

Janis Warufakis

Popatrzmy na młodych ludzi, którzy rozpoczynają dziś samodzielne życie. Jedni są skazani na umowy śmieciowe, kontrakty „zero godzin” i płace tak niskie, że każdą godzinę życia muszą wypełnić pracą po to tylko, by przeżyć. Wszystkich pozostałych przyucza się, że jeśli nie chcą dołączyć do szarych mas prekariuszy, muszą bez ustanku inwestować w osobistą markę.

LIZBONA – Jeszcze do niedawna liberalizm przyjmował za pewnik, że wolność oznacza niezbywalne prawo własności samego siebie. Każdy człowiek posiada siebie na własność. Może się wynająć pracodawcy na określony czas i za uzgodnioną cenę, ale prawa własności do samego siebie nie można kupić ani sprzedać. Przez ostatnie dwa stulecia to liberalne rozumienie indywidualizmu pozwalało legitymizować kapitalizm jako „naturalny” system zaludniony przez wolne jednostki, decydujące same o sobie.

Zdolność do odgrózenia części własnego życia i zachowania suwerenności wewnątrz tych granic była niezbędna dla liberalnej koncepcji wolnej jednostki i jej relacji ze sferą publiczną. By móc korzystać z wolności, jednostka potrzebuje bezpiecznej przystani – własnego miejsca, gdzie może się rozwijać jako osoba, zanim zacznie nawiązywać relacje (i transakcje) z innymi osobami. Tak ukształtowany człowiek może czerpać korzyści z przemysłu i handlu – sieci współpracy między tymi osobistymi przystaniami, tworzonymi i doskonalonymi tak, by spełniały nasze materialne i duchowe potrzeby.

Okazało się jednak, że tej wyraźnej granicy między jednostką a światem zewnętrznym, na której bazuje liberalne rozumienie autonomii, samowłasności i wolności, nie da się już utrzymać.

Pierwszy wyłom pojawił się wtedy, gdy materialne wytwory przemysłu zaczęły tracić w oczach konsumentów swój blask, a w roli przedmiotów uwagi, podziwu i pożądania zastąpiły je niematerialne marki. Z początku marki miały jedynie ułatwiać konsumentom rozpoznawanie produktów. Wkrótce jednak nabrały radykalnie innego znaczenia: teraz marki nadają bowiem produktom „osobowość”.

A kiedy już marki zyskały osobowość (dzięki której rośnie lojalność klientów, a w ślad za nią – zyski), ludzie także poculi, że muszą określić się jako marki. I tak dziś, gdy nasi współpracownicy, pracodawcy, klienci, rywale i „znajomi” nieustannie śledzą nasze poczynania w sieci, odczuwamy nieustającą presję, by ze wszystkich naszych przedsięwzięć, wizerunków i przymiotów ulepić atrakcyjną markę, która się dobrze sprzedaje. Prywatna przestrzeń, niezbędna do autonomicznego rozwoju jednostki, gwałtownie się kurczy – a bez tej przestrzeni nie ma mowy o niezbywalnej własności samego siebie. Nasz liberalny azyl znika na naszych oczach. Liberalny podział na sferę prywatną i publiczną pokrywał się również z podziałem na pracę i czas wolny. Nie trzeba być zaciekle krytykiem kapitalizmu, by zauważyć, że tracąc prywatną przestrzeń, niemal bez reszty straciliśmy też prawo do własnego czasu – tych godzin, kiedy nie wystawiamy się na sprzedaż.

Popatrzmy na młodych ludzi, którzy rozpoczynają dziś samodzielne życie. Tę większość z nich, której rodzice nie zapewnili funduszy powierniczych czy innych źródeł utrzymania bez pracy, można podzielić na dwie kategorie. Jedni są skazani na umowy śmieciowe, kontrakty „zero godzin” i płace tak niskie, że każdą godzinę życia muszą wypełnić pracą po to tylko, by przeżyć. Czas „dla siebie”, własna przestrzeń, wolność – te rzeczy dla nich nie istnieją.

