013) sem med drugim pisal o neverjetni prijaznosti ljudi v ZDA, njihovem neizmernem navdušenju pri srečanju s še enim svobodnim individualcem v tem najboljšem izmed vseh možnih svetov. Ta prijaznost je še posebej prisotna v storitvenem sektorju, najbolj pa jo opazimo v strežbi, ko nas uslužbenec takoj pozdravi s »Hi, how are you?«. Hkrati pa ugotovimo, da so pri strežbi vsi tako prijazni tudi in predvsem zato, ker je njihova prijaznost vedno finančno nagrajena: napitnine so namreč obvezne in med najvišjimi na svetu.

A čeprav so napitnine običajne tudi v mnogih drugih deželah, v ZDA zadevajo sam temelj družbe, saj se nanašajo na družbeno pogodbo med svobodnimi posamezniki, ki jih ni povezovalo nič drugega kot ravno želja po svobodnem trgovanju, torej trgovanju brez zunanjih bremen davkov, carin in ostalih dajatev. In ravno to je tudi razlog, zakaj v ceno ni všteti davek: Ameriška revolucija je bila namreč v svojem najbolj osnovnem smislu ravno upor proti davkom.

Vseprisotna napitnina je zato dokaz, da so ZDA zgolj ekonomsko-gospodarska zveza v najbolj goli obliki, da je v tej skrajni individualizirani družbi vsak odnos že ekonomski odnos, je že določena storitev, ki jo je potrebno kot takšno tudi denarno ovrednotiti, s tem pa ekonomske odnose znova in znova vzpo-

stavljati, saj niso, tako kot družinski ali prijateljski odnosi, vezani na neko zgodovino.

To, da gostje lokala bistveno prispevamo k natararjevi plači zato ni (samo) zlobna ukana, s katero je zaposlovalec prenesel svoje obveznosti na breme stranke. Mi smo namreč ključen del celotnega procesa. To je hrbtna plat tega, da ima kupec vedno prav. Ta moč kupca, da ima vedno prav, nosi dolžnost, da tudi sam prispeva k poslovni transakciji. Imeti vedno prav prinaša tudi finančne obveznosti.

### Natarar ne samo nataka

Daljnosežnost tega, da ima kupec vedno prav, lahko zasledujemo že v besedi za natararja, ki se v angleščini glasi *waiter*, dobesedno »čakalec«; celotno osebje, strežba, pa se imenuje *waiting staff*. (Po tej logiki bi lahko pojem »natarar« v slovenščino prevedli tudi kot strežnik, vendar se ta beseda ne uporablja zanje, temveč za enoto, ki povezuje različne računalnike, *server*). Etimologija besede natarar je enostavna: natarar je tisti, ki nam nataka pijačo. Poleg natararja je tudi točaj, pri čemer natarar nataka za mizami, točaj pa toči za šankom. Za mizami se torej nataka, za šankom pa toči. Gre torej za enako zadevo: prisotna je pijača, ki jo je potrebno natočiti. Prav tako je tudi napitnina nekaj, kar damo po tem, ko smo pili, je napitek, na-pit-nina. Prav tako je tudi kleni slovenski izraz za bar oziroma bife ravno točilnica.

V angleščini je točaj *bartender*, torej tisti, ki skrbi šank oziroma bar. V slovenščini imamo sicer podobno besedo krčmar, čeprav je ta vezana na krčmo, v široki uporabi pa je tudi *kelner* in *kelnerca*, ki jo sicer uporabljamo za natararje, čeprav je v nemškem originalu bližje krčmarju, saj je to tisti, ki skrbi za klet (*Keller*). Skrb za točilnico oziroma bar je torej enostavno razumljiva. Vendar zakaj *waiter*? Kaj on čaka, namesto da bi nam točil? Čemu čaka, namesto da bi nam stregel? Zakaj se strežbi za mizami reče »*waiting the tables*«, torej dobesedno »čakati mizam«? Zakaj je torej strežba čakanje? Nikakor nisem razumel, koga naj strežba čaka, strežba mora ravno pohiteti, da nam ustreže. Na koncu pa sem ugotovil, da se gre ravno za to: čakalec namreč čaka, kako nam lahko ustreže. Čakalec čaka, da lahko ustreže



Foto: Blaž Kosovel

gostovim potrebam in željam. On ne le streže, on naravnost čaka na to, da lahko ustreže.

