

Tomasz Kozłowski
Katedra Socjologii
Poznański Kampus Akademicki WSNHiD i SWPS

Laikokracja

Kto rządzi w czasach konsumpcji?

Kurt Vonnegut w powieści „Galapagos”, z typowym dla siebie wdziękiem formułuje kilka boleśnie prostych prawd o ludzkim rodzaju. Jedną z nich jest ta dotycząca funkcjonowania rynku i giełdy (co w powieści doprowadza do ogólnoświatowego kryzysu na niespotykaną wcześniej skalę). Gdy silna jak dotąd waluta ostro pikuje w dół, Vonnegut ze spokojem tłumaczy: gdzieś, nie wiadomo dokładnie gdzie, kilka osób nagle stwierdziło, że trochę zadrukowanego papieru i tłoczonych metalowych krążków, w gruncie rzeczy jest warte znacznie mniej, niż było warte dotychczas.

Ostatnie zawirowania na światowych giełdach – i nie chodzi tu tylko o okres, w którym na pierwszy plan wysuwa się szalony kurs szwajcarskiego franka, ale o kryzys, który rozpoczął się jakieś trzy lata temu i który najwyraźniej nie może się dobrze zakończyć – twierdzenie Vonneguta czynią szczególnie aktualnym (choć większość jego spostrzeżeń *nota bene* nigdy na aktualności nie traciła i chyba nigdy nie straci). Co najwyżej może ono wymagać kilku uzupełnień.

Można przypuszczać, że Vonnegut pisząc „Galapagos” i składając do kupy stwierdzenie o kilku osobach, które ni z tego, ni z owego, dochodzą do wniosku że coś warte jest mniej niż wcześniej sądzono, miał na myśli finansistów, facetów w szelkach ssących z zapałem ołówki i wgapiających się w kreślone naprędce wykresy i podziurkowany papier maszyn liczących oraz ogólnie rozumianą kadrę zarządzającą. Miał na myśli – krótko mówiąc – pewną grupę profesjonalistów i ekspertów (choć określenia te, w świecie Vonnegutowskiej prozy nie mogą ująć nieokraszone porozumiewawczym mrugnięciem). Po prostu kilku gryziopiórków na wysokich stanowiskach dochodzi do takich a nie innych konkluzji. I bęc! Voilà! Kryzys jak malowanie.

Domorośli kryzys

Dziś anatomia kryzysu zasadniczo sprowadza się do identycznych mechanizmów. Z jednym zastrzeżeniem. W dzisiejszych czasach gospodarkę napędzają decyzje nie tyle ekspertów, ile laików, osób znających się „o tyle – o ile”. Z tezą tą poszedłbym zresztą o wiele dalej, sugerując, że w zasadzie każdy sektor rynku, scena polityczna oraz praktycznie cała popkultura, funkcjonują dzięki laikom, co nie pozostaje bez wpływu na ostateczny kształt naszego społeczeństwa. Zaczę jednak od sfery *stricte* gospodarczej. Za przykład posłużyć mogą mi właśnie pierwsze dni kryzysu z roku 2007, kiedy to jeszcze nikt nie przypuszczał, że do czynienia mamy z raczkującą zapaścią, o jakiej świat nie słyszał od jakichś 80 lat.

Kryzys ten miał – w mojej opinii – różne źródła, te jednak, choć do pewnego stopnia niezależne od siebie, miały zbliżoną przyczynę: ignorancję maluczkich. Śledziłem te wydarzenia dość systematycznie, samemu mając utopioną w jednostkach funduszy inwestycyjnych pewną sumkę, śledziłem tym systematyczniej, widząc, że przyzwoita górka wypracowana przez kilkanaście miesięcy skurczyła się w kilkanaście dni i zaczęła przeistaczać w nieprzyzwoitą dolinkę. Zacząłem tracić, choć starałem się zachować spokój. Telewizja, Internet i radio trąbiły wciąż o tym samym: że sytuacja ta,

bankructwo Lehmann Brothers, katastrofa w amerykańskim sektorze nieruchomości itd. wzięły się z przyznawanych na oślep kryzysów hipotecznych. Banki, głodne zysku, dawały kredyty ludziom najwidoczniej zupełnie nieświadomym własnej sytuacji finansowej. Po jednej i po drugiej stronie bankowego okienka dochodziło do decyzji podejmowanych na szybko, z chęci bogacenia się, nie biorących pod uwagę bardzo złożonego ogółu czynników ekonomicznych.

