

Wolność a wolny rynek (zapiski po Nocy Kupały)

Wolność a wolny rynek (zapiski po Nocy Kupały)

Noc Kupały. Tam, na Palenicy, doświadczając wpływu żywiółów na nasze ciała i dusze, zastanawialiśmy się czym jest dla każdego z nas wolność.

Pojęcie to niesie ze sobą tak wiele treści, że definiowanie go musi odbywać się na wielu poziomach. Każda osoba pojmuje wolność w odmienny sposób, w zależności od przeżytych doświadczeń i związanej z nimi wiedzy, ale także – dążności do różnorodnych celów życiowych.

Wolność definiowana jest negatywnie jako brak ograniczeń. Całkowity brak ograniczeń oznaczałby wolność absolutną. Niestety, takiej wolności nie dane jest nam doświadczyć. Podlegamy determinizmowi w różnych przejawach życia.

Ogranicza nas przede wszystkim **przestrzeń**. Przestrzeń naszego ciała; którym co prawda możemy poruszać i kierować, ale nie uda nam się z niego wydostać. Także przestrzeń, w której żyjemy (dom, miasto, kraj) w znaczący sposób ogranicza naszą autonomię.

Jesteśmy również uzależnieni od **czasu**; decyzji podjętych w przeszłości, dobrych lub złych doświadczeń, postanowień i zobowiązań na przyszłość.

Prawa przyrody także nas determinują. Możemy z nimi walczyć lub się im poddać. Możemy także chcieć im zaufać.

Wyżej wymienione ograniczenia są poza naszą kontrolą, nie potrafimy ich przełamać. Istnieją jednak takie rodzaje uzależnień, którym sami jesteśmy sobie winni. Polegają one na bezmyślnej rezygnacji z możliwości wyboru. Poddaniu się biegowi spraw lub woli innych ludzi. Obrazują one różnicę pomiędzy kompromisem a konformizmem.

Kompromis bowiem dotyczy rzeczywistości, której zmienić nie możemy. Godzimy się z ograniczeniami, na które nie mamy wpływu. Jednak zrezygnowanie z aktywnej postawy wobec obrotu spraw, który możemy zmienić jest konformizmem, ucieczką od wolności.

Po co przypominam te znane przecież prawdy? Otóż niedawno zrozumiałam pewien aspekt takiego rodzaju determinizmu. Zabrzmi to pewnie banalnie, ale ostatnimi czasy zasypywano mnie lawinowo propozycjami „wejścia do sieci” różnych firm zajmujących się marketingiem. Zapewne wielu z was pamięta podobne obrazki: dawny znajomy przypomina sobie o waszym istnieniu i nachalnie zaprasza „na kawę”, policjant nie wypisuje mandatu w imię dawnych dobrych czasów i usiłuje namówić do wspólnego biznesu, znajomi rodziców zachęcają do kupowania rewelacyjnych produktów, mąż byłej wychowawczynie delikatnie agituje do współpracy.

Takie właśnie propozycje, wzbogacone o opis szybkiego sukcesu i milionowych dochodów, czyhały na mnie na każdym kroku.

Odmawiałam. Ale potem pojawiało się pytanie: „Właściwie dlaczego nie chcę tego robić? Co mi

przeszkadza w takim sposobie zarabiania?" Nie powinnam przecież służyć jakiegoś irracjonalnego lęku, niewytłumaczonej emocji. Co powoduje, że tego typu firmy budzą w wielu ludziach wstręt?

Na początku wydawało mi się, że jest to spowodowane buntem przeciwko sztuczemu rozbudzaniu konsumpcji. Jednak czy nie robią tego i inni producenci, nachalnie reklamując się w środkach masowego przekazu?

Dopiero niedawno, kontynuując refleksję rozpoczętą na Palenicy zrozumiałam, że tego rodzaju firmy zniewalają psychikę swoich pracowników. Są jak sekty. Odbierają ludziom możliwość wyboru poprzez zawężanie ich horyzontów postrzegania rzeczywistości i kształtowanie w nich osobowości konformistycznej.

Każdy akwizytor zmuszany jest bowiem do podporządkowania się „zaakceptowania” ideologii sukcesu głoszonej przez daną firmę. Nieszczęśnikowi uświadamia się zatem, że jest biedny, jeździ przecież tylko maluchem, a to obudowana deskorolka - nie auto. Jest także samotny, bo przecież nie można uznać za wystarczające towarzystwo dla człowieka tych kilku, kilkunastu przyjaciół, którymi się otacza. Osoby zajmujące się marketingiem mają setki przyjaciół i jeżdżą mercedesami. Drugim etapem „szkolenia” jest tłumaczenie, iż osoby, które się zna można porównać do talii kart. Jest wśród nich tylko kilka asów przyszłych biznesmenów skorych do współpracy, jest sporo „figur” - ludzi zasługujących na zainteresowanie, jednak większość naszych znajomych to nie warte uwagi „blotki”. Twój najlepszy przyjaciel nie chce ci pomóc w osiągnięciu sukcesu? To „jedyńka”! Zapomnij o nim!

Na takim wbudowywaniu w korę mózgową określonych wyobrażeń dotyczących funkcjonowania świata i własnych (!) potrzeb polega szkolenie przyszłego pracownika.

Wolny rynek preferuje zniewolonych ludzi.

Wolność - jak kiedyś powiedział Tadeusz Kotarbiński rozkwita tylko w świetle rozumu, rozum - tylko w atmosferze wolności. Obie te rzeczy - rozumność i wolność, leżą u podstaw autonomii człowieka. A tylko pod warunkiem autonomii człowiek może przeciwstawić się wielorakim determinizmom i wyznaczyć sobie własną drogę postępowania.

Joanna Jagosz