

Kakšne bi lahko bile alternative sodobnem potrošništvu?

Miša Gams

Odkar so neoliberalne lovke novodobnega kapitalizma prisesale na svoje seske potrošnike širom globaliziranega sveta in jih odtujile tako od proizvodov lastnega dela kot tudi od upanja, da je možno kakršno koli drugačno življenje, se pojavljajo vprašanja o tem, kdaj se bo tovrsten sistem zrušil v svoje lastno brezno in kakšne so sploh alternative temu sebičnemu sistemu, ki na eni strani proizvaja lažne potrebe, po drugi pa zgolj peščici ljudi prinaša neomejeno moč in bogastvo. Karl Marx je že v 19. stoletju napovedal rast različnih korporacij, ki bodo z izkoriščanjem delovne sile obogatile na račun tujega dela, pa vendar smo vsi po vrsti presenečeni, da je sistem prišel tako daleč in da na svoji poti kar po spisku ruši vse moralne vrednote. Vendar pa se zdi, da v okviru Darwinove teorije o preživetju najmočnejših organizmov, tudi kapitalizem odlično funkcionira in da gre v okvirih socialnega darvinizma za enega najbolj optimalno zastavljenih sistemov, ki v svoji težnji po večni selekciji in izločevanju šibkih členov ne potrebuje nekih dodatnih organov regulacije ali pregona.

Prav zato lahko zadnja leta opazujemo nemoč državnih aparatov pri vmešavanju v gospodarsko sfero delovanja države, ki jo krmilijo mogočni lobiji na čelu s tajkuni, ki jih zanima le lastno bogatenje in privatizacija virov. Če bo šlo tako naprej, lahko v nekaj letih upravičeno pričakujemo dokončen razpad pravne in socialne države, saj bodo mednarodni lobiji pod krinko globalnega kapitalizma in nekih »instant« vrednot sami krojili politiko posameznih držav, ki bo zgolj podaljšana roka njihovih nenasitnih apetitov. Že zdaj se dogaja, da Evropska unija nastavlja svoje ljudi na najvišja poslanska mesta v posameznih državah in se vmešava v vse sfere državne politike. Poglejte samo, kaj se je v zelo kratkem času zgodilo v Grčiji in Italiji, ko sta dva ugledna predstavnika finančnega sveta EU v enem tednu zamenjala predsednika vlade. Države znotraj Evropske unije bi morale delati na ustvarjanju svojih potencialov, med katere se, poleg investicije v domača podjetja, uvrščajo tudi ljudje, ki v njih živijo. Dejstvo je, da države, ki so doživele tranzicijo in gospodarski polom, visokim normativom EU ne morejo biti kos ne zdaj ne nikoli v prihodnosti. Tudi če se uvede Evropo dveh hitrosti ali če se nenehno rešuje te države s subvencijami, ostaja EU agresivna tvorba, ki želi na silo spraviti skupaj različne ekonomske, politične in kulturne tvorbe, ki že v osnovi ne gredo skupaj. Poleg tega lahko zadnja leta znotraj EU beležimo vzpon različnih ekstremnih desničarskih gibanj, ki so povsem logičen nasledek posilstva s strani EU, ki smo mu priča v čedalje hujših razsežnostih. Če se države

ne bodo postavile zase in ojačale svojih nacionalnih interesov, bodo povsem nehoti začele krepiti notranji »terorizem« in mnogotere maligne tvorbe znotraj lastne države. Evropska unija je mnenja, da je »maligno tkivo« prisotno samo na obrobni delih, ki jih lahko zaceli s pošiljanjem protiteles v posamezen segment, a problem je v tem, da je maligna tvorba že od samega začetka prisotna v njenih možganih in v samem obrambnem sistemu, ki ga lahko pokonča že najmanjši prehlad.

Pa se vrnimo nazaj k iztočnicam, ki smo jih postavili v uvodu razprave. Ljudje smo se ujeli v pajkovo mrežo, ki so jo spletli mednarodni finančni lobiji in se kot muhe lovimo v past, ki so nam jo nastavili s svojimi neoliberalnimi oblikami trženja. Vzeli so namreč v zakup osnovno psihološko dinamiko, ki jo v sebi prepozna vsak sodoben potrošnik – v sebi namreč odkriva osnoven eksistencialni manko, ki je z vsakim nakupom večji. In paradoks nakupovanja je prav v tem: v nenehnem zadovoljevanju želje, ki jo razpira eksistencialni manko, in ki že v osnovi ne more biti potešena. Zato si potrošnik želi vedno več stvari, čedalje novejših tehnoloških modele in, če skrajšamo: živi v utopiji, da mu do popolne sreče manjka samo še določena stvar. Tako vsa družba sloni prav na iluziji o izgubljeni sreči, ki si jo moramo (z nakupovanjem) priboriti nazaj. Vendar pa za to iluzijo tiči globoko in grozljivo brezno, ki govori o tem, da je sreča umeten konstrukt, od katerega ima korist le peščica ljudi ... Prava vrednota so medčloveški odnosi in pravi kapital se nahaja prav v njih, zato bi morali ljudje prepoznati koristi

blagovne menjave prav skozi ta aspekt.