Kolejna, iście Vonnegutowska myśl – którą pozwalam sobie tu przytoczyć – to ta o pełnym brzuchu. Umysł człowieka głodnego i sytego funkcjonują zupełnie inaczej i mają krańcowo różny stosunek do rzeczywistości. Jeśli tylko udaje się napełnić brzuch, nawet w beznadziejnej sytuacji ludziom wydaje się, że nie jest już tak źle, że w gruncie rzeczy, jest dobrze, a będzie jeszcze lepiej, to tylko kwestia czasu. Pełny brzuch to podstawa. Prawda pełnego brzucha mogła mieć w owej ekonomicznej hekatombie niemały współudział. Co prawda o pełności brzucha Amerykanina mogę jedynie domniemywać, ale prawdopodobnie myślał on w sposób zbliżony do zadłużającego się po same uszy Polaka.

Historii Polaków, którzy nie mogąc pojąć jak zakopali się w niespłacalne długi – od kredytów hipotecznych po konsumpcyjne – mogliśmy czytać ostatnio na pęczki. W każdej z nich postępująca choroba przebiega w sposób zbliżony: wzięliśmy kredyt hipoteczny na mieszkanie, okazało się, że mamy pracę lepszą niż sądziliśmy, wzięliśmy większy kredyt na dom i mniejszy na samochód, poczuliśmy się bogaci, żyliśmy ponad stan, potem frank, euro, dolar, poszły w górę, przyszedł kryzys, pracodawca liczył każdą złotówkę, pensje poszły w dół, zaczęły się problemy ze spłatą, wzięliśmy kredyt na spłatę kredytu i tak w kółko, aż do równi pochyłej.

Pytam: jak to się dzieje, że człowiek tak krótkowzrocznie ocenia tak długoterminowe strategie? Odpowiedź jest tylko jedna: pełny brzuch. Jestem najedzony, jest dobrze. Dostałem kartę kredytową, nie muszę płacić teraz – a więc jest dobrze. Mam dom – przecież chciałem mieć dom – jest dobrze. A że mogą mi go zabrać? E, nie...

Może to mało „wychowawcze”, ale taką krótkowzroczną postawę bardzo łatwo jest wytłumaczyć i zrozumieć. Człowiek po prostu jest psychicznie niezdolny do tak dalekosiężnego planowania. Niby wiemy, że pobieramy się z bankiem na 30 lat, niby rozumiemy, że to kula u nogi przez połowę życia, niby świadomi jesteśmy, że winni jesteśmy masę pieniędzy, ale nie przeszkadza to nam w dobrym samopoczuciu z tej prostej przyczyny, że podobnych wyborów nigdy wcześniej w historii naturalnej gatunku *Homo sapiens sapiens* nie musieliśmy rozstrzygać. Myślało się tydzień, miesiąc do przodu, ale rok, dwa, trzydzieści (pomijając fakt, że z rzadka dożywało się pięćdziesiątki)?... Nie wykluczam, że za jakiś czas pojawią się podgatunki *Homo sapiens sapiens* doskonale orientujące się w rozległej panoramie kredytów hipotecznych i wieloletnich perspektywach spłaty, póki co jednak takiej podgrupy chyba jeszcze nie ma. Perspektywa szybkiej nagrody (od lokat na wysoki procent, karty kredytowej w portfelu, po kupno wymarzonego mieszkania) na naszą paleolityczną wyobraźnię działają znacznie skuteczniej niż perspektywa długoletniej spłaty czy wysokiego ryzyka inwestycyjnego. Z tych też powodów mogliśmy obserwować spektakularny boom w pierwszej dekadzie XXI w. na polskim rynku funduszy inwestycyjnych. Szarzy Polacy masowo rzucili się do wykupywania jednostek. I choć specjaliści, którzy zjedli zęby na analizie prawidłowości giełdowych, jako portfele agresywne (a więc również obciążone większym ryzykiem straty) oceniali te, w których fundusze akcyjne nie stanowiły więcej aniżeli 40%, klienci-laicy ładowali swoje wieloletnie oszczędności przede wszystkim w akcje, kuszeni perspektywą zarobku kilkunastoprocentowego w krótkim czasie. Byli ultra-agresywni, nie mając po temu żadnych merytorycznych przesłanek. Horda laików

była bardziej agresywna i ryzykowała śmieiej niż większość liczących się domów maklerskich obecnych na polskim rynku. Wiedzieli coś, czego nie wiedzieli spece od obracania kapitałem?... A może po prostu spuścili ze smyczy swoje paleolityczne apetyty?

