

Douglas Rushkoff

ŽIVOT, S. R. O.

**Jak si korporace podmanily svět
a jak si ho vzít nazpátek**



Douglas Rushkoff

ŽIVOT, S. R. O.

Jak si korporace podmanily svět
a jak si ho vzít nazpátek

ARGO

Přeložili Jana Odehnalová a Vít Penkala

Life, Inc by Douglas Rushkoff

Copyright © 2009, 2011 by Douglas Rushkoff

Translation © Jana Odehnalová a Vít Penkala, 2014

ISBN 978-80-257-1275-7 (váz.)

ISBN 978-80-257-1383-9 (e-kniha)

*Vám – skutečným lidem na protějším konci
tohoto spojení zprostředkovaného korporacemi*

OBSAH

ÚVOD	(Vaše) peníze nebo (váš) život: Lekce na schodišti před domem 9
KAPITOLA PRVNÍ	O krok vzdálená: Korporátní forma života Výsadní oprávnění aneb Jak nás odřízli od obchodování 23
KAPITOLA DRUHÁ	Mapa místo území Kolonialismus aneb Jak nás odřízli od místa 41
KAPITOLA TŘETÍ	Společenství vlastníků Nemovitost aneb Jak nás odřízli od domova 61
KAPITOLA ČTVRTÁ	Zabaleno po jednom Public relations aneb Jak nás odřízli jednoho od druhého 95
KAPITOLA PÁTÁ	Záleží jen a jen na tobě Všechnu moc spotřebiteli aneb Jak nás odřízli od možnosti volby 122
KAPITOLA ŠESTÁ	Komu to připsat k dobru... Soukromý zájem aneb Jak nás odřízli od měny 150
KAPITOLA SEDMÁ	Od ekosystému k ekonomice Velký byznys aneb Jak nás odřízli od hodnoty 174
KAPITOLA OSMÁ	Nic se nevrací Jak nás vzdor izoluje ještě víc 206
KAPITOLA DEVÁTÁ	Tady a teď: Šance na opětovné spojení 223
Počkat – ještě něco	Průvodce možnostmi, jak si vzít nazpět hodnotu, kterou vytváříte 238
<i>Poděkování</i>	303
<i>Poznámky</i>	305

(VAŠE) PENÍZE NEBO (VÁŠ) ŽIVOT: LEKCE NA SCHODIŠTI PŘED DOMEM

Na Štědrý večer jsem byl přepaden.

Stalo se to před bytovým domem v Brooklynu, kde bydlím, když jsem šel vy-
nést odpadky. Nějaký muž na mě namířil pistolí a řekl, ať vyprázdním kapsy.
Dal jsem mu peníze, peněženku i mobil. Pak jsem si ale vzpomněl na jeden film
o policejním vyjednávači. Poprosil jsem ho, aby mi nechal alespoň kartičku zdra-
votního pojištění. Napadlo mě, že když se v jeho očích trochu polidštím, třeba
mě nebude chtít zabít.

Uznal můj argument, že by pro mě bylo těžké dostat se bez kartičky k nějaké
„péči“, a vrátil mi ji. Stáli jsme tak spolu proti establishmentu a uzavřeli jsme doho-
du: za jeho slitování ho na oplátku neudám – i když jsem mu zřetelně viděl do obli-
čeje. Souhlasil jsem a on utekl ulicí pryč. Nerozumně, ale vytrvale jsem několik
dalších hodin svou část dohody dodržoval, přestože z mé strany nebyla dobro-
volná. Jako by se vůbec dala uzavírat závazná smlouva, když na vás míří pistole.

Vyvěsil jsem pak zprávu o svém podivném a děsivém zážitku na stránku Park
Slope Parents – to je poněkud alternativně naladěná internetová komunita ma-
minek, členů potravinářského družstva a dalších tak trochu levičáckých týpků,
kterým leží na srdci zdraví a blaho jejich rodin i jejich jednoznačně progresiv-
ní a bohatnoucí čtvrti. Připadalo mi to zodpovědné a asi jsem taky čekal, že mi
někdo vyjádří účast a podporu.

Jaké bylo mé překvapení, když hned první dva e-maily, které jsem dostal, byly
od lidí, kteří se naštváli, že jsem na internetu zveřejnil jméno ulice, kde se zlo-
čin stal. Copak jsem si neuvědomil, že taková publicita může nepříznivě ovliv-
nit cenu všech nemovitostí? Už takhle ubývá potenciálních kupců! Dost na tom,
že se odsud stěhuje na Manhattan ten slavný herec; copak trh s nemovitostmi
v Brooklynu potřebuje další špatnou publicitu? A to se prosím stalo *před* krachem
obchodu s nemovitostmi.

To mě šokovalo. Opravdu to došlo tak daleko? Skutečně lidi víc zajímá tržní hodnota domů v naší čtvrti než to, co se tu děje? Kromě toho, zamlčovat takový problém není zrovna známkou dobrého obchodnického ducha. Dlouhodobě by otevřená a upřímná debata o zločinnosti a její prevenci zaručily naší čtvrti větší bezpečnost. V konečném důsledku by to hodnotu nemovitostí zvedlo a ne naopak. Vlastníkům těchto nemovitostí tedy mnohem víc ležela na srdci okamžitá likvidita domů než jejich dlouhodobá hodnota jakožto aktiv – to, jak se jim v nich vlastně žije, stálo úplně stranou. A to patřili k nejmajetnějším lidem v New Yorku, kteří by si z takových věcí vůbec nemuseli dělat hlavu. Co je přimělo k takovému chování?

Zarazilo mě to a donutilo znovu posoudit vlastní dlouhotrvající touhu vypracovat se z nájemníka na majitele bytu. Začal jsem přemýšlet, což uprostřed iracionálního šílenství kolem nemovitostí možná nebylo zrovna bez rizika. Na svém blogu jsem veřejně přemítal, proč se snažím vydělat čtyři a půl tisíce dolarů měsíčně na nájem dvoupokojového bytu ve čtvrtém patře bez výtahu v této údajně „módní“ části Brooklynu, když mohu být stejně tak dobře přepaden někde jinde, kde by mě to měsíčně stálo mnohem míň? Není součástí celého problému i moje ochota zapojit se do tohoto splašeného tržního segmentu?

Vyšetřovatelé, kteří přijímali mé oznámení, uhodili hřebík na hlavičku. Jeden z nich zakreslil do mapy Brooklynu kruh. „Sem do toho kruhu se stěhují bohatí běloši z Manhattanu. To je cílová oblast. Loviště. Podívejte se na to očima svého zloděje: klidné ulice s alejemi stromů, řadové domy, každý má cenu tak milion nebo dva a bydlí v nich pracháči, co vystrnadili vaši rodinu. Vy teď bydlíte někde na sídlišti mimo tento kruh. Kam byste šel v někoho okrást?“

Na internetu jeden můj přítel – další spisovatel z Park Slope – veřejně vyzval mou rodinu, abychom v Brooklynu zůstali. Viděl „Slope“ jako víceúčelovou čtvrť, která se teď ocitá „na vrcholu obyvatelnosti“, což je pojem, který tak idealizovala legendární antropoložka Jane Jacobsová. Vysvětloval, jak všechny dobré čtvrti procházejí v podstatě stejným vývojem: nejprve se stěhují umělci do jediné oblasti, kterou si mohou dovolit – do chudé čtvrti, kde není vůbec nic. Nakonec se jich tu sejde dost a otevřou si galerii. Po večerech začnou do té galerie chodit lidé, vytvoří poptávku po kavárně a tak to jde dál. Časem čtvrť „dobudou“ jeden dva kumštýřské obchody a snobští hipsteři, až nakonec na chodnicích panuje aktivita dlouho do noci, takže je to tu bezpečnější pro následující vlny obyvatel a podniků.

