

Recenzje

Jeremy Ryfkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003, ss. 281.

Wśród publikacji refleksyjnie komentujących kierunki i charakter przemian współczesnej cywilizacji na dużą uwagę zasługuje książka J. Ryfki *Wiek dostępu*. Książka jest interesującym studium na temat współczesnej rzeczywistości społeczno-kulturowej.

Autor stawia tezę, że kapitalizm industrialny ulega przekształceniu w kapitalizm kulturowy. Towarzyszy temu dematerializacja własności i urynkowanie wszelkich dziedzin życia, relacji społecznych a nawet doznań. Następuje komercjalizacja kultury, która traci swoje pierwotne znaczenie. Siłą napędową nowej ery jest kapitał intelektualny, a bogactwo zawiera się głównie w wyobraźni i kreatywności.

Autor w przemianach współczesnej cywilizacji dostrzega następujące tendencje:

– własność przestaje być dominującą formą warunkującą dostęp i użytkowanie dóbr materialnych. Instytucja własności jest zbyt powolna, aby dostosować się do współczesnego tempa życia. Własność będzie istnieć, ale coraz rzadziej, na rynku wymiany; w to miejsce pojawia się relacja: dostawca – użytkownik. W związku z powyższą tendencją np. firmy wyprzedają nieruchomości, zmniejszają zapasy, zlecają usługi podwykonawcom zamiast produkować samemu, w biurach znika prywatna przestrzeń, dużym powodzeniem cieszy się wynajem mieszkań gwarantujący liczne udogodnienia, ale i ograniczający wolność; jednostek (w USA 33% gospodarstw domowych wynajmuje mieszkanie), ludzie decydują się na współużytkowanie mieszkań przez określony czas w roku (turystyka). Własność niesie ze sobą poczucie zobowiązania, poświęcenia i odpowiedzialności. Miejsce zamieszkania, które kształtowało człowieka, traci na znaczeniu. Nie doświadcza się poczucia zakorzenienia. Człowiek i firma muszą być mobilne i dostosowywać się do krótkich cy-

klów życia i zatrudnienia. Konstatacja ta wydaje się szokująca w warunkach polskich, gdzie ludzie dopiero zaczęli zabiegać o własność i związaną z tym pozycję.

– nieważkość (dematerializacja) gospodarki.

Firmy prześcigają się w dywesticjach (odwrotność inwestycji). Posiadanie majątku przez firmy staje się przeszkodą w prawidłowym funkcjonowaniu. Największą wartość mają aktywa niematerialne – pomysły, znaki towarowe, patenty. Pojawia się coraz więcej wirtualnych firm, np. Nike, których największym majątkiem jest ich logo (tzw. lekkie firmy). Na rynku dominuje zdematerializowany pieniądź (w USA mniej niż 10% podaży pieniądza ma postać walutową), coraz większym zainteresowaniem cieszą się banki internetowe, przedsiębiorstwa internetowe, sklepy internetowe. W USA w latach 1990–1996 waga eksportu wartości 1 dolara zmalała dwukrotnie. Coraz sprawniejszy komputer zmniejsza swoją wagę, elektroniczny charakter mają archiwa, księgowość i wszelkie przetwarzanie danych. Autor zauważa też charakterystyczne dla współczesnych czasów dążenie do kontrolowania idei w miejsce dóbr materialnych. Wyraża się to w patentowaniu nie tylko wynalazków, ale i odkryć, a nawet genów, organizmów roślinnych i zwierzęcych, intratnej sprzedaży licencji i udzieleniu koncesji na prowadzenie licencjonowanej działalności. W gospodarce sprzedaż dóbr staje się sprzedażą usług, np. dzierżawa infrastruktury przemysłowej, leasing samochodów. Producenci telefonów komórkowych, klimatyzatorów, a nawet leków udostępniają za darmo swoje produkty, pobierając opłaty za usługi leczenia, połączeń telefonicznych czy utrzymywanie temperatury. Wydawcy coraz częściej oferują książki (np. encyklopedie, podręczniki) w wersji online, pobierając roczny abonament od użytkowników. Ludzie więcej wysiłku wkładają w gromadzenie wrażeń, ekscytujących doświadczeń niż w gromadzenie dóbr. Postawa: „chciałbym mieć czego jeszcze nie mam” wypierana jest przez: „chciałbym przeżyć czego jeszcze nie przeżyłem”.

– od produkcji ważniejszy staje się marketing, a od sprzedaży – budowa trwałych relacji, np. sieci handlowe oferują małe wózki do zakupów, aby przyzwyczaić do siebie i określonych zachowań małych klientów. Firmy chcą ogarnąć wszystkie wydarzenia w życiu człowieka. Elektroniczna rejestracja kodów kreskowych dostarcza wszelkich informacji o klientach (ich przyzwyczajeniach, preferencjach, a nawet wydarzeniach rodzinnych) i pozwala na ich kontrolę. Korporacje tworzą kluby klientów, organizują dla nich wycieczki, prezenty, aby zwiększyć lojalność wobec produktu i firmy. Tworzą się wspólnoty klientów. Firmy przypisują ludziom wartość jaką dla nich przedstawia całe ich życie, np. sprzedawca cadillaców, szacuje życie klienta na 322 tys. dni, biorąc pod uwagę długość życia i ilość nabytych samochodów. Pionierami w tym względzie były firmy ubezpieczeniowe. Następuje komercjalizacja ludzkiego czasu i doznań.