Pa ne govorim samo o obliki blagovne menjave, ki so jo poznali skozi vso zgodovino: »Ti meni krompir, jaz tebi jajca« itd. Na različnih koncih sveta in tudi pri nas, se že nekaj časa pojavlja zanimiva oblika poslovanja, ki se ji reče časovna banka. Gre za to, da ljudje z različnimi sposobnostmi nudijo uro svojega dela v zameno za uro storitve drugega človeka. Nekdo npr. opravi masažo v zameno za uro učenja klavirja ali čuva otroka v zameno za uro inštrukcij iz matematike. Pri tem se izognejo direktnemu plačilu v denarju ter obenem krepijo medsebojne odnose. Če bi se več ljudi posluževalo tovrstne »banke«, bi praktično vse storitve in transferje lahko opravili brez nepotrebnih posrednikov kot so banke, ki ljudem zaračunavajo vsak najmanjši poseg v vodenju računov. Poleg tega se po svetu čedalje bolj uveljavlja t. i. brezplačna trgovina, kateri lokalni kmetje in obrtniki darujejo izdelke, ki jim je pretekel rok uporabe ali pa jim delajo navlako po delavnicah. Tako lahko ljudje, ki so brez dohodkov, pridejo do brezplačnih surovin za življenje, obenem pa lahko trgovci, kmetje in obrtniki delajo reklamo za svoje proizvode. Možnosti za predrugačenje trgovine, kot jo poznamo danes, je veliko, in edine meje so tiste, ki si jih postavimo v glavi. Japonci so šli celo tako daleč, da se norčujejo iz zagrizenih potrošnikov. Za poskušnjo so uvedli trgovine, ki odvrčajo potencialne kupce od nepotrebnih nakupov tako, da višajo cene izdelkom brez vrednosti in s tem, da poslujejo samo ob najbolj nemogočih urah. Kljub temu se pred njimi vije dolga vrsta ljudi, ki komaj čakajo, da jim nekdo postavi meje.

Ne glede na to, ali se potrošniku zdi, da pozna vse »finte« posameznih trgovin, njihove akcije in ugodnosti, se na koncu vedno znova izkaže, da je trgovec en korak pred njim in da kupec pri tem ne more na noben način profitirati. Lahko bi rekli, da se sodobni potrošnik nahaja v neke vrste transu, ki se začne že s tem, ko dobi v roke letak s popusti in ne popusti niti ob pogledu na račun, ki ga dobi na koncu nakupovanja. Pri tem je na moč podoben kompulzivnemu igralcu na srečo, ki se mu zdi manko v denarnici zanemarljiv ob misli, da lahko s svojimi odločitvami preliči sistem in ga izkoristi sebi v prid. Ampak pri tem se ne zaveda, da je

nadvse podoben Don Kihotu in njegovemu boju z mlini na veter. Sistem sam je namreč zasnovan tako, da je navadni smrtnik na izgubi, medtem ko si korporacije razdelijo masten zaslužek.

Četudi nakupujemo v velikih trgovinah, se moramo zavedati, da se varčevanje začne in konča zgolj v naši glavi, pri tem pa imamo kot potrošniki vso pravico preučiti in preizkusiti izdelek, še preden ga kupimo. Lahko si vzamemo ves potreben čas za to, da se odločimo ali ne odločimo za nek proizvod. Ko sem pred meseci delala popis izdelkov za neko raziskavo o aditivih, mi je prodajalka v trgovini ukazala, naj ji pokažem osebni dokument. Pri tem pa je jezno zatrjevala, da je popisovanje izdelkov v »njeni« trgovini podobno, kot če bi ona nenajavljena prišla k meni domov in začela brskati po mojih knjigah. To je nadvse naduta izjava nekoga, ki si povsem zgrešeno predstavlja potrošnikove pravice. Kot prvo gre pri trgovini za javni prostor in nihče nima pravice v njem zahtevati osebni dokument nekoga, od katerega ima poleg dragocenega časa, ki ga v njem zapravi, tudi finančne koristi. Pa tudi če nima od kupca nobenih koristi, se mora do njega obnašati kot do vsakega državljana, ki mu pripada pravica do svobodnega gibanja, odločanja in nekonformističnega obnašanja. Zanimivo bi bilo vsaj enkrat letno narediti »prevetrilno« akcijo v večjih trgovskih centrih, v kateri bi si potrošniki vzeli nekaj ur časa, da natančno popišejo cene izdelkov in preučijo njihove vsebine. Na ta način bi lahko tudi vnaprej naredili seznam izdelkov, ki bolj ustrezajo njihovemu okusu in denarnici. Na žalost pa to seveda ni v interesu trgovine, ki si želi zmanipuliranega kupca, ki vstopi v trgovino brez zdrave pameti, hitro nakupi čim več surovin in zapusti trgovino brez pritožb in oklevanja.

Močno upam, da se bodo v prihodnosti čedalje bolj uveljavljale alternativne oblike trgovanja, kot so blagovna menjava, prodaja rabljenih izdelkov po simboličnih cenah, časovna banka in samopromocijska trgovina z brezplačnimi izdelki. Vsako znanje in sposobnost lahko na trgu zamenjamo za druge dobrine, na nas samih pa je, da se povežemo in delujemo predvsem na lokalni ravni. Če bomo skrbeli za nas same in lokalno izmenjavo dobrin, bomo manj odvisni od evropskih trgov in svetovnih finančnih monopolov. •