Wszystkich pozostałych przyucza się, że jeśli nie chcą dać się zdeklasować i dołączyć do szarych mas prekariuszy, muszą bez ustanku inwestować w osobistą markę. Jak w

panoptykonie, nigdzie się nie ukryją przed wzrokiem tych, od których może zależeć ich przyszłość (i jeszcze przed siecią kontaktów tamtych). Zanim napiszą coś na Twitterze, zanim obejrzą film, wrzucą zdjęcie na Facebooka albo zagadają do kogoś na czacie, niech się dobrze zastanowią, czyją sympatię sobie zaskarbiają, a kogo mogą do siebie zrazić.

Gdy im się poszczęści i dostaną upragnione zaproszenie na rozmowę kwalifikacyjną, pracodawca szybko da im do zrozumienia, że nie będą w firmie niezastąpieni. „U nas możesz być sobą, możesz realizować swoje pasje” – słyszą – „nawet jeśli w efekcie będziemy musieli cię zwolnić!” Ze zdwojonym wysiłkiem wynajdują więc sobie te „pasje”, które przysły pracodawca doceni, i nie ustają w poszukiwaniach mitycznego „prawdziwego ja”, bo ludzie, którzy mają nad nimi ekonomiczną władzę, każą im je odnaleźć.

A wyprawa w poszukiwaniu samego siebie nie ma granic w czasie ani przestrzeni. John Maynard Keynes posłużył się kiedyś przykładem konkursu piękności, by wytłumaczyć, dlaczego nie można poznać „prawdziwej” wartości akcji na giełdzie. Giełdowi gracze nie oceniają, kto na rynku jest „najpiękniejszy”. Starają się jedynie przewidzieć, kto okaże się najpiękniejszy w uśrednionej opinii wszystkich pozostałych uczestników gry i jak kształtuje się przeciętna opinia rynkowych graczy o tejże przeciętnej opinii. Jak koty, uganiają się w ten sposób za własnymi ogonami.

Ta analogia Keynesa rzuca światło na tragedię wielu młodych ludzi we współczesnym świecie. Próbują odgadnąć uśrednioną opinię liderów opinii o tym, jakie potencjalne „prawdziwe ja” przedstawia się dziś najbardziej atrakcyjnie, a jednocześnie starają się kreować to „ja” w sieci i w realu, w pracy i w domu, zawsze i wszędzie. W tym wysiłku pomaga im wielki przemysł doradców i trenerów osobistych. Powstały już całe ekosystemy towarów, usług i poradników samodoskonalenia, które prowadzą ich do tego celu.

Ironią losu, liberalny indywidualizm padł ofiarą totalitaryzmu. Nie faszystowskiego i nie komunistycznego, ale takiego, dla którego pożywką była jego własna nadgorliwość w przekonywaniu nas wszystkich, że inwazja marek i rynkowych reguł w naszą prywatną przestrzeń to coś normalnego i pożądanego. Jeśli chcemy przezwyciężyć ten problem i ocalić ideę wolności jako własności samego siebie, może się okazać, że trzeba będzie radykalnie przebudować prawo dotyczące własności narzędzi produkcji, dystrybucji, współpracy i komunikacji, coraz częściej przechodzących do świata wirtualnego.

Dziś, dwieście lat po narodzinach Karola Marksa, być może przyjdzie nam uznać, że wolność jest nie do pogodzenia z nieograniczonym utowarowieniem, wymaga za to uspołecznienia praw własności do kapitalistycznych dóbr. Czyż nie byłby to wyśmienity paradoks?

**

Copyright: Project Syndicate, 2018. www.project-syndicate.org. Z angielskiego przełożył Marek Jedliński.

Janis Warufakis, ekonomista, od stycznia do lipca 2015 roku minister finansów Grecji, współzałożyciel ruchu DiEM25 (Democracy in Europe Movement 2025). Autor książki "Globalny Minotaur" (2016) i "A słabi muszą ulegać?" (2017).

<http://krytykapolityczna.pl/swiat/warufakis-liberalny-totalitaryzm/>