

Dyskretny urok bezpłatności

29 lutego 2008

„Bezpłatne gazety”, „20% produktu gratis”... Słowa „bezpłatny”, „darmowy”, „gratis” wdzierają się w każdą szczelinę, a rzeczywista bezpłatność zanika. Zbezczeszczona przez marketing, który zwerbował ją do stymulowania popytu, nie mieści się już w ofercie politycznej. Ostała się jedynie w określeniach kilku instytucji, jak choćby w wyrażeniu „bezpłatne szkolnictwo” – wyrażeniu uświęconym wiekową liturgią republikańską, którego nikt nie ośmiela się poprawić na „kosztowne szkolnictwo”. Kiedy jednak debata otrząsa się z szacunku i pobłażliwości dla nobliwych staruszek, zarządcy sfery publicznej odrzucają ze wstrętem pojęcie bezpłatności: nieodpowiedzialne, zwodnicze, szkodliwe, bez mała antyobywatelskie. Jakże mielibyśmy docenić wartość rzeczy, jeśli zapomnimy, że kosztują one sporo wysiłku i pieniędzy?

Reklamowi cwaniacy obławiają się, zachwalając rzekomo bezpłatne produkty, a strażnicy dobra publicznego, cierpiący na polityczną depresję, nie chcą już słyszeć o darmowych usługach publicznych, choć jeszcze niedawno tak głośno się nimi chełpili. Co się właściwie stało?

Nie dajmy się zwieść paradoksowi, którym usiłują nas bezustannie oślepić kapitalistyczne przedsiębiorstwa traktujące bezpłatność jako główny argument handlowy. Stacje telewizji publicznej czy „bezpłatne” tygodniki to mass media pełniące określoną funkcję: wytwarzanie znaków, symboli, języka poprzez informacyjne lub rozrywkowe usługi bezpłatnie dostarczane publiczności. Ten pozór bezpłatności skrywa jednak klasyczną transakcję handlową, w której bierze udział klient, dostawca i towar. W tym wypadku klientem jest reklamodawca; dostawcą – nadawca programu; towarem zaś telewizor lub czytelnik prasy.

Klient nabywa od dostawcy, zgodnie ze słynnym już wyrażeniem

Patricka Le Laya, „czas rozporządzalności ludzkiego mózgu” [1]. Zawartość jest bezpłatna i trudno się dziwić, jest ona bowiem jedynie przynętą. Żaden wędkarz nie wymaga przecież od ryby, żeby sfinansowała nadzianego na haczyk robaka. Dla ryby przynęta jest bezpłatna, płaci za nią wędkarz, a następnie amator ryb, który kupuje od niego zdobycz. Jest to transakcja w 100% handlowa. Nic za darmo.

Zanikanie bezpłatności powoduje, że przestrzeni publicznej zaczyna brakować tlenu i grozi jej śmierć. Tak przedstawia się mroczny aspekt tego zagadnienia. Należy jednak podkreślić, że mimo całego spustoszenia bezpłatność wciąż jeszcze istnieje i może być nicią Ariadny w badaniu meandrów przekształceń społecznych. Wszyscy ludzie dzielą paradoksalne przeświadczenie, że choć pieniądź zdaje się trawić cały świat, bezpłatność nie jest peryferią, ale samym rdzeniem naszej egzystencji. Owszem, wszechobecność stosunków towarowych i marketingowa inflacja sprawiają, że nie ośmielamy się do tego przyznać otwarcie, a jednak najwyższą wartość przypisujemy temu, co bezcenne: miłości, przyjaźni, zaangażowaniu rodziców w wychowanie dzieci, słonecznemu światłu, pięknym krajobrazom, otrzymywanym prezentom, których wartość uczuciowa zdecydowanie góruje nad ewentualną wartością wymienną...