Wówczas to można było obserwować niebotyczne, nienotowane wcześniej wzrosty, doskonałe odzwierciedlenie takich właśnie nieuzasadnionych nastrojów, które, ot tak, windowały niektóre indeksy, czego analitycy nie potrafili w żaden spójny sposób wyjaśnić, aniżeli „euforią” czy „szałem”. Brawo, oto co warunkuje giełdy: panika, szal, euforia, każde z niewiadomych przyczyn. Słyszało się – równie często – o pompowaniu baniek spekulacyjnych. (Jedną z takich baniek w Polsce były indeksy małych i średnich spółek, które po gwałtownych wzrostach, co logiczne, doprowadziły do bolesnych przecen). Fakt faktem, że można było w ten sposób nieźle zarobić, ale pod warunkiem, że było się doświadczonym inwestorem. Większość jednak z zadowoleniem patrzyła jak ich oszczędności puchną, po czym mogła jedynie przyglądać się parującym złotówkom (zapominając jednocześnie, że każdy doradca powie w tym momencie, że inwestycje obciążone wysokim ryzykiem powinny być jednocześnie nie krótko-, a długoterminowe i że najgorsze co mogą zrobić to spanikować i poddać się chwili).

Gdy światło dzienne ujrzały pierwsze niepozorne przebąkiwania o możliwym kryzysie i dalszym pogłębianiu się i tak już głębokich giełdowych dolin, domorośli maklerzy rzucili się, kto żyw, do wyprzedazy w jeszcze bardziej rozpaczliwy sposób ciągnąc indeksy w dół i jeżąc komentatorom włos na głowie. Pamiętam te dni, w których WIG sięgał -7%. O ile konsumujący ponad miarę Amerykanie pozadłużali się na potęgę i zbierali od wszystkich cięgi, o tyle cała rzesza panikujących spekulantów dopełniła (i to brawurowo!) ich dzieła zniszczenia. Nakręcając błędne koło przerażenia, miast ze spokojem czekać na rozwój sytuacji, miast zapomnieć o oszczędnościach na jakieś 2-3 lata i poczekać, aż spokojnie odpączkują, wybrali opcję najgorszą: zrealizowali stratę. Ignorancja, jak imadło, złapała światową gospodarkę z dwóch stron. Prócz nierozważnych kredytobiorców, to również do nierozważnych inwestorów należy mieć pretensję. Niewidzialna ręka rynku, w chwili, gdy teoretycznie każdy może w domu kupować i sprzedawać papiery, zatracą swoją funkcję regulacyjną (jak widział to Adam Smith) i zaczyna rąbać na oślep.

Pseudo-prognoza na zawołanie

Drugi przykład pełzającej ignorancji (a co najmniej rażącej powierzchowności) to działania mediów. O problemie splotania przekazu pisałem już – m.in. na łamach „Odry” wielokrotnie, nie chciałbym zatem powtarzać wcześniejszych twierdzeń. Dość powiedzieć, że telewizja i Internet, jako media dominujące i najagresywniej walczące o odbiorcę, doprowadziły do znacznego wyjąłwienia treści i sprowadzenia jej do najbardziej soczystych kąsków. Zainteresowanych takimi prawidłowościami odsyłam do prac Neila Postmana, Giovanniego Sartoriego, a na polskim gruncie choćby do Krzysztofa Teodora Toeplitza. Powierzchność ta, w równie paradny sposób przejawiała się także na płaszczyźnie ekonomicznej. Swego czasu, co naturalne, starałem się cokolwiek zrozumieć z zataczającej coraz szersze kręgi epidemii strachu. Moja wiedza ekonomiczna z pewnością nie jest rozległa, ale wystarczająca, by stwierdzić, że wypowiedzi ekspertów na łamach czy to portali internetowych, czy wreszcie w głównych wydaniach dzienników, gonią w przysłowiową piętękę. Nie było w nich absolutnie żadnych konkretów. Specjalistyczna analiza, okraszona budzącymi respekt nazwami biur maklerskich, zespołów eksperckich itd., sprowadzała się do kilku funta kłaków wartych prawidłowości:

- a) dzisiejsza sesja zależy od otwarcia (jeśli będzie dobre, to będzie dobrze, jeśli będzie złe, to będzie kiepsko cały dzień);
- b) nawet jeśli otwarcie będzie takie a nie inne, to i tak najwięcej zależy od nastrojów w całym „Eurolandzie”;
- c) jeśli wczoraj mieliśmy spadek, to prawdopodobne jest dziś odbicie i *vice versa*. Im głębszy spadek wczoraj, tym bardziej prawdopodobne odbicie dziś;
- d) dziś swoje wyniki prezentują spółki sektora X. Jeśli wyniki będą dobre, to nastroje będą dobre, jeśli złe – to wszystko weźmie w łeb;
- e) ostatecznie i tak wszystko zależy od przebiegu sesji za oceanem;
- f) a generalnie i tak nigdy nic do końca nie wiadomo i wtedy zachowanie indeksu kwitujemy jako „niespodziewane” lub „zaskakujące”;

Miksując tymi twierdzeniami umiejętnie, każdy, nawet średnio wprawny dziennikarzyna, czy analityk był w stanie uczonymi słowami wyjaśnić dosłownie każdą, nawet najbardziej zdumiewającą, sytuację na wszystkich parkietach Wschodu i Zachodu.