To umanjkanje strežnikov v slovenščini, čeprav imamo strežbo, je seveda simptomatično: pri nas nimamo ljudi, ki bi se ukvarjali z našimi željami, temveč nam le prinesejo pijačo in hrano. A kako bi se le, če pa lastniki teh lokalov ne razumejo pomembnosti strežbe. Tako prek študentske napotnice zaposlijo nekoga za manj kot štiri evre na uro, ne da bi mu/ji sploh pokazali, kako in kaj. Zato ni tudi nič nenavadnega, da strežba sploh ne ve, kaj gostišče ponuja, koliko kaj stane, še posebej pa, kako se kaj pripravi. Ali pa se jim enostavno ne da. Spomnim se primerov, ko je v večji družbi vsakdo naročil čisto določeno kavo ali čaj, nato pa je natakarica enostavno rekla: oh, kaj si toliko izmišljujete, a vam lahko vsem enostavno prinesem kavo z mlekom? Izmišljevanje je v tem primeru razumljeno kot nekaj negativnega, češ kdo pa si ti, da si sploh lahko želiš nekaj posebnega?! Kako lahko motiš našo enakost v povprečnosti? Enako velja tudi za rek »Ti moraš biti vedno nekaj posebnega!«, za katerega mi dolgo časa ni bilo jasno, zakaj naj bi to bilo nekaj slabega in ga sploh nisem znal jemati kot zmerljivko.

Na drugi strani luže pa je biti nekaj posebnega ravno tisto, na kar meri rek »kupec ima vedno prav«. Kupec se nikoli ne moti s svojimi izmišljevanji. Kupec je vedno nekaj posebnega, wai-

ter pa je tam, da tej posebnosti ustreže na svoj najboljši način. *Waiting* torej meri ravno na to biti poseben v smislu posebnih želja; je čakanje na to, da lahko uresničiš vse, kar si bo gost izmislil. To je namreč njegovo delo, za katerega bo na koncu nagrajen s strani tistega, ki mu je stregel.

### **Stranka doda svoj del**

To pa ne pomeni, da imajo natakarji v ZDA dobre plače. Daleč od tega, saj večina njihovega zaslužka prihaja ravno iz napitnin. Vendar napitnina tam ni zadeva dobre volje, temveč je obvezen prispevek gosta k natakarjevi plači. Natakarji so namreč plačani pod minimalno plačo ravno zato, ker je že predpostavljeno, da bodo dobili napitnino. Še več, napitnina je celo obdavčena v nekem pavšalnem znesku. Plača delavca torej ni le zadeva lastnika lokala, temveč tudi gosta. Oba skupaj ustvarita natakarjev prihodek. Enako velja tudi za večino ostalih storitvenih dejavnosti. Vsaka storitev predpostavlja dodatno plačilo s strani stranke.

To prištevanje k računu je za nas, če lahko govorim v množini, nekaj popolnoma nerazumnega. Pričakujemo namreč, da je višina transakcije že jasno določena. Ko dobimo račun, plačamo označeno vsoto. To se nam zdi fer. V gostinstvu lahko k temu kaj malega tudi dodamo, a to je res stvar naše dobre volje in

**V mnogih trgovinah in lokalih lahko opazimo napis: »Thank you for shopping here, your business is appreciated!« In ravno za to gre: kupec je sodelavec v poslu, je del businessa. Njegov posel je torej v tem, da kupi nekaj, posel trgovca pa v tem, da mu nekaj proda.**

natakarjeve izjemnosti; sicer pa sem nemalokrat doživel, da nekateri sploh niso želeli sprejeti napitnine, češ da jih žali ali nekaj podobnega. Skratka, kar je napisano na računu – to je to. Ko pa dobimo v ZDA v gostilni račun, moramo vsoti na računu nujno prišteti vsaj 10, spodobi pa se vse tja do 20 % višine računa, pri naročanju pijače pa je pravilo, da vsak kozarec pospremimo z dolarjem napitnine. Lahko trdim, da je petina napitnine nekaj za nas popolnoma nepojmljivega, in to ne glede na to, koliko smo premožni in od kod prihajamo. Zato večkrat slišimo: »Ah, vi Evropejci ste vedno škrti!« A bolj kot za škrtost gre tu za nerazumevanje naše aktivne vloge v poslovnem procesu. Ko vidimo ceno, mislimo, da je to cena, ki jo je potrebno plačati, v bistvu pa je to cena pred našim vstopom v posel, v katerega se moramo šele vpisati. Vpišemo pa se ravno tako, da pridodamo svoj delež k plačilu. Vsi smo namreč del tržne družbe, vsi smo v osnovi že ekonomske celice. Mi, škrti Evropejci, pa mislimo, da smo vanj že vpisani, da so nas v račun že všteli. Da je za naš vpis že poskrbela država, na katero smo kot njeni državljani prenesli obveznosti urejanja medsebojnih odnosov. Da obstaja neka višja instanca, ki v našem imenu ureja razmerja. In če ta instanca zadev ne ureja, kot bi morala, smo nanjo jezni ali pa razočarani.