Sfera publiczna stale się kurczy, ubożeje. Staje się czymś w rodzaju części wspólnej w bloku mieszkalnym, zwykłym dodatkiem do sfery prywatnej. Tam jednak, gdzie udało się stworzyć sieć bezpłatności, opór jest silniejszy. Bezpłatna służba zdrowia czy system oświaty publicznej wpisały się już w nasz krajobraz i wydają się czymś naturalnym, zapominamy często, jak trudno je było wywalczyć. Kiedy stają się przedmiotem ataku, budzi to nadal żywe reakcje. Bezpłatność wytwarza bowiem więź społeczną: osoby nie wychodzące wieczorami z domu, nie skarżą się na to, że muszą łożyć na oświetlanie ulic.

Mgła utowarowienia zasnuwa również czas. Dyskurs panujący głosi, że powinniśmy wypełniać nakazy rozumu i cnoty, poświęcając coraz więcej czasu na pracę. Dajemy się na to

nabrać. Czasami godzimy się nawet ujmować własną działalność za pomocą obscenicznej terminologii: „nauczyć się dobrze sprzedawać. Być wartym 300 „k€” rocznie”. Promień bezpłatności przenika jednak tę mgłę i ukazuje wszystko w innym świetle. „Czas pracy” to także „czas sprzedawany”, towar, którym nabywca może dowolnie rozporządzać; przeciwieństwo czasu darmowego, własnego, otwartego na swobodną aktywność. Z jednej strony narzędzie, z drugiej cel. Z jednej strony konieczność, z drugiej wolność. Można wprawdzie realizować się również w czasie sprzedawanym, jest to jednak koincydencja nie ujęta w umowie o pracę, naddatek niezbywalny, darmowy i w gruncie rzeczy przypadkowy, zawisły od dobrej woli „pracodawcy”. Nader kruchy suplement. Od CNE [2] po delokalizację przedsiębiorstw, od elastycznego poprzez niepełne aż po niepewne zatrudnienie: przemożna presja zmusza nas do rezygnacji z biograficznej autonomii na rzecz subiektywności coraz ściślej podporządkowanej wymogom przedsiębiorstwa. Co chcemy uczynić z naszym czasem, z naszym życiem? Jaką część gotowi jesteśmy wystawić na sprzedaż? Jakiej części zdecydowani zaś jesteśmy bronić, aby ocalić jej bezcenną darmowość?

Czy bezpłatność skazana jest na działania czysto obronne? Pojawienie się internetu otwiera możliwość powszechnego i właściwie darmowego dostępu do dóbr kulturowych, przez co zmusza nas do ponownego rozważenia tego pytania. Rysujące się odpowiedzi są jeszcze mgliste, obrazoburcze, budzą niepokój w mieszczańskich salonach, wielu dostrzega w nich jednak powód do radości. Kapitalizm, odkąd urynkowił cały świat, nie przestawał się chełpić, że jest niezrównanym championem swobodnej wymiany. Teraz zaś zmuszony został do rozpaczliwych ruchów i wykrętów, aby ograniczyć jej płynność.

Kiedy kapitalizm finansowy odkrył, że dobra kulturowe to niewyczerpane źródło zysku, wiele wskazywało na to, że nic nie zdoła już umknąć jego żarłoczności. A tu rymps! Przyparty do ściany, barykadujący się w tradycyjnych branżach i zawodach, nie może już dłużej ukrywać, że przyszłość wymyka mu się z

rąk. Przyszłość będzie bowiem niewątpliwie związana z darmowością wymuszoną przez masy lub wykradzioną dzięki zmyślności hakerów (spójnik nie ma tu oczywiście charakteru wyłączającego).

Ta nowość przypomina zresztą o tym, co w wyniku długich i owocnych walk społecznych stało się oczywistością: darmowość jest czymś zasadniczym zarówno dla samorealizacji jednostek, jak i dla życia społecznego.