Je jasné, že když městské noviny „objeví“ tuhle novou trendy čtvrť, k umělcům se připojí, ale nakonec je nahradí čím dál bohatší mladí odborníci, právníci

a byznysmeni – nejsou zdaleka tak cool a trendy, ale snad jich není tolik, aby čtvrt úplně přišla o svého „ducha“. Přibývá investic, čtvrt se rozrůstá a všichni jsou šťastnější a bohatší.

Ale co se stane s lidmi, kteří tu žili od počátku a o kterých mluvil policejní vyšetřovatel? „Domorodci“? Tento proces přeměny na čtvrt pro bohaté nevzniká *ex nihilo*. Ne, když stoupá hodnota nemovitostí, stoupá i nájemné, což vystrnadí každého, komu vlada nereguluje měsíční poplatky za bydlení. Obyvatelé čtvrti se na probíhající renesanci vlastně nijak nepodílejí, protože nejsou vlastníky. Vystěhují je do odlehklých oblastí. Jasně, jejich děti dál chodí na střední školu Johna Jaya uprostřed Park Slope. Ale tam zas neposílá svoje děti nikdo z bohatých nových usedlíků.

Naši online konverzaci si vybral časopis *New York* do sloupku s názvem „Opouštějí spisovatelé Brooklyn?“. Článek se celý soustředil na to, jak může napadení jednoho autora ohrozit brooklynskou realitní bublinu. Celostátní rozhlas si chtěl se mnou o té příhodě popovídat – ne přímo o přepadení, ale zda bych kvůli tomu opustil Brooklyn, a kdybych to udělal veřejně, zda bych tím nezodpovědně nepoškodil hodnotu majetku jiných lidí. Po jednom či dvou týdnech blogového šílenství se další článek v časopisu *New York* tázal, proč by nás vůbec mělo zajímat, jestli spisovatelé opouštějí Brooklyn – očividně jim uniklo, že právě oni a právě na tomto místě psali, že by nás to zajímat mělo.

Bylo to zajímavých patnáct minut slávy. Co se dělo, nesouviselo totiž ani tak se zločinem nebo se spisovatelem jako spíš s trhem v jeho konečné, nejnestabilnější fázi. Nemohl jsem si dovolit koupit si tu byt, a to přepadení mě vytrhlo z kola-toče reklamního humbuku dost dlouho na to, abych tento fakt akceptoval. Nebo přesněji řečeno, nešlo ani tak o to, že jsem si to *nemohl* dovolit, spíš jsem si to *nechtěl* dovolit. Hypoteční makléři byli ochotní půjčit mi zbývajících 90 % peněz potřebných na koupi bytu v mém bloku. „Můžeme vás tam *dostat*,“ říkali. V tomto momentu dějin nemovitostí by bylo stačilo, abych složil jen 10 %, a považovali by mě za seriózního kupce. „A co když se hypotéka bude upravovat?“ vzpomínám si, že jsem se ptal. „Pak refinancujete s lepší sazbou,“ ujišťovali mě. K tomu by samozřejmě došlo zhruba ve stejnou dobu, kdy by se uměle nízko držená daň z nemovitostí (daňovou výjimku zajišťují developeři nemovitostí) zvedla na úroveň chudších oblastí čtvrti. „Nedělejte si starosti. Dělá to tak každý, kdo je ve vaší finanční situaci,“ vysvětloval mi jeden makléř s mrknutím oka. „A víte co, banky přece nedopustí, aby teď všichni ztratili domov.“

Dokud lidé přehlíželi skutečné společenské a finanční náklady, nemovitosti mohly jít nahoru – trh byl povzbuzován částečně bonusy vyplácenými

investičním bankéřům, jejichž prvořadým úkolem bylo celou tuto inflaci jmění podporovat. Vždyt jsme obnovovali někdejší slávu historické čtvrti. Stačilo se jen vyhýbat nepříjemné pravdě, že nám šlo o to přeměnit místa, která dříve sloužila jako příbytky pro chudé a početné černošské a hispánské rodiny, ve velkolepé městské domy pro bohaté bělochy. A nesměli jsme si připouštět, že tahle horečka kolem nemovitostí měla už dávno skončit a navíc ji drží v běhu vypůjčené peníze.

V takovém klimatu bylo vskutku zločinem na něco z toho upozorňovat – proto měly první reakce těch, kteří se na této spekulativní bublině podíleli, poslat podobných zpráv umlčet. Je to jen byznys. Faktem bylo, že jsme vytlačovali stále rozzlobenější obyvatele z jejich domovů, kolonizovali jsme jejich čtvrt a pak jsme to celé ospravedlňovali statistikou: rostoucí obchodní aktivita, (údajně) nižší kriminalita a – což je nejdůležitější – vyšší ceny nemovitostí. Jak může někdo protestovat, když chcete čtvrt – inu – pozvednout?

Můj přítel spisovatel na svém blogu výřečně vysvětloval, že dnes je naše čtvrt podle všech měřítek bezpečnější. Zase je možné se za vlahého letního večera posadit s dětmi na schody před domem a pojídat chladivou italskou zmrzlinu. Když si v neděli odpoledne vyrazíte na procházku do Prospect Parku, tu uvidíte třeba černošskou rodinku při grilování, tam skupinu Portoričanů, jinde zase skupinku Irů. Ve srovnání s většinou míst na světě je tohle docela kultivované, ne?

Sice to zní romanticky, ale integrace to není. Takto popisovaný Brooklyn nemá skoro nic společného s Brooklynem, který snad obývali naši prarodiče. Je to spíš nákladná a přepečlivá imitace „pískovcového Brooklynu“, který ve skutečnosti nikdy neexistoval. Pokud lidé kdysi sedávali v létě večer na schodech před domem a jedli zmrzlinu, tak to bylo proto, že neměli na vybranou – neexistovala klimatizace ani televize. Venku mohl sedět každý, tak to všichni dělali. A když usedlíci ze sousedních komunit naplňují iluzi multikulturalismu tím, že využívají stejný park, znamená to jen tolik, že tito lidé jsou ochotni grilovat vedle sebe – ne však *spolu*. Stále se pak vracejí domů do různých koutů čtvrti. Děti mého přítele ráno vyrážejí do své soukromé školy, děcka těch druhých do školy státní. Sousedé tak docela nejsou.