Z podobnych truizmów nie wynikało dosłownie nic, a i dziś portale ekonomiczne pełne są tego rodzaju prognoz, które laikom jeszcze bardziej mieszają w głowach. (To oczywiście moja osobista opinia, ale z racji szerokiego doświadczenia w analizie przekazu medialnego znam taki żargon na wylot i jestem pewien, że mógłbym na poczekaniu przygotowywać podobne „spekulacje”). Czytając je miałem nieodparte wrażenie, że z laikami mamy do czynienia po obu stronach monitora, a nie tylko z tej, gdzie leży klawiatura.

Sytuacja kreślona w Vonnegutowskim „Galapagos” została w dzisiejszych czasach podniesiona do kwadratu: o wartości tego czy owego decydują nie faceci w szklano-stalowych twierdzeniach w ważniejszych stolicach Zachodu, ale cała armia amatorów, inwestorów na pół gwizdka, dokonujących obrotów z pomocą karty kodów jednorazowych, klawiatury, myszki i spiratowanej wersji podręcznika dla początkującego multimilionera. Ale dość już o laikach na gruncie ekonomii. Rzecz jasna płaszczyzn takich jest znacznie więcej. Kolejnym z nich może być choćby i życie polityczne.

Polityka spod znaku cygara i kiełbaski

W przypadku sfery polityki rządu laików widoczne są w sposób jeszcze bardziej jaskrawy, choć być może mają mniej wyraziste – w porównaniu z kryzysami ekonomicznymi – skutki. Polityka, odkąd liczącym się czynnikiem pozostaje marketing polityczny, zwraca się przede wszystkim do laika. Większość postulatów ubrana jest w formę populistyczną, łatwo zrozumiałą i nawet jeśli kampanie już dawno za nami a przed nami ciężka orka na płaszczyźnie parlamentu i rządu, wszelkie działania, nawet złożone i dalekosiężne, media przedstawiają w sposób znacznie bardziej strywializowany, niż ma to miejsce w rzeczywistości. Czy dużym nadużyciem będzie stwierdzenie, że zdecydowana większość społeczeństwa nie ma dostępu do fachowej wiedzy (a nawet jeśli taki dostęp ma, to z niego nie korzysta), która pozwala ocenić wymierne skutki politycznych działań? Zmuszeni jesteśmy wyciągać wnioski z tego, co widzimy: brak stadionów, brak autostrad, niskie pensje, strajki na kolei, afery, korupcja... Niby każdy wie, że nie jest tak, jak powinno być, jednak ażeby wskazać konkretne przyczyny (i nie wpadać w demagogię) – chętnych już znacznie mniej. Nie mam wątpliwości, że zdecydowana większość głosujących nie ma pojęcia o zasadach funkcjonowania demokracji i sposobie sprawowania rządów w Polsce, o ordynacji wyborczej i innych zawiłościach, w których obowiązani są – jako obywatele – wykazywać minimum zainteresowania. Politycy chcą władzy – to wiadomo. Ażeby być u

władzy, trzeba robić dobre wrażenie na obywatelach – to też wiadomo. Wcześniej takie wrażenie robiło się sprawnym rządzeniem, teraz czym innym: bezpośrednim wrażeniem i ujmującą osobowością. I to jest historyczne *novum*, które doprowadziło do laikokracji na dużą skalę.

O tym, że dyskurs polityczny zabrnął w te obszary i że ma on mało wspólnego ze świadomym rządzeniem, więcej zaś z upudrowaną ignorancją, świadczyć może, nie najświeższa już (ale całkiem świeża na polskim gruncie) praca Richarda Sennetta, pt. „Upadek człowieka publicznego”. Końcowe rozdziały książki stanowią podziwu godną polemikę z kształtem, jaki przyjęła demokracja w społeczeństwie opanowanym przez media. Wcześniej jednak Sennett odmalowuje szeroką panoramę życia publicznego, jaka rozciągała się do XIX w. w Europie. Do tego czasu – przekonuje Sennett – polityk, władca, król (ale i każdy inny człowiek), oceniany był przede wszystkim przez pryzmat wykonywania swoich obowiązków w przestrzeni publicznej. Król miał dobrze rządzić, szewc miał dobrze szyć buty, kucharz – kucharzyć, kupiec miał sprzedawać dobry towar itd.