V ZDA pa ne čakajo na neko višjo instanco, ki bo v njihovem imenu urejala razmerja, temveč sami med seboj oblikujejo mreže. Mreže individualcev v medsebojnih ekonomskih odnosih, ki se znova in znova vzpostavljajo v poslovnih transakcijah.

#### **Davek je dodan naknadno**

Tudi v ZDA obstajajo institucije, da lahko ta zveza držav sploh obstaja. A njeni prebivalci te institucije razumejo kot nekaj zunanjega njihovim mrežam poslovnih transakcij. Ravno zato tudi davek, ta najbolj neposreden izraz višjih instanc, ni v nobeni trgovini že všteti v ceni. S tem želijo torej čim bolj poudariti, da je davek nekaj poslu zunanjega, nekaj, kar je dodano šele na koncu posla, ne pa nekaj, kar je predpogoj, da posel sploh lahko steče. Davek zato ni del blaga, ki se prodaja, temveč nekaj, kar se v poslovni odnos med kupcem in prodajalcem vpiše šele takrat, ko je posel že sklenjen. Davek zato ne sme nikakor

kaziti višine cene blaga. To je enostavno nekaj neprimerne. Tako se vsak izdelek, ki ga prinesemo k blagajni, na računu magično podraži za 8 %.

To je globoko povezano s samim nastankom zveze nekdanjih britanskih kolonij na vzhodni obali Amerike. Ameriška revolucija namreč ni nekaj, kar bi v kateremkoli smislu lahko povezovali s francosko oziroma katerokoli drugo revolucijo na evropskih tleh. V Ameriški revoluciji se ni zgodil prevrat obstoječe države z namenom popolne družbene preobrazbe, temveč so želeli le izključiti tiste instance, ki so se vse bolj vsiljevale v njihove posle. Ta revolucija se je zgodila med najbolj svobodnimi ljudmi v takratnem svetu, ki so živeli v kolonijah rastočega imperija, ki je zaradi svoje velikosti moral pridobiti vse več denarja. To je dosegel tudi z višjimi obdavčitvami. Kolonije so v bistvu ekonomske celice neke države, torej področja, kjer se vršijo le gospodarski procesi za matično državo. Zato kolonije niso imele svojega političnega zastopništva v Londonu in posledično niso mogle odločati o višini davkov in namenu porabe pridobljenega denarja. Eden glavnih revolucionarnih sloganov je bil »*No taxation without representation!*« (Ni obdavčenja brez zastopništva), eden ključnih dogodkov v uradni zgodbi revolucije pa je ravno Bostonska čajanka, kjer so zmetali čaj v morje iz protesta proti previsokim davkom. Svoj odnos do angleške krone so zaradi visokih davkov opisovali celo kot suženjski odnos (čeprav so sami bili lastniki sužnje). Skratka, Ameriška revolucija je bila dejansko velik in dobro organiziran upor proti davkom. Upor proti zunanjim instancam, ki se vtikajo v posle prebivalcev več, kot bi to bilo potrebno. Ne glede na to, kako so kasneje državne institucije zrasle (še posebej po drugi svetovni vojni), ta osnovna ideja vztraja pri prebivalcih ZDA kot njihova ključna svoboda, v katero se nima nihče pravico vtikati. Svoboda, zaradi katere je Amerika *a free country*.

#### **Družba kot (navidezni) svobodni trg**

Odnos je torej vzpostavljen horizontalno. To je odnos tržne družbe, odnos menjave med ljudmi, kjer so ljudje osnovne ekonomske celice. Ne družina ne država, temveč posameznik je osnova družbe in njene ekonomije. Ravno zato ima lahko ku-

pec vedno prav, saj ne obstaja nikakršna druga višja instanca, ki bi bila pomembnejša od posameznika, ki je kupec. Na kupcu, ne na prodajalcu, sloni gospodarstvo; dejstvo, ki se ga na naših koncih mnogi še vedno ne želijo zavedati.

V mnogih trgovinah in lokalih lahko opazimo napis: »*Thank you for shopping here, your business is appreciated!*« (Hvala za nakup, cenimo vaš posel). In ravno za to gre: kupec je sodelavec v poslu, je del businessa. Njegov posel je torej v tem, da kupi nekaj, posel trgovca pa v tem, da mu nekaj proda. Posel ni le prodaja letalonosilke ali treh kontejnerjev plišastih igrač. Posel je tudi nakup škatlice cigaret.

Najbolj neposreden odraz povedanega najdemo v (sicer nič kaj zanimivem) filmu *Killing them Softly (Ubij jih nežno*, Andrew Dominik, 2012), ki ga osrednji lik Jackie Cogan (Brad Pitt) zaključí z naslednjimi besedami: »*I'm living in America, and in America you're on your own. America's not a country. It's just a business. Now fuckin' pay me.*« Te besede izreče zatem, ko njegovi naročniki zaradi finančne krize ne želijo plačati domenjene vsote za opravljene umore.