A navíc řady pískovcových domů ve Slope ve skutečnosti nejsou z pískovce. To jen nahodili zdi materiálem podobným spíš štukové omítce – je to hustá barva, která má vytvořit iluzi poskládaných hnědých kamenů. Fasáda na fasádě. Jak se brzy dozví každý majitel pískovcového domu, škvárobetonové tvárnice vespod jdou schovávat jen tak dlouho, než se musí provést nákladná „renovace“, která je opět zakryje. Podobně dokážou média, bohatství a statistika jen dočasně zakrývat kolonizátorům jejich skutečné postavení. Nakonec rodiče, kteří před sebou tlačí

svá batolata v kočárcích za tisíc dolarů a kterým jejich životní styl a hodnoty vnučuje multimiliardový průmysl zaměřený na trendy výchovu dětí, dostanou spršku kamenů od dětí ze „sídliště“. (Nenechte se mýlit – člověk, který tuto neustále se opakující příhodu ze zbohatlického brooklynského hřiště zveřejnil, dostal také svou dávku online posměchu.)

Tak jako Kalifornňany překvapí, když požár nebo kojot naruší „přirozený“ životní styl, na který se v představách tolik těšili, i my to tu na vlastní riziko „osídlujeme“, „kolonizujeme“ a přeměňujeme na nóbl čtvrt a je nám zcela lhostejná společenská cena naší expanze, dokud se někdo nevrátí a nedá nám co proto – nebo nás nepřepadne na schodišti před domem. Je sice snadné vinit velké instituce a společenské trendy, že nás zavedly do léčky, ale za to, co se nám přihodí, mohou nakonec naše rozhodnutí a chování, ať už je ovlivnilo cokoli.

Park Slope v Brooklynu je mikrokosmem, jenž v malém reprezentuje svah [*slope*], na kterém se tolik z nás ocitlo. Žijeme v prostředí, které straní takovému jednání a rozhodování, jež je proti našemu nejlepšímu přesvědčení a také proti našemu společnému zájmu. Místo toho, abychom vzájemně spolupracovali, a zajistili tak nejlepší vyhlídky pro nás všechny, snažíme se získat krátkodobou výhodu v nakládání s prostředky, jejichž objem je zdánlivě pevně daný, jejichž prostřednictvím bychom si mohli účinněji vzájemně konkurovat. Zkrátka místo toho, abychom jednali jako lidé, jednáme jako korporace. Když došlo v Park Slope k přepadení, první myšlenkou místní komunity nebylo chránit své lidi, ale chránit svou obchodní značku.

Finanční krize možná není trestem za naše hříchy, ale je přinejmenším částečně důsledkem obecně rozšířené posedlosti finanční hodnotou, které dáváme přednost před ostatními. Odřízli jsme se od všeho, na čem by nám mělo záležet, a vypěstovali si závislost na obchodním modelu, který neměl nikdy sloužit nám jako lidem. Osvojili jsme si étos tohoto spekulativního, abstraktního ekonomického modelu, a vyřadili tak mechanismy, s jejichž pomocí jsme mohli pojmenovat a napravit kolaps reálné ekonomiky fungující souběžně s tímto modelem.

I teď, když se snažíme vyhrabat z finančního chaosu způsobeného z velké části právě touto mentalitou a chováním, obracíme se na korporátní sféru, její centrální banky a krátkozraká měřítká, abychom zhodnotili, nakolik jsme se vrátili k prosperitě. Jako bychom věřili, že odpověď nenajdeme ve skutečném světě, ale v záplavě transakcí a futures na jednom z ekonomických kanálů kabelové televize. Skutečné investice do sociální struktury naší čtvrti a do kvality našeho života ustupují do pozadí a my raději zkoumáme v novinách ceny domů, jako jsou ty naše. Vzhlížíme ke střední hodnotě Dow Jonesova indexu, jako by byl jedinou

skutečně důležitou známkou prosperity naší společnosti, a ke kurzu měny, jako by byl měřítkem našeho národního bohatství nebo naší lidské hodnoty.

To zase odvádí pozornost od idejí a aktivit skutečného světa, s jejichž pomocí bychom mohli některé hodnoty sami obnovit. Místo abychom tento problém řešili a získali opět svou schopnost společně vytvářet bohatství, snažíme se podepřít instituce, jejichž pravým účelem je uzurpovat si tuto naši schopnost pro sebe. Snažíme se oživit naši ekonomiku posílením stejných institucí, které ji oslabily. Když byl korporativismus na vrcholu, fungoval tak, že odčerpával hodnotu z periferie a přeměroval ji do centra – od lidí ke korporátním monopolům. I když už tato studna prosperity vyschla, dál kopeme ještě hlouběji a hledáme další zdroje, které by tento pobloudilý systém udržely v chodu.

Takže když se naše korporace hrouť a berou s sebou naše pracovní místa, dáváme jim finanční injekce, abychom zachovali své vyhlídky na práci; přitom moc dobře víme, že jejich obchodní modely jsou neudržitelné. Bankám selhávají úvěrové systémy a my ministerstvu financí schvalujeme, aby pro ně tisklo čím dál víc peněz na úkor nás a našich dětí. Pak si od nich musíme ty peníze půjčovat na úrok. Nevíme, jak to dělat jinak. Příliš dlouho jsme „outsourcovali“ vlastní úspory a investovali do Wall Street, takže nemáme ponětí, jak investovat ve skutečném světě plném skutečných lidí a věcí. Ztotožňujeme se víc s neutěšenou situací abstraktních korporací než s těžkým údělem lidských bytostí z masa a kostí. Korporace vnímáme jako vzory a zachránce, zatímco své bližní bereme jako konkurenci, kterou musíme porazit, nebo jako zdroje, které lze využít.

Momentálně pozastavená přeměna Brooklynu na nóbl čtvrt měla hodně společného s koloniálním vykořisťováním. Samozřejmě, všechno se dělalo mnohem obezřetněji a ohleduplněji. Boháči, kteří se sem stěhovali, se vystříhali výslovně rasistického odůvodňování svého jednání, svým chováním nicméně dokládali kolonizátorskou motivaci: místo „oprávněných korporací“, které dobývaly a podmaňovaly si nezmapované regiony světa, tu byli hipsteři, podnikatelé a spekulanti s nemovitostmi a ti si podmaňovali neatraktivní čtvrt. Místní ekonomika – přinejmenším posuzovaná podle hrubého produktu – vzkvétala, ale původní obyvatelstvo se prostě změnilo ve služebnictvo nových usedlíků (pokladní v obchodech a chůvy).

A také toto usilování o bydlení ve vlastním, podobně jako expanzi koloniálních říší, udržoval v chodu průkopnický duch pokroku a osobní svobody. Ideál bydlení ve vlastním byl plodem PR strategie, která byla vytvořena po druhé světové válce – představitelé korporací i vlády byli přesvědčeni, že vlastníci bytů budou mít víc než nájemníci hmotný zájem na růstu ekonomiky a budou oddanější

volnému trhu. V důsledku to však vedlo k bludnému kruhu: čím víc se movitější běloši stahovali do enkláv pro ně připravených, tím víc chudly oblasti, které opouštěli, a tím víc jim připadal jejich odchod oprávněný. Zatímco první skutečná vlna „odlivu bílých rodin“ mířila z měst na předměstí, ta současná, maskovaná verze mířila z předměstí zpět do nákladných měst.