Dziś takie postulaty to – choć wydaje się to niezrozumiałe – mrzonka. Niby liczą się kompetencje i dotychczasowe osiągnięcia, ale daleko ważniejsze jest... życie prywatne. Ten porządek odwrócono już w drugiej połowie XIX w., kiedy to nagle ludzie stwierdzili, że o człowieku świadczy przede wszystkim to, jaki jest w domowym zaciszu lub gdy nikt inny na niego nie patrzy. (Dziś wydaje się to nam logiczne, jednak wcześniej wcale tak nie było! Złożyło się na tę kulturową przemianę bardzo wiele przyczyn, w tym rosnąca masowa produkcja i Freudowska psychoanaliza, nie to jest jednak przedmiotem tekstu). Za zwieńczenie tego procesu, którego malownicze przykłady można wymieniać bardzo długo, uznać można sprawę Clintona i Lewinsky. Można dywagować nad cygarami, gabinetami owalnymi i dowodami rzeczowymi na tych czy innych spodniach – jak ma się to jednak do oceny Clintona jako polityka? Obiektywnie patrząc – nijak. Ale opinia publiczna uznała, że jednak jakoś się ma. Sprawa ta pogrążyła Billa Clintona, w paradoksalny sposób wylansowała też jego żonę. Osobiście uważam, że przez pryzmat życia prywatnego należy oceniać tylko jedną grupę zawodową: kler. Ten bowiem rości sobie prawa do pouczania reszty jak w życiu prywatnym działać. Pozostałe fachy (od górnika i mechanika, przez polityka, dziennikarza, specjalisty ds. marketingu, po szefa banku) dotyczą jednak głównie płaszczyzny publicznej i ocena prywatnego zachowania ich przedstawicieli nie ma absolutnie żadnego logicznego uzasadnienia.

Jednak prawideł rządzących światopoglądem ignoranta logika rzadko się ima. Laik uzna, że życie prywatne i to, jakim człowiekiem „naprawdę” ktoś mu się wydaje, ma znaczenie zasadnicze i to we wszystkich sferach życia. Tworzy tym niszę dla biznesu marketingu politycznego, czyli – nazywając rzecz po imieniu – podrasowanej ściemy. Dlatego też polityk będzie wszystkim ścisnął grabę, dojadł kiełbaski i zaprzyjaźniał się na każdym rogu. Prawidłowość ta zaszczepiana jest praktycznie w każdym obszarze funkcjonowania. Prywatnie ludzie uważają, że rozwijające i wartościowe są tylko relacje bliskie i intymne. Tym samym, nowoczesne firmy dojdą do wniosku, że dobra współpraca wymaga integrowania się pracowników przy grillu i dobrego samopoczucia, niczym na łonie rodziny. Bo wszyscy musimy poznawać się od tej „prawdziwej”, nieformalnej strony, bo kompetencje to tylko cząstka sukcesu, albo jeszcze mniej. To co publiczne, jest nieprawdziwe, udawane.

Publiczne vs prywatne

Trudno jest obecnie zmienić ten tok myślenia. Dobitnym tego dowodem jest sposób funkcjonowania w obrębie sporu politycznego zwrotów związanych ze

strategiami *public relations*. PR postrzegany jest obecnie jako fasada, coś, czego zadaniem jest ukrywanie, jeśli nie mankamentów, to co najmniej niecznych intencji. Z takim postrzeganiem działań z zakresu *public relations* walczy dziś całe środowisko PR-owców w Polsce, zdaniem których ich branża dzieje się krzywda, a mówiąc wprost – dorabia się im gębę adwokata diabła. Zapomina się po prostu, że PR nie jest niczym innym jak sposobem komunikowania się z otoczeniem.

Idąc tym tropem dalej, można by powiedzieć, że do połowy wieku XIX, kiedy to życie publiczne było znacznie bardziej otwarte i mniej anonimowe, PR był wszystkim, co człowieka otaczało po wyjściu z domu. I nikt wówczas nie zarzucał nikomu nieszczerych intencji. Dziś jednak jest zupełnie inaczej. Przestrzeń publiczna to w umysłach współczesnych przestrzeń nieskończonej hipokryzji, która kończy się dopiero po powrocie do domu lub w innych relacjach intymnych.