Enako je nekoč dejal neki brooklynski kolega: »Kako zabavno, ko ljudje gledajo na Ameriko kot na neko veliko stvaritev, kot na neko homogeno in koherentno družbo, čeprav Amerika ni v bistvu nič drugega kot gospodarstvo, kot ekonomija.«

Smisel povedanega je ravno naslednji: ljudje niso člani nekih drugih skupnosti, ljudje so najprej poslovni subjekti skupnega gospodarstva. Družina kot gospodarska celica ne igra tako velike vloge kot drugod. To naredi družbo izjemno individualizirano in s tem ljudi izolirane drug od drugega. To, da je družba individualizirana, pa v bistvu pomeni, da je veliko bolj mobilna, veliko bolj impulzivna in z veliko večjo željo po hitrem povezovanju. Zato je tudi nepomembno, kje živiš in s kom živiš, vse je namreč zamenljivo in potrošno. To pa je tudi pomen mantre *America is a free country*.

### **Poroke, skupnosti in selitve**

In ravno zato se prebivalci ZDA tako mrzlično poročajo: ker je to najbolj trdna vez, ki jo lahko vzpostavijo v družbi, razdeljeni na individualne ekonomske celice. Hkrati pa se poroke znova in znova končajo v ločitvah, ki jim sledi nova poroka in zatem nova ločitev in spet nova poroka. Zakaj ta postopek ponavljajo znova in znova? Kako lahko tako trdno verjamejo, da so rekli usodni »Da«, na koncu pa tisti »Da« nikoli ni zares usoden, ampak zelo začasen? Tu poroka ni zakon, ni zadeva usodne življenjske odločitve. Tu ne gre za večnost, temveč za trenutek

## **Družina kot gospodarska celica ne igra tako velike vloge kot drugod. To naredi družbo izjemno individualizirano in s tem ljudi izolirane drug od drugega.**

tukaj in zdaj. Tržna družba je namreč ravno sedanost menjave. Poroka igra zato vlogo garanta, da sta dva posameznika sposobna obstajati onkraj svoje individualnosti, da sta sposobna oblikovati lastno družinsko ekonomijo in da nista več le individualni ekonomski celici. Poroka je torej garant, da posameznik sploh obstaja, da ni le celica, temveč vez; uspešno vzpostavljena poslovna transakcija. To vez pa je potrebno tudi primerno zaščititi. Izjemno pogosta je namreč sklenitev *prenupa*, predzakonskega dogovora, katerim so urejena lastninska razmerja v primeru ločitve ali celo prešustva. Od tod izhajajo vrtoglave vsote, do katerih je upravičen partner, če se bogatejša polovica želi ločiti. Velikokrat se celotno premoženje deli kar na pol. Iz istega razloga tudi ni nič čudnega, da se ljudje čez noč preselijo na drug konec države zato, ker so tam dobili delo ali pa zato, ker mislijo, da bodo tam delo dobili. Povprečen prebivalec ZDA se povprečno preseli vsakih pet let. Večina Američanov ni navezana na svoj rojstni kraj, navezani so na ZDA kot takšne, na zemljo, v kateri se vrši nenehna izmenjava. Na zemljo svobodne menjave, ki jo razumejo kot svobodo na sebi. To je še posebej v Sloveniji popolnoma nepredstavljivo, saj je že premik 20 kilometrov stran skorajda misija nemogoče; ljudem večinoma sploh ne pade na pamet, da bi se nekam preselili le zato, ker je tam delo, če ni ta kraj Ljubljana ali mogoče še Maribor. Ta izjemna regionalna pripadnost, pripadnost malim razlikam malih predelov je Američanom popolnoma tuja, tam so »regije« velike kot polovica Evrope.

Najbolj razširjena predstava, ki jo imajo ZDA o sebi, je zato prepričanje, da so družba brez razredov, lahko bi celo rekli, da so brezrazredna družba; a oni sami bi to seveda kategorično zavrnil. Z drugimi besedami: ZDA se razumejo kot družba prostega trga, kot tržna družba individualcev z enakimi možnostmi in predispozicijami. Kot družba popolne mobilnosti. Dejstva sicer govorijo proti temu, odmevnost *Occupy* gibanja je razširila zavedanje o izjemno bogatem zgornjem enem odstotku, rasna razlika je še vedno izjemno prisotna, a to še vedno ne spremeni prepričanja večine v enakost vseh. V enakost predpogojev možnosti, s katerim naj bi vsi enako vstopili v družbo in s tem na trg. In tam uspeli. ●