Tito migrující příslušníci vyšší střední vrstvy se pochopitelně stali cílem hypotečního odvětví, jehož chytré úvěrové nástroje kopírují svým vykořisťovatelským potenciálem opatření Světové banky. Půjčky Světové banky jsou spojeny s politikou „volných trhů“, která nakonec podřídí zadlužené státy a jejich zdroje vzdáleným korporacím. Hypoteční bankéř stejně tak laskavě poskytne nástroje, díky kterým si člověk pořídí vlastní bydlení, a když úroková míra vyletí nahoru, není k nalezení, protože nafukující se závazek dlužníka prodal nejvyšší nabídce.

Společenský přínos je čirý mýtus. Brooklyňané mohou být sice přesvědčeni, že podporují multikulturalismus, a korporace mohou tvrdit, že přinášejí výhody volného trhu každé živé duši, ale ani jedna z těchto aktivit nevede k širší participaci na růstu bohatství – ani když fungují, jak by měly. Lokální i globální spekulace v rozporu s očekáváním většiny ekonomů jen prohlubují nerovnoměrnost rozdělení bohatství. Zámožní rodiče posílají děti do soukromých škol a státní školy nechávají chátrat, a bohaté státy vyvázejí svůj environmentální odpad do třetího světa nebo líp, rozjíždějí své továrny přímo tam, aby si doma udrželi svou image tak zelenou, jako je umělý trávník.

Lidé, kterých si vážím – mé vzory a mí učitelé –, mi říkají, že takhle to prostě chodí. Tohle je skutečný svět dospělých a nesmíme zapomínat, že nejsou tak vzdálené doby, kdy vás mohl sousední kmen vyhladit – pozabijet muže klacky a ženy odvést. Buď vděčný za civilizovanost, kterou máme, neupozorňuj na sebe a nesnaž se o tom moc přemýšlet. Tyto cykly jsou ekonomice vlastní; trhy se oživí a všechno se vrátí k normálu – a normál není tak špatný, opravdu, když se podíváš, jak žijí lidé jinde ve světě. A ani by sis neměl připadat tak provinile, koneckonců Google dělá leccos dobrého a Bill Gates dává spoustu peněz na děti v Africe.

Přesto to mnohým z nás nějak nestačí. Rychle se blížíme ke společenské normě, kdy všichni – státy, organizace a jednotlivci – budeme jednat způsobem, který bude nám i všem ostatním škodit. Korporace už jsou trestány jedině tehdy, když poškodí akcionáře. „Zločinec“ se dnes definuje jako někdo, kdo poruší zákon z *jiného* důvodu, než jsou peníze. Sobectví je status quo a našimi novými hrdiny jsou nechutně bohatí lidé, protože zřejmě jedině oni se dokážou zcela ochránit před důsledky svých skutků.

Každý den ten svah zdoláváme, jak nejlíp umíme. Přesto se nedokážeme dostat na úroveň lidí, kterými bychom chtěli být, a poddáváme se sklonu terénu.

Jennifer žije celý život ve stejném městě ve střední Minnesotě. Letos jí diagnostikovali lupus a ona začala nakupovat léky přes řetězec Wal-Mart, místo u místního lékárníka Marcuse, který je shodou okolností její soused. Léky na předpis její zdravotní pojištění nepokrývá, takže je to prostě ekonomická nutnost.

Proč nemůže lékárník dát své sousedce slevu? Zkouší to, ale už tak prodává jen o trochu dráž, než nakupuje. Lékárnu zastavil; jen tak si mohl vzít půjčku, aby poplatil nájem a výdaje. Lékárnu má v centru města, kde je plánována nová výstavba, a zdá se, že jen korporátní obchodní řetězce jsou dost bohaté na to, aby si mohly pronajmout obchody s výklady do ulice. Vypadalo to jako dobrý nápad, když se plán projednával s veřejností, takže Marcus ho podpořil. Jenže popis na letáku, který připravil realitní developer (a doplnil ho částí, jak účinněji konkurovat velkým obchodním „krabicím“ jako Wal-Mart), zatím neodpovídá skutečnosti.

Majitel domu, kde sídlí Marcus, vlastně nemá na vybranou. Podnikl nákladné renovace v souladu s novou stavební vyhláškou pro centrum a potřebuje převést náklady na obchody, které pronajímá. Také si vzal hypotéku, a za pár měsíců se změní její úroková sazba. Když nebude vybírat vyšší nájem, nebude mít na splátky.

Jennifer přestala chodit na rodičovská sdružení, protože je jí trapné potkávat se s Marcusem tvář v tvář. Jejich přátelství ochabuje a stejně tak její pocit viny, že ho pomáhá vyřadit z podnikání.

Carla, která pracuje v zákaznickém centru u jedné ze tří nejdůležitějších amerických zdravotních pojišťoven v New Jersey, mluví s lidmi, jako je Jennifer, každý den. Carla dostává plat a také měsíční prémii vypočítanou podle počtu žádostí, které „stáhne“ bez vyplácení. Carla má odrazovat nepodložené žádosti, aniž by se uchylovala k nějakému podvodu, a to tím, že ztíží přijímání všech žádostí obecně. Tak to Carle vysvětlil její nadřízený, když se na rovinu zeptala, jestli má zákazníkům podávat mylné informace. Má z toho výčitky svědomí, jenže Carla je teď v rodině hlavní živitelkou, protože její manžel přestal dostávat zakázky, když se pozastavila výstavba nových domů. A koneckonců, ona vlastně skutečně zabraňuje podvodům. Jaké má Carla spaní, když ví, že celý den přesvědčovala lidi, aby si platili služby, které pokrývá jejich pojištění? Po zhlédnutí jedné reklamy v televizi přešla z antidepresiv na hypnotika.

Jeden z lidí, kteří dělali právě tuhle reklamní kampaň, můj bývalý kolega, se začal specializovat na propagaci ve zdravotnictví, protože v 90. letech nesehnal práci ve sféře ochrany životního prostředí. Kromě toho, jak mi jen napůl žertem

řekl, „propagace léků alespoň vede spotřebitele k zodpovědnosti za vlastní zdraví“. Je proti tomu, aby se do televize dávaly reklamy na léčiva, protože moc dobře ví, že kvůli těmto reklamám pak pacienti chtějí, aby jim lékaři předepisovali léky, které jsou proti jejich přesvědčení. Fakt, že se v práci zpronevěřuje svým hodnotám, si Tom vynahrazuje tím, že neochvějně obhajuje správné hodnoty doma. Recykluje papír, sklo a kovy, děti musely zhlédnout *Nepřijemnou pravdu*, a dokonce na dvorku kompostuje domácí odpad. Jenže vloni už nevydržel a koupil si SUV. Proč? „Na dálnici v nich jezdí všichni,“ vysvětloval. „Jsou to automobilové závody ve zbrojení.“ Kdyby zůstal ve své hondě Civic, všechny by vystavoval riziku. „Víš, jak teď lidi jezdí? Bojím se o rodinu.“ Jako pokání – alespoň než šly ceny benzínu nahoru – koupil několik emisních povolenek, což je způsob darování peněz společností, které se věnují ochraně životního prostředí, jako kompenzace za vlastní nadměrné emise oxidu uhličitého.