– dostęp staje się ważniejszy od posiadanych dóbr materialnych. Jednak żeby mieć dostęp, trzeba dysponować pieniędzmi. Dostęp świadczy o pozycji społecznej, prestiżu. Ważny jest abonament, subskrypcja, członkostwo, bycie klientem, karta wstępu czyli dostęp – od ekskluzywnych klubów, luksusowych, strzeżonych osiedli, informacji, licencji, klientów, nowoczesnej medycyny, dobrych szkół, różnorodnych produktów, przeżywania wrażeń. „Karta kredytowa otwiera sezam każdej atrakcji”. Kupując towar określonej marki ma się dostęp do określonego stylu życia.

– następuje komercjalizacja wszystkich doznań człowieka, a produktom rynkowym nadaje się sens kulturowy. Jej narzędziem jest skomercjalizowana kultura. Jak zauważa Ryfkin, istotne są doznania związane z nabyciem produktu. Coraz ważniejsza staje się scenografia (mieszkań, biur, restauracji, sklepów, hipermarketów), kostiumy (stroje), wywarłe wrażenie. Gospodarka zmienia się z gigantycznej fabryki w wielki teatr „gdzie liczą się aktorzy, gracze (pracownicy), którzy potrafią odpowiednio oddziaływać na emocje, przekonywać, prezentować, wczuwać się w rolę i panować nad publicznością. Przy tym coraz więcej doznań rozgrywa się w obrębie sztucznych światów – przed telewizorem w cyberprzestrzeni, w centrach handlowych, gdzie natknąć się można nie tylko na półki z towarami, ale wystawy sztuki, koncerty, restauracje, kaplice, place zabaw dla dzieci. Centra handlowe mają wyszukaną sce-

nografię, są odizolowane od otoczenia, nie ma tam zegarów, a wszystko zachęca do robienia zakupów i korzystania z rozrywek. Specjaliści od reklamy sondują najgłębsze pokłady kultury, aby tylko sprzedać produkt i związać ze sobą klienta. Z lokalnych kultur zapożyczają oryginalne pomysły. Poszukują nowych trendów, które można „opakować, skomercjalizować i sprzedać na rynek”. Rynek wsysa coraz większe obszary światowej kultury – cuda przyrody, parki, kościoły, muzea, obrzędy, tradycje i przekształca je w dobra służące rozrywce bogatych. Kultura i życie człowieka stało się towarem rynkowym. Ryfkin określa te zjawiska mianem gospodarki hiperkapitalistycznej i jednocześnie śmiercią kultury.

– następuje komercjalizacja stosunków międzyludzkich. Całe życie człowieka jest towarem rynkowym i doświadczeniem komercyjnym wycenianym przez firmy istniejące na rynku. Korporacje kreują style życia, normy, obyczaje, stosunki społeczne i przenikają najgłębsze pokłady życia społecznego. Za wszystkie rodzaje doznań trzeba płacić. Kupuje się edukację, zabawę, opiekę, przychylność, leczenie, pielęgnację. Powstają sztuczne ahistoryczne wspólnoty (wspólnoty klientów, sieci sklepów, biur turystycznych, osiedlowe), do których wstęp kupuje się w miejsce danych więzi opartych na tradycji, kulturze, pokrewieństwie, narodowości, religii. Wspólnoty są częścią korporacji i stosują się do ich reguł. Prywatyzacji ulega przestrzeń publiczna, w której nie ma już miejsca na publiczną debatę i społeczne zaangażowanie. Ulega ona przekształceniu w miejsce gromadzenia się ludzi połączonych relacjami komercyjnymi. Ludziom zaczyna brakować czasu na utrzymanie więzi natury niekomercyjnej. Miejsce zamieszkania przestało być elementem kształtowania stosunków społecznych. Znaczną ich część (dotyczy to zwłaszcza młodzieży) przenosi się do wirtualnej cyberprzestrzeni. Bezpłatnie oddziaływania mają coraz mniejszy wpływ na stosunki międzyludzkie. Istnienie człowieka w świecie zależy od stanu konta bankowego i wynikających stąd kontaktów oraz przynależności do sieci stosunków.