Każdemu przysługuje prawo do dachu nad głową. Prawo to pozostanie jednak fikcją, dopóki nie stworzymy jakiegoś systemu mieszkaniowych ubezpieczeń społecznych (komercyjne polisy oferowane prywatnym nabywcom własności pokazują, że jest to jak najbardziej możliwe). Jeśli chcemy wskrzesić przestrzeń publiczną i odejść od polityki represji wobec najbiedniejszych obywateli, czemu nie zezwolić (choćby tylko młodym) na bezpłatne korzystanie z transportu publicznego? Obecnie nie trzeba płacić za korzystanie z sieci dróg miejskich i nikogo to nie oburza, choć jej utrzymanie kosztuje krocie. Prawo do edukacji, wolny i równy dostęp do usług medycznych, choćby w niepełnym zakresie, krytykowany i daleki od doskonałości – wskazują nam właściwy kierunek: to działa, jest dobroczynne w skutkach i mogłoby funkcjonować w szerszym zakresie. Skonkretyzować prawo poprzez rozszerzenie bezpłatności: projekt ten oznacza odejście od systemu opieki społecznej, stworzenie instytucji już nie socjalnych, ale politycznych, to znaczy wiodących do rzeczywistego zrównania szans i warunków.

Projekt wprowadzenia prawdziwej bezpłatności nie może się zadowolić półśrodkami. Nie chodzi w nim bowiem o zmianę statusu kapitalistycznej własności, ale o wyzwolenie człowieka spod władzy stosunków towarowych. O zwolnienie miejsca zajmowanego dotychczas przez rynek i odzyskanie bogactwa, które zawłaszczył. Darmowość, gdy już się zakorzenia, przeciwstawia własną prawdę pewnikom kapitalizmu. Nie musimy zapominać o tym, ile nasz czas wart jest na rynku pracy, aby

zrozumieć, iż jest on w swej istocie bezcenny.

Zdobyte obszary bezpłatności żłobią rowki w historii społeczeństw i nie dają się z nich tak łatwo usunąć. Prywatyzacja państwowych banków dokonała się bez większych protestów. Ale propozycja uczynienia z edukacji narodowej prywatnego przedsiębiorstwa wydaje się niedorzeczna i bezwstydna. Wokół koncepcji bezpłatności mógłby się ogniskować projekt przekształceń społecznych, przekształceń radykalnych, ale konkretnych, wpisanych w teraźniejszość. Tu i teraz: każdy według swych zdolności, każdemu według jego potrzeb. Czy zarządcy systemu czują, co się święci? W trakcie debat nad projektem ustawy o prawie autorskim (DADVSI), Renaud Donnedieu de Vabres, francuski minister kultury, wypowiadając się z właściwą mu grandilokwencją, nieopatrznie ujawnił strach rządzących: „Stoimy w obliczu groźnego wroga, marzenia o bezpłatności”.

Autor: Jean-Louis Sagot-Duvauroux

Tłumaczenie: Mateusz Kwaterko

Źródło: [„La Monde diplomatique” \(edycja polska\) nr 6/2006](#)

PRZYPISY

1. Aluzja do cynicznej wypowiedzi Patricka Le Laya (Prezesa TF1 – pierwszego programu francuskiej telewizji) sformułowanej w książce Les dirigeants face au changement (Przedsiębiorcy w obliczu zmiany): „O telewizji można mówić na wiele sposobów. Jeśli jednak chcemy na nią spojrzeć z perspektywy czysto biznesowej, musimy być realistami: tak naprawdę celem TF1 jest, dajmy na to, wspomaganie Coca-Coli w sprzedawaniu jej produktów. Aby przekaz reklamowy trafił do odbiorcy, mózg telewidza musi być na to otwarty. Nasza misja polega na otwieraniu mózgu, zapewniamy mu rozrywkę, pozwalamy mu się odprężyć, aby był gotowy na przyjęcie przekazu reklamowego. Coca-Coli sprzedajemy więc czas rozporządzalności ludzkiego mózgu”. (przyp. tłum.)

2. CNE – Contrat Nouvelle Embauche (kontrakt nowego zatrudnienia) – jeden z elementów projektu ustawy zaproponowanej przez rząd Villepina. Dotyczy firm zatrudniających mniej niż dwudziestu pracowników i zakłada, że podczas dwóch lat od podpisania CNE, pracodawca mógłby zwolnić pracownika bez podania motywu. (przyp. tłum.)