Podobně nachází rovnováhu jedna matka na Manhattanu, která se pokládá za „holistku“. Brání svého syna před riziky, která si spojuje s očkováním proti dětským nemocím. „Pořád ještě nevíme, co jim to dávají,“ říká, „a když budou očkováni všichni okolo, tak stejně ty nemoci nechytne.“ Chápe, že očkování požadované před započítáním školní docházky má skutečně zabránit epidemiím; jde spíš o zdraví „stáda“ než každého jednotlivého dítěte. Také je přesvědčena, že povinné očkování je spíš důsledkem lobbování farmaceutického průmyslu než nějakých komplexních lékařských studií. Aby vyhověla státem požadované podmínce „filozofické výjimky“, podařilo se jí získat dopis od rabína. Za to na základě nevysloveného quid pro quo nechala pak do sklepa svého domu ve městě zavést telefonní linku na rabínovo jméno; rabín používá účet za telefon k falšování místa bydliště a posílá své syny do dobře hodnocené státní základní školy v její nobl čtvrti, namísto do školy ve své čtvrti, kam chodí z 90 % děti z menšin. Alespoň ale může tvrdit, že je udržel ve „státním školství“.

Jeden můj kamarád z vysoké, který si nedokázal legálně ani ilegálně zajistit podobnou změnu bydliště a pracuje teď na školské správě v Brightonu v Anglii, dospěl k „nejtěžšímu rozhodnutí v životě“, že bude posílat své děti do soukromé katolické školy. Nijak zvláště nechce, aby se jeho dětem vštěpoval katolicismus, ale je to jediná alternativa k upadajícímu státnímu školství, kterou si může dovolit. Ví, že když zavrhne státní vzdělávání, připraví tak systém o další tři „dobré děti“ a jednoho potenciálně aktivního rodiče, ale nechce své děti „obětovat na oltář“ svých dobrých úmyslů.

* * *

Nejde tedy jen o moderní movité Brooklyňany podléhající tržní psychologii; lidé všech společenských vrstev činí rozhodnutí, která se přiči jejich přesvědčení, protože věří, že za daných okolností je to jediná rozumná možnost. Jako by celý svět byl svahem, po kterém proti své vůli kloužeme k sobeckým a krátkodobým rozhodnutím, která činíme spíš po způsobu akcionáře nějaké korporace než jako členové společnosti. Čím víc se budeme takto rozhodovat, tím víc budeme podporovat právě ty podmínky, které vedou k tomu, že žijeme v takto podivně nerovném, pokřiveném prostředí. V odlidšťujícím koloběhu, v němž popíráme sami sebe, děláme příliš mnoho rozhodnutí, která bychom – za ideálních podmínek – raději nedělali.

Ale podmínky nejsou ideální. Tohle rozhodování se vlastně ani neděje v reálném světě. Je to falešné rozhodování v umělém prostředí, a jsme k němu nuceni stejně jako člověk, který je přepaden. To jsme jen zapomněli, že se rozhodujeme pod důkladně promyšleným nátlakem. Myslíme si, že takhle to prostě chodí. Cena za podnikání.

Odkdy je život předurčen tímto axiomem?

Nepochybně a zdánlivě nevysvětlitelně se pohybujeme ve světě, v kterém se trh a jeho logika vnutily do všech oblastí lidského života. Od erekce k početí, od začátku školní docházky po nalezení partnera – tady všude existují produkty a profesionálové, kteří nastoupí tam, kde selhala rodina a společnost. Reklamy nás vyzývají, abychom samostatně mysleli a starali se o sebe, ale tak, že si vybereme korporaci, skrze niž budeme tuto samostatnost uplatňovat.

Někdy má člověk pocit, že se nemůže nadechnout – jako by korporátní agenda řídila všechno lidské počínání. Během okamžiku se může kterýkoliv večírek nepozorovaně změnit v propagační akci, v získávání kontaktů nebo v improvizovanou konzultaci: Rád bych znal váš názor. Tak proto jste mě pozvali? Díky placenému osobnímu podání neboli „virálnímu marketingu“ se naše osobní společenské styky stávají propagačními akcemi, kdy se obchodní značky snaží stát kultem a náboženstvím se snaží stát obchodní značkou.

Nekončí to otevřením už druhého Starbucksu na hlavní třídě nebo vysláním rozhlasové reklamy na McDonald's ve školních autobusech. Nejde o to, jak brzy se každoročně začíná s propagací Vánoc, kolik lidí ušlapou při výprodejích nebo o to, že zprávy viní za osud celé ekonomiky spotřebitele, kteří o svátcích málo utrácejí. Spíš jde o to, že vůbec nejde rozeznat rozdíl mezi reklamou a obsahem. Jako by oboje bylo vymyšleno právě takto. Není jasná hranice mezi fikcí a realitou, mezi přítelem a obchodníkem, mezi komunitou a nákupním centrem. Byla to reportáž, televizní reality show nebo sponzorovaný program?

Toto dalekosáhlé stírání hranic mezi skutečným životem a jeho komerčním protějškem není jen otázka vkusu, jakkoli se nám nemusí líbit supermarkety a velkoplošné prodejny. Spíš jde o nepříjemný pocit, že se něco zvtřlo – že došlo k něčemu mnohem horšímu, než je úvěrová krize a její následky –, a přesto se topíme v důsledcích natolik, že s tím nic neděláme, dokonce to ani nevidíme. Jsme v područí systému, který se opravdu nikomu nelíbí, nikdo si nevzpomíná, že by ho chtěl, a přesto z něj nemůže nikdo uniknout. Prostě je. A jak se kolem nás začíná hroutit, snažíme se ho za každou cenu podepřít; nedokážeme si totiž představit žádnou alternativu. Ve chvíli, kdy se nám už už zdá, že dokážeme říct, co se to s námi děje, nebo jak to vlastně vzniklo, ta jasná chvilka pomine, protože všichni a všechno se neodkladně domáhají naší pozornosti. Co to teď říkali? Co to znamená pro můj důchodový účet? Počkej – vibruje mi telefon.

Můžeme ten hermeticky uzavřený „food court“, v němž žijeme, vůbec zkoumat zevnitř? Možná ne jako celek – ale můžeme popsat jeho vývoj a rozebrat a pochopit jeho důsledky. Kdysi jsme přestali být poddanými a postupně se z nás stali občané, teď jsme však degenerovali z občanů ve spotřebitele. Naše komunity se redukovaly na zájmové skupiny a všechny projevy občanské angažovanosti nebo sousedské dobré vůle byly nahrazeny sobeckými cíli, které pro nás vymyšlejí naše korporace a jejich PR firmy. Vzdali jsme se skutečné participace kvůli mýtu o tom, jak si jako spotřebitelé můžeme vybírat, nebo – což je ještě žalostnější – kvůli mýtu o právech akcionářů.