Sennett zwraca bardzo trafnie uwagę na fakt, że taki zwrot w kulturze zachodniej niezmiernie utrudnia ocenę kompetencji drugiego człowieka. Miałoby być tak, że wśród dobrych pracowników, rzetelnych rzemieślników, wprawnych mistrzów czy zaradnych dyplomatów, wolimy w każdym doszukiwać się po prostu... dobrego człowieka i to dopiero rezultat tych poszukiwań przemawia (lub nie) na korzyść. To piękne, ale całkowicie niepraktyczne. I na tym nieporozumieniu zasadza się podstawowa słabość współczesnej demokracji. Ufamy nie tyle prawdziwym fachowcom, ile fachowcom na pierwszy rzut oka, lepiej ubranym, szerzej uśmiechniętym, bratającym się z ludem i jedzącym przy tym samym stole. Choć twierdzenie takie z pewnością nie zdobędzie sobie popularności, faktyczny brak znaczenia tych komponentów może być dostrzeżony jedynie przez mniejszość społeczeństwa, większość da się uwieść dzięki plakatom, hasłom i obietnicom. Kto potrzebuje kampanii i kto słucha polityków? Jedynie ten, kto nie potrafi sam ocenić skutków ich działań – czyli laik.

Nie sposób spojrzeć na ten fenomen inaczej, aniżeli jak na władzę obywateli nie w pełni świadomych, gotowych powierzyć parlament i rząd osobom znanym skądinąd i ocenianym po pozorach, komunikującym nam to, co chcemy usłyszeć, głęboko przejętym swoim wizerunkiem i pielęgnowaniem medialnego „zewnątrza”.

Dywagowanie o tym, czy wybierani przez laików reprezentacji również są laikami jest już stąpieniem po grząskim, *stricte* politycznym gruncie, dlatego od prób oceny działań poszczególnych osób, z chęci uniknięcia posądzeń o stronniczość, wolę się powstrzymać.

Popkultura, czyli ignorant idzie w tan...

Laikokracja najpełniej wyraża się jednak poprzez przemysł popkulturalny. W sferze ekonomii laik solidarnie naraża się na straty i wystawia na finansowy cios, w przestrzeni politycznej – dokonując wyboru przy urnie – w razie niedoczekania się spełnienia przedwyborczych obietnic, ryzykuje osobistą frustrację. Jedynie w obszarze popkultury jest stosownie hołubiony i dopieszczany. Jest wyrocznią. Ten zwrot w stronę ignoranta znajduje zresztą wyraz pod różnymi postaciami. Przede wszystkim: współczesny przemysł oferuje każdemu z nas zbyt wielkie bogactwo najprzeróżniejszych informacji, których po prostu nie jesteśmy w stanie przyswoić. Z konieczności każdy z nas jest w jakiejś sferze popkultury ignorantem. Jeden nie ma pojęcia kim jest Dorota Rabczewska, inny nie orientuje się w zaletach iPhone'a, jeszcze inny w ogóle nie słyszał o takim urządzeniu, kolejny nie wie z czym je się McNuggetsy, co łączy Severusa Snape'a z Albusem Dumbledorem, co to znaczy „zalajkować” czy „fanpage”. Nie znamy się na wszystkim, co popkultura nam oferuje, skutkiem czego uczestnictwo w niej zdeterminowane jest bardzo często przez samą czynność

„poddawania się” jej urokowi i jej komunikatom. Dajemy się zatem ponieść magii świątecznych wyprzedzaży, pozwalamy zapomnieć się w supermarkecie konsumpcji itd.

Zdaję sobie sprawę, że wielu potrafi powściągnąć zakupowy szal, niemniej ten ekstatyczny słownik jest uzasadniony z prostego powodu. Popkultura od swego zarania karmi się przede wszystkim emocjami. Komponent racjonalny jest jej obcy, by nie powiedzieć – wrogi. Reklama, czyli dźwignia pop-przemysłu, ma za zadanie wzbudzić w nas określone emocje, nie zaś zmusić do myślenia i wyciągania wniosków. Skłania nas do drogi na skróty – czyli zaufania, poddania się przekazowi. Podejmując decyzje posiłkując się niepełnymi danymi – a tak jest w przeważającej ilości sytuacji zakupu (kto z nas bierze pod uwagę wszystkie za i przeciw, tak jak wymaga tego doktryna *homo oeconomicusa*?), musimy zdać się na emocje, jakie wzbudza w nas dany produkt. Musimy pójść drogą obieraną przez laików.