– pod wpływem zachodzących przemian zmiana ulega osobowość człowieka, który zgodnie z intencjami wielkiego kapitału żyje w sztucznych światach i goni za ekscytującymi, zabawnymi przeżyciami i wrażeniami. Ukształtowany w kapitalizmie kulturowym nie ufa nikomu, stara się

być mobilny, kreatywny. Nastawiony na tymczasowość i dzień dzisiejszy, unika refleksji, chce żyć wygodnie, bez wielkich symboli i obciążeń historycznych. Pod wpływem elektronicznych mediów myśli obrazami i sprawnie gromadzi i przetwarza dane. Osobowość jego jest płynna i wielokrotna. Brak mu poczucia tożsamości, a jego poglądy charakteryzuje pluralizm, ambiwalencja, eklektyzm i tolerancja. Ucieka od zobowiązań i odpowiedzialności związanych z posiadaniem (domu, rodziny itp.), oraz zaangażowaniem nawet za cenę większego uzależnienia od innych. Staje się konsumentem swojego życia, poddając się dyktatowi korporacji. Jest uwikłany w czasie, a nie w przestrzeni, a czas stał się towarem rynkowym.

J. Ryfkin w swojej książce podjął udaną próbę skomentowania istoty współczesnych przemian społecznych, a przede wszystkim poddał wnikliwej analizie mechanizmy i prawidłowości rządzące prezentowanymi zjawiskami i procesami. Autor uczy całościowego przyczynowo-skutkowego patrzenia na złożone problemy współczesnej cywilizacji. W swoich badaniach opierał się na obserwacji rzeczywistości amerykańskiej. Stąd zawarte w książce uwagi dla polskiego czytelnika mają po części charakter zapowiedzi przyszłych wydarzeń i jednocześnie ostrzeżenia przed niekorzystnymi konsekwencjami zachodzących przemian. Ryfkin słusznie zauważa, że społeczność światową można podzielić na mającą dostęp i tego dostępu pozbawioną, na podłączonych i niepodłączonych do sieci. Prezentowane w książce problemy dotyczą jedynie 20% ludzkości. Autor nie zapomina, że 65% ludzi żyjących współcześnie nigdy nie odbyło rozmowy telefonicznej, a 40% – nie zna elektryczności. Ta część mieszkańców Ziemi żyje zupełnie innymi problemami i stanowi na razie „obszar do zagospodarowania” dla wielkiego kapitału.

Książka J. Ryfkina stanowi niezwykle wartościową i interesującą lekturę nie tylko dla badaczy współczesnej cywilizacji, ale również dla szerokiego kręgu czytelników zainteresowanych światem, który ich otacza i istotą zachodzących w nim przemian kulturowo-cywilizacyjnych.

Ewa Polak

Stephane Marchand, *Arabia Saudyjska. Zagrożenie*, Wyd. Akad. Dialog, Warszawa 2004, ss. 279.

W 2004 r. nakładem Wydawnictwa Akademickiego Dialog ukazała się książka zatytułowana *Arabia Saudyjska. Zagrożenie* autorstwa Stephane Marchand. Jest to praca przetłumaczona przez Radosława Stryjewskiego.

Arabia Saudyjska nosząca religijny tytuł Sługi Miejsc Świątych znajduje się na rozstaju dróg łączących trzy kontynenty: Azję, Afrykę i Europę. Królestwo położone jest na Półwyspie Arabskim [zajmuje około 80% powierzchni Półwyspu między Morzem Czerwonym na zachodzie a Zatoką Arabską na wschodzie. Na północy graniczy z Jordanią, Irakiem i Kuwejtem, na wschodzie ze Zjednoczonymi Emiratami Arabskimi i Katarem, a na południu z Omanem i Jemenem.

Królestwo saudyjskie to kraj bogaty, klasyczny model państwa wyznaniowego tradycyjnego zamkniętego nie było jak dotąd przedmiotem większego zainteresowania naukowców. Dopiero wydarzenia z 11 września 2001 r. zaszokowały społeczność międzynarodową i spowodowały, że oczy świata zwróciły się ku temu państwu. Królestwo Arabii Saudyjskiej to najmniejszy sojusznik Stanów Zjednoczonych na Bliskim Wschodzie, dlatego też trudno zrozumieć, dlaczego przyczyniło się do tej tragedii. W jaki sposób doszło do tego, że kraj, który posiada czwartą część światowych zasobów ropy naftowej i na którego terenie jest najświętsze dla muzułmanów miejsce – Mekka rozprzestrzenia na cały świat idee zacofania i ksenofobii. Idee te są równie niebezpieczne, jak w przypadku rewolucji Chomeiniego, w wyniku której Iran stał się teokracją islamską. Dlaczego olbrzymie bogactwa nie powodują dostatecznego rozwoju kraju, lecz są użyte na utrzymanie panującej rodziny Saudów?

W Arabii Saudyjskiej zaczyna się ujawniać warstwa społeczeństwa oświeconego, wspierana przez niektórych członków rodziny królewskiej. Jednakże poważnie zagraża jej ogromna rzesza obywateli dotkniętych kryzysem ekonomicznym, rozjątrzonych cierpieniem Palestyńczyków i obrażonych na Amerykę.

Treścią recenzowanej książki jest właśnie analiza sytuacji społeczno-politycznej Arabii Saudyjskiej – egzotycznego dla cywilizacji europejskiej kraju, gdzie narodziła się w VII wieku jedna