Proto je dnes pro obhájce občanské společnosti tak módní, očištné a do určité míry i užitečné ostře vystupovat proti korporacím, které se podle všeho zmocnily naší civilizace. Jak nám ukazují nové kritické knihy a dokumenty věnované zločinům korporací, korporace jako taková je sociopatická entita vytvořená za účelem generování bohatství a jakoukoli cestou rozšiřující svůj dosah. Korporaci je etika k ničemu, zvažuje leda její potenciální dopad na styky s veřejností a image obchodní značky. Obhájci životního prostředí, práce a levice rádi zdůrazňují, že korporátní manažery je dokonce možné žalovat za jakýkoli skutek, i etický, který by ohrozil cenu akcií, za kterou jsou především zodpovědní.

Jak korporace stále více ovládají naši ekonomiku, vládu a kulturu, je jen přirozené, že jim klademe za vinu bezmoc, kterou pocítujeme nad směřováním svého vlastního i společného osudu. Je ale snadné a také úplně marné obviňovat korporace nebo zbohatlíky u kormidla – nemluvě o výkonných ředitelích s nasazenými pouty, kráslicích titulní stránku ekonomické rubriky. Totéž platí pro hypoteční makléře, šéfy oddělení kreditních karet nebo Fed. Tyto poměry nemá tak docela na svědomí nějaká elitní skupina bankéřů a byznysmenů zasedající v horních

patrech nějaké té prosklené budovy, přestože by si to každý rád myslel – včetně jich samotných. Korporace sice díky svému rozmachu a převaze svých aktivit dokázaly proniknout bezmála každou stránku našeho vědomí a činnosti, nejsou však výlučně odpovědné za nesnáze, v nichž jsme se ocitli.

Spíš je to korporativismus jako takový: logika, se kterou jsme se vnitřně ztožnili, objektiv, kterým hledíme na okolní svět, a étos, jímž ospravedlňujeme své jednání. Situace je o to horší, že přijímáme jeho nadvládu jako něco předem daného, jako předurčenou okolnost lidského údělu. Prostě je.

Jenže to tak není.

Korporativismus nevznikl přirozeně. Prostředí, ve kterém žijeme – operační systém, ve kterém běží náš sociální software –, vynalezli lidé, vychválili nám ho jako lepší způsob života, podepřeli ho mýty a nakonec umožnili, aby se rozvinul v entitu, která udržuje sama sebe. Je to mapa, která nahradila území.

Základní zákony korporativismu se zrodily již v renesanci; průmyslový věk ho urychlil; a jako lepší způsob života nám ho vnutila generace odhodlaných vůdců korporací, přesvědčených, že jim leží na srdci naše nejlepší zájmy, a kterým se tak konečně podařilo splnit si sen o tom, jak shůry vládnou masám. Podřídili jsme se ideologii, která má stejné intelektuální základy a smýšlí stejně o lidské povaze jako – nebojme se to říct – fašismus z poloviny 20. století. Toto slovo se nesprávně používá pro kdekoho, policisty počínaje a komunisty konče, a stalo se součástí laciných polemik, takže bychom se mu možná měli raději vyhnout. Jenže v tomto případě je to slovo dost výstižné, a že dnes kolem něj musíme opatrně našlapovat, by jistě velice potěšilo Goebbelse.

Současná situace připomíná zejména řízený kapitalismus v Mussoliniho Itálii. Má s ní společné totéž intelektuální dědictví (v nespokojených pokrokářích, kteří chtěli uspořádat společnost na základě vědeckého poznání lidské přirozenosti), totéž politické spojenectví (spolupráce státu a korporátního sektoru) a několik metod zajištění souhlasu (skrže PR a propagandu). Ovšem s fašismem sdílí především hlubokou nedůvěru ke svobodným lidem.

A jako v kterémkoli příběhu o absolutismu se upozorňování na nespravedlnost a zhoubnost tohoto systému chápe jako snaha rozložit společný blahobyť. Whistle-blower je mnohem horší než nějaký škarohlíd; je to nepřítel lidu.

Na rozdíl od evropských fašistických diktatur nastal tento stav poměrně nekravavě – alespoň na domácí frontě. Skutečným poučením z 20. století je, že boj o totální ovládnutí společnosti se nevede a nevyhrává prostřednictvím války a otevřenou represí, ale s pomocí kultury a obchodu. Dnešní systém už není závislý na otcovském diktátorovi nebo nacionalistické ideologii, ale na společnosti

pečlivě vychovávané tak, aby chápala korporaci a její logiku jako zásadní pro náš blahobyt, hodnoty a samu identitu.

Proto už by nás neměl strašit Velký bratr – navzdory tomu, že korporátní lobby se stále snaží očerňovat všechno, co souvisí s vládou, pokud tedy nejde o finanční pomoc určenou korporacím. Jistě, demokracie je možná starobylý artefakt dřívější éry, ale co přišlo místo ní? Navzdory zrušení principu habeas corpus, navzdory sledování občanů a občasnému porušování volebního práva není tenhle chaos chybou nějaké konkrétní administrativy nebo politické strany, ale kultury, ekonomiky a věrouky, které staví tržní priority nad život sám. Není to chyba nějaké vlády nebo korporace, zpravodajských médií nebo zábavního průmyslu, vinit je třeba prolnutí všech těchto entit do jediné, silně centralizované autority schopné tvořit zákony, vydávat peníze a prosazovat své šíření v našem světě.

Nakonec před logikou korporativismu kapitulujeme a cynicky přebíráme postoje a jednání korporací v naději, že tak vzkřísíme svou ztracenou sílu a jistotu. Ovšem prostředky, ke kterým takto získáme přístup, jsou vždy jen maloobchodními kopiemi těch skutečných. Místo abychom se stali skutečnými vlastníky půdy, stáváme se majiteli hypotéky. Namísto abychom řídili činnost korporací, stáváme se akcionáři. Než abychom udávali směr veřejné rozpravě, platíme si blog. Nemůžeme konkurovat korporacím v podmínkách, které byly vytvořeny tak, aby vyhovovaly jen jim.

Takové je prostředí korporativismu: svět, kterému nejenže dominují korporace, ale jenž je obýván lidmi, kteří přijali korporátní hodnoty za své. A dokonce i teď, kdy korporace podle všeho ztrácejí sílu, nás stahují s sebou; zdá se, že se z jejich krize vůbec nedokážeme vymanit.

Musíme pochopit, jak se to stalo – jak jsme začali žít podle obchodního modelu a v jeho zájmu. Musíme popsat, jak se začal korporativizovat život sám, a vymyslet, co s tím uděláme – pokud vůbec něco.

Najdeme sice osoby, kterým lze to či ono klást za vinu, ale většina projektantů korporativismu už dávno opustila budovu – a i oni zpravidla jednali jen s vidinou vlastních bezprostředních a krátkodobých zisků. Naším cílem by však mělo být pochopení procesu, který nás odřízl od skutečného světa, a toho, proč od něj zůstáváme odříznuti i nadále. Jedině tak snad zase získáme pevnou půdu pod nohama. Jakožto zotavujícím se obětem kultu nám více prospěje pochopení vlastního podílu na budování a udržování korporátní společnosti než obviňování našich svědčů. Jedině pak ji můžeme začít odstraňovat a nahrazovat ji něčím snesitelnějším a životaschopnějším.