Falkowski i Tyszka, w swoim kompendium na temat mechanizmów decyzyjnych biorących udział w procesie kupowania wykazali, jak znaczna ich część przebiega poza świadomym namysłem, będąc jednocześnie wzmacniana na zasadach analogicznych do Pawłowowskiego warunkowania. Psychologia marketingu wykazuje dobitnie, że konsumpcja rządzi się prawami poza-racjonalnymi, a uzasadnienia, na jakie nas stać w trakcie takich zakupowych „orgietek” mają raczej charakter fasadowy.

Ale poza-racjonalny sens działań konsumenta oraz szczątkowa wiedza na temat szczegółów oferty to tylko jeden argument świadczący o znaczeniu, jakie nadaje dzisiejszej popkulturze masowa ignorancja. Drugi, równie znaczący, to nieumiejętność rozróżnienia potrzeb rzeczywistych od tych wykreowanych.

O tym, że kapitalizm, jakim znaliśmy go dawniej, mógł zawalić się pod własnym ciężarem wiadomo nie od dziś. Produkcja masowa spod znaku Henry’ego Forda i temu podobnych szybko zalała rynek tak wielką ilością produktów, że po prostu fizycznie niemożliwym stało się ich zbycie. Fizycznie niemożliwym, jeśli tylko ktoś uważał, że jego potrzeby jest w stanie zaspokoić, przykładowo, jeden samochód, jeden opiekacz do grzanek, jedna lodówka, pięć koszul, trzy marynarki, jeden telewizor, dwa radia. Wtedy też – jak to np. wskazywał Benjamin Barber – kapitalizm musiał poczynić jeden krok do przodu i przeewoluować do stadium hiper-kapitalizmu, kiedy to, by choć zbliżyć się do pełni szczęścia potrzeba nie jednego auta, a co najmniej dwóch, domu z basenem, dwóch lodówek, dwóch szaf koszul i marynarek, po jednym telewizorze w sypialni i tak dalej... Ażeby kapitalizm nie pożarł własnego ogona musiał ludziom wmówić, że z alternatywy „mieć czy być”, właściwą odpowiedzią jest mieć, i to mieć jak najwięcej. Skoro zatem podstawowe potrzeby zaspokoiono, trzeba było dokreować dalszy ich zestaw i nakłonić do ich zaspokojenia. Wymóg pięcia się w górę, samorealizacji, tak typowy zresztą dla etyki hiper-konsumeryzmu, który w kulturze zachodu bardzo często oznacza po prostu sukces zawodowo-finansowy, doskonale z takimi kreowanymi potrzebami współgra. W jaki sposób przecież poinformować otoczenie o zawodowych sukcesach? Kupując i posiadając, a potem kupując w miejsce gadżetów kupionych poprzednio. I w ten oto sposób hiper-konsumpcyjna karuzela cudem nie traci impetu: konsument, świadomie przez producentów manipulowany, zaspokaja potrzeby, bez których świetnie się kiedyś obywatel. Im więcej laików, tym bardziej to się opłaca.

Jest jeszcze jeden aspekt, który pozwala przypuszczać, że masowy ignorant zaczyna w społeczeństwie konsumpcji przejmować kontrolę i inicjatywę. Myśl tę w ciekawy sposób zarysowali Tomasz Szlendak i Krzysztof Pietrowicz, którzy w tekście „Moda, wolność i kultura konsumpcji” zarysowali system dwóch porządków mód, równoległych sobie i w pewnym sensie całkowicie niezależnych. Nawiązując do myśli Thorsteina Veblena i jego koncepcji klasy próżniaczej, wskazują oni, że dotychczas