O KROK VZDÁLENÁ: KORPORÁTNÍ FORMA ŽIVOTA

VÝSADNÍ OPRÁVNĚNÍ ANEB JAK NÁS ODŘÍZLI OD OBCHODOVÁNÍ

Když je nemůžete porazit...

Obchodování je dobré. Je to způsob, jak lidé tvoří a směřují hodnotu.

Korporativismus je něco úplně jiného. Korporace se sice tak úplně neliší od obchodování nebo volného trhu, ale je to velice specifická entita, která původně vznikla jako privilegium udělené panovníkem z důvodů, které měly velice málo společného s tím, jak pomáhat lidem uskutečňovat vzájemné obchodní transakce. Od samého počátku bylo účelem korporace potlačovat necentralizované obchodní výměny mezi lidmi nebo malými firmami a namísto toho přeměrovat veškerou hodnotu, kterou vytvořili, ke skupině elitních investorů.

Tento účel zakořenil do filozofie, struktury a praxe prvních oprávněných korporací tak hluboce, že dodnes charakterizuje činnost korporací i skutečných lidí. Jediný rozdíl dnes je v tom, že většina z nás, včetně korporátních šéfů, nemá ponětí o tom, čemu korporace skrytě straní, ani o tom, jak automaticky se tomu podřizujeme. Proto se musíme vrátit ke zrodu korporace jako takové, abychom pochopili, jak se zásady korporativismu prosadily coby základní společenské principy naší doby.

V evoluci korporace existovala tři hlavní stadia a každé z nich víc a víc vštěpovalo korporativismus do kolektivní lidské psychy. Korporace se zrodila za renesance, v Americe po občanské válce získala právní subjektivitu a nakonec byla ve 20. století označena za laskavého ochránce a spasitele lidstva.

Většina historických knih líčí rozvoj oprávněných korporací jako přirozený, téměř evoluční krok ve vývoji obchodování.¹ Do určité míry je to pravda.

Po pádu Římské říše se v raném středověku Evropa ocitla v chaosu. Evropané žili ve vzájemné izolaci pod nadvládou venkovských panství, která byla soběstačná a samosprávná. Feudalismus, jak byl nazván převažující politický systém, nebyl zrovna zábavný způsob života – určitě ne pro chudé venkovany, kteří tvořili většinu populace na kontinentě. Půdu vlastnili feudální šlechtici, kteří dávali lány půdy vazalům oplátkou za vojenskou loajalitu. Vazalové zase vládli chudým zemědělcům, kterým bylo zpravidla dovoleno žít z přebytků jejich úrody. Oproti Římské říši platily v jednotlivých oblastech různé zákony.

Neexistoval žádný ústřední systém obchodování, a feudální páni se tak neúčastnili dění v důležitém a rozvíjejícím se obchodním sektoru: nepodíleli se na aktivitách probíhajících mezi lidmi z různých panství i odjinud. Ve třináctém století pokročilejší technická zařízení, jako vodní a větrné mlýny, a rozmach cestování a obchodování napomohly oživení měst, která nespádala pod přímý vliv šlechty. Města se stala centrem výroby, směny a oběhu zboží a život v nich se výrazně lišil od života na panstvích a ve vesnicích. V novém městském prostředí nacházeli poddaní právní svobodu, pracovní příležitosti a místo, kde se dalo začít znovu. Obyvatelé měst se stali měšťany [*burghers*]: Tento termín se rozšířil po celé středověké západní Evropě a stal se základem pro pozdější slovo „buržoazie“ [*bourgeoisie*].

Bylo jen otázkou času, kdy měšťané zbohatnou a začnou mít potenciálně větší moc než aristokracie. Nová třída měšťanů nebyla závislá na vlastnictví pevně určené výměry půdy obdělávané chudými zemědělci a chráněné nákladnou armádou vazalů; tito obchodníci a výrobci mohli téměř donekonečna rozšiřovat výrobu, obchod i akvizice. Tržiště, kde obchodovali, se mohlo rozrůstat podle potřeby – prostě se rozšířilo za hranice městského centra. V okolí nové lokality se město dále rozrůstalo a tento cyklus pokračoval, až se město nakonec rozvinulo ve velkoměsto, které zase vyžadovalo více zboží a obchodu, a tak dál. Šlechtici usilovali o regulaci tohoto obchodování a růstu, snažili se lokální trhy kontrolovat a danit, ale lidé si vždycky našli cestu, jak taková omezení a hranice obejít.

Jedním z těch, kdo tyto hranice překračovali, byl kupec, který se vrátil na scénu zhruba ve 13. století, sloužil jako prostředník mezi městem a venkovem a zabezpečoval první články v řetězci pohybu zboží mezi výrobcem, kupcem a prodejcem. Když se nekonal trh, ševci, kováři a řemeslníci měli ve zvyku prodávat své zboží z oken ve svých dílnách. Když dovolili kupcům, aby si otevřeli vlastní obchody a prodávali jejich výtvary místo nich, získali víc času na to, co uměli nejlíp. Majitelé obchodů vlastně nic nezhotovovali, ale generovali zisk z prodeje. Zrodil se obchod pro obchod. Během několika dalších generací se tito prodejci společně

s obchodníky, půjčovatelé peněz a investory, kteří je zaštiťovali, stali jádrem městské buržoazie. Zatímco šlechta vlastnila čím dál míň půdy, docházely jí finance a umenšovala se její moc – a oslabovala i početně –, tato nová třída ryzích obchodníků měla přístup k mezinárodnímu obchodu, investicím a alternativní ekonomice.

Situaci aristokracie ještě zhoršila skutečnost, že obchodníci vyplouvali na cestu a vydělávali na bohatých zdrojích z jiných území. A zatímco se nová buržoazie začleňovala do rodícího se globálního trhu, tradiční aristokracie byla připoutána ke své půdě. Oficiální úřední moc, která jí pro poddané zbývala, se zmenšovala stejně rychle jako její bohatství, vliv a množství.

Příslušníci aristokracie hledali nějaký způsob, jak se na nové ekonomice podílet – způsob, jak investovat, aby nebyli ohroženi oni sami ani jejich dobré jméno. Pokud jde o novou třídu obchodníků, ta bezesporu urychlila a rozšířila tvorbu bohatství, což však vedlo i k vysoce konkurenčnímu a nestabilnímu obchodnímu prostředí. Po rychlém zbohatnutí mohl přijít náhlý konec; stačilo, aby se jediná loď ztratila na moři nebo oheň zachvátil dílnu. Kupecké podniky byly stále většinou rodinné a zřídka kdy podnikly víc než pár plaveb, než je přivedlo ke krachu ztroskotání lodi či jiná kalamita. Obchodníci potřebovali nějak institucionalizovat své úspěchy, dokud byli na vrcholu, právě když příplula jejich loď.