funkcja mody ograniczała się do podążania szlakiem wytyczanym przez społeczne elity. Kto chciał przynależeć do „państwa” lub chociaż sprawiać wrażenie osoby aspirującej – musiał doposażyć się w odpowiednie dobra i konkretne nawyki, innej drogi do społecznego poważania po prostu nie było. Należało się oglądać za klasami wyższymi. Dziś jednak sytuacja nie jest już taka prosta. Moda uległa znacznej demokratyzacji. Mówiąc prościej: klasy średnie i wyższe sobie, a społeczne niziny – sobie. Przejawem tej demokratyzacji jest zresztą zmniejszenie się przepaści ekonomicznej. Klasy niższe żyją dziś na znacznie wyższym poziomie niż wcześniej i choć pod względem finansowym daleko im do elit, tym co bardziej je różnicuje jest kapitał kulturowy, w mniejszym stopniu zaś ekonomiczny. Klasy średnie i wyższe rozsmakowują się będą w stonowanych kreacjach Prady, niższe kopiować będą krzykliwy styl od Versace i D&G. Elita wybierze się na płasającego w smokingu Michaela Bubblee, społeczne doły podziwiać będą Dodę i Wiśniewskiego. Choć ich poczucie estetyki będzie skrajnie różne, pragnienie aspirowania do stylu narzucanego i kultywowanego przez takich klasowych idoli będzie równie silne, równie autentyczne i równie wykluczające. Wyznający skrajne porządki mody będą się względem siebie tym silniej dystansować. Klasy lepiej sytuowane patrzeć będą na wysiłki mas z politowaniem. Veblenowski próżniak przestaje być już wzorem do kopiowania, masy odpłacają się nieskrywaną zawiścią i z pewnością nie będą miały na celu aspirowania do „wykształciuchów” i temu podobnych snobów... Popkultura czyni zadość urażonemu ego i – starając się schlebić gustom mas – oferuje im rozrywkę dostosowaną do ich kulturalnego zaplecza: prostszą, mniej wymagającą, bardziej dosłowną. Elita oczywiście zdystansuje się od świata „pop”, ale tę swoistą dyktaturę i tak odczuje z chwilą włączenia dowolnego kanału telewizyjnego czy otwierając większość witryn internetowych. To laik, ten, który „nie bywa”, który nie wyznaje się na światowych trendach, zapuka do nich spod szklanej podłogi.

W poszukiwaniu equilibrium...

Rozpowszechnienie się dyktatury laików było nieuniknione. Czynniki takiego stanu rzeczy są co najmniej dwa: postępujący liberalizm oraz wszechobecność mediów. Świadomość swoich praw oraz możliwość komunikowania się na niespotykaną skalę zmieniły bardzo znacznie oblicze dzisiejszego świata. Ograniczanie jakichkolwiek praw, w tym prawa do komunikowania się, co zrozumiałe, nie wchodzi w grę, choć grozi niepojętą dla części analityków czkawką na giełdzie, zaniżaniem poziomu debaty publicznej, bądź niekorzystnym wpływem na popkulturalną ofertę.

Wygląda więc na to, że niepokoje związane z powyższymi sferami życia, a wynikające z konieczności uwzględniania zdania niezbyt-wiele-wiedzącej większości są ceną, jaką musimy wszyscy płacić za nieograniczoną wolność. Znacznie ciekawszym obszarem badań i dywagacji jest w tym momencie próba poszukiwania optimum. Układ – jeśli ma przetrwać – musi być, jak mawiają biologowie, ewolucyjnie stabilny. Jak będzie wyglądać równowaga wypracowywana grupowym wysiłkiem laików? Wiemy, jak pod rządami domorosłych inwestorów wygląda giełda. Póki co, skazana jest ona na chwiejność ich nastrojów, i to chwiejność znacznie większą niż ma to miejsce w przypadku obwieszonych psami firm ratingowych. W obszarze polityki nie jest lepiej. Przepelniona jest ona osobistościami bez historii, znikąd, których kwalifikacje nader często budzą wątpliwości, osobistościami wybieranymi przez wyborców gotowych zwieść się przez siateczkę misternie utkanych pozorów. Skutkiem tego tzw. klasa polityczna pozostaje w nieustającym od co najmniej dekady kryzysie.

Jeśli mowa o jakiegokolwiek równowadze, to – odnoszę wrażenie – ma ona miejsce póki co jedynie na polu popkultury. Z badań rynku producenci dowiedzą się, co laikowi

należy zapodać. Laik płaci, laik otrzymuje swoją rozrywkę i jest zadowolony. Popkultura to przykład dobrze prosperującej laikokracji. Dlaczego zatem giełdy i scena polityczna targane są coraz to nowymi obawami, poletko popkultury zaś przypomina spokojne, sielskie pastwisko, nienękane niepogodą? Z trzech przedstawionych przeze mnie obszarów – polityki, ekonomii i popkultury, tylko w przypadku tej trzeciej klientowi-laikowi wykreowano sztuczne potrzeby i powiedziano wprost, czego oczekuje, w praktyce nie pytając o zdanie. W pozostałych dwóch dziedzinach jest dokładnie odwrotnie: pozwolono mu na luksus przejścia inicjatywy.

***Tomasz Kozłowski**, socjolog, adiunkt Katedry Socjologii Poznańskiego Kampusu Akademickiego Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa i Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej. Autor „Kłamię, więc jestem” i współautor „Nagiej mały przed telewizorem”. Do wydania jego trzeciej książki „Samotny hulaka. Rzecz o proto-kulturze ery pop” przygotowuje się krakowskie wydawnictwo naukowe „Universitas”.*