To bylo prostředí, v němž se měla odehrát renesance a zrodit nový styl obchodování. Hlavní prioritou nebylo podporovat ekonomickou aktivitu, globální spolupráci nebo koloniální expanzi, ale spíš celý tento vývoj zastavit v určité pozici a zabránit tomu, aby se obsazení hlavních rolí příliš měnilo. Ovšem zafixovat bohatství bylo teď, kdy přicházelo tolik inovací, pro každého mnohem těžší – zvláště když úspěch šel obvykle ruku v ruce s úbytkem kvalifikovaných schopností. Renesance je sice často opěvována za to, jaký důraz kladla na specializaci a odbornost, ale pravda je někde úplně jinde.

Dělba práce a specializace není totéž. Navenek to může vypadat, že ve společenství obchodníků, manažerů a pracovníků na různých úrovních panuje větší specializace než ve společenství majitelů obchodů a řemeslníků. Ovšem pro manažera nebylo nijak výhodné najímat vysoce specializované dělníky, kteří mohli požadovat vyšší mzdy. Místo toho manažeri standardizovali výrobní postupy, aby mohli najímat ty nejméně kvalifikované a nejvíce nahraditelné pracovníky. Všechny tyto obchodnické a průmyslové aktivity ani zdaleka nepodporovaly specializaci, schopnosti nebo inovace; ve skutečnosti upřednostňovaly generalizaci.

Jak rostl počet obyvatel a poptávka po zboží, začala se privatizovat otevřená krajina. To vyhnalo z domova vesnické zemědělce a tlačilo je na všeobecný trh práce. Dříve v životě vesnického zemědělce peníze skoro vůbec neexistovaly

a trhy v městských centrech šly mimo něj. Chudí zemědělci vyšli s tím, co si dokázali udělat vlastníma rukama, nebo přímo v místě směnili. Byl to život plný omezení, ale také soběstačnosti. Jak se šířila tržní ekonomika, chudý zemědělec musel svou jedinou obchodovatelnou dovednost – fyzickou práci – přeměnit v prostředek pro vlastní přežití. Důkazy tohoto druhu námezdní práce lze nalézt už v roce 1253 v Portugalsku. Stejně jako se dnes shromažďují mexičtí přistěhovalci na parkovišti před Home Depot, i tehdy existovala předem stanovená shromaždiště, zpravidla náměstí při východu slunce, kde předák zastupující zaměstnavatele nacházel nádeníky a najímal je přímo z ulice.

Manažerská třída se mezitím snažila co nejrychleji diverzifikovat své aktivity, čímž mařila jakoukoli vlastní specializaci. Jakmile si prodavač nebo námezdní dělník našetřil dost peněz, aby mohl učinit první krok do vyšších pater obchodování, jeho prvním tahem bylo najmout si někoho přesně na tu práci, kterou vykonával sám. Pak začal rozšiřovat škálu svého zboží a finančních aktivit. Čím výše vystoupal kapitalista na ekonomickém žebříčku, tím širší a pestřejší bylo spektrum jeho investic a podniků – a tím více byl odříznut od dovedností potřebných v jeho oboru a od lidí, kteří je měli a využívali.

Takže jak aristokracie, tak nejúspěšnější lidé z obchodnické třídy potřebovali nějaký nový mechanismus, aby mohli investovat svůj téměř „generický“ kapitál, který měl podobu čiré finanční a zákonné moci. Tento mechanismus musel nabídnout možnost investovat do obchodu naprosto diskrétně, anonymně, s omezenou odpovědností, pasivní participací a malou nebo žádnou odborností.

Tradiční rodinné firmy, ve kterých se na základě pokrevních svazků sdílela práce, riziko i kapitál, na tento úkol už nestačily. Chtělo to nové typy zákonů, smluv a standardizovaných měn, aby tato ujednání mohla zahrnout i další osoby z jiných rodin a regionů. První firmy tohoto typu – „komanditní společnosti“ – se zrodily ve Florencii, která měla klíčovou polohu u Středozemního moře, jakož i všeobecně přijímanou měnu – zlatý florin. Tyto předchůdkyně plně rozvinutých korporací rozlišovaly mezi ručením šéfů firem a těmi, kdo vložili kapitál a ručili jen objemem svého příspěvku. Také nebylo povinné uvádět vkladatele kapitálu na seznamu obchodních partnerů, což umožnilo šlechticům a dokonce i panovníkům mít skryté obchodní zájmy. Koncepce komanditní společnosti se rychle rozšířila po celé Evropě a financovaly se tak odvážné investice od dolů a plantáží až po kolonialistické výboje. Díky této nové možnosti, jak se diskrétně a pasivně zapojit, šlechta investování zcela propadla.

Provozovatelé těchto obrovských projektů se snažili získat ještě více kapitálu od širšího počtu regionů a společenských tříd, a vytvořili proto pokročilejší

formu komanditní společnosti s názvem akciová společnost, a ta mohla získávat investice od akcionářů na volném trhu. To uvolnilo byznys a umožnilo podnikat prakticky komukoli, kdo si dokázal sehnat investory. Byla to bezmála předzvěst vlády podnikatelů, která by bezpříkladně rozvířila strukturu společenských tříd. Nejzámožnější obchodníci teď byli stejně ohroženi zbohatlíky jako aristokracie.

Monarchie tak nakonec našla něco, co mohla nabídnout buržoazii, která ji hrozila vyhodit ze sedla.

Dítě je na světě²

I když panovníci možná neměli tak velké finanční zdroje jako akciové společnosti, měli oproti nim výhodu: centrální zákonnou moc. Jako příklad jim posloužila církev, kde fungovala tradice „sdužování [incorporating]“ skupiny mnichů do jediné entity. Panovníci uplatnili svou moc při ustanovení nového druhu privilegované oprávněné organizace – korporace. Bylo to geniální.

Korporace nebyla obchodní nebo vládní entita, ale kombinace obojího. Její vládní zastánci – panovníci – měli moc stanovit obchodní zákony a udělovat monopolní postavení; obchodní entity, které do korporace vstupovaly – oprávněné společnosti –, se těšily výsadnímu právu monopolní postavení využívat.

Panovníci udělili určité akciové společnosti zákonné výsadní oprávnění pro obchodování, čímž jí umožnili monopolně ovládnout její obchodní sektor. Tak nyní nějaká rejdářská společnost, která kdysi soupeřila s ostatními o zdroje z určitých ostrovů, se těšila výlučné, králem svěřené moci nad touto oblastí. V daném regionu nemohla obchodovat žádná jiná korporace, a dokonce i místním obyvatelům zákon zakazoval konkurovat této korporaci v čerpání zdrojů nebo prodeji zboží. Jiné korporaci se poskytl monopol ve výrobě skla; další získala pivo atd. Králové udělovali oprávnění, a mohli tak zmocnit své nejvěrnější ke stálé nadvládě nad svým koloniálním panstvím nebo hospodářským odvětvím.

Vyřešil se tak problém akciových společností s konkurencí ze strany rychle se rozvíjejících nových firem nebo místního podnikání. Na oplátku za udělení právně vymahatelného monopolu nad jednotlivými odvětvími a regiony získávali panovníci finanční podporu a podíl na zisku vysoce přesahující hodnotu jakékoli finanční částky, kterou by mohli investovat. Jak vysvětloval jeden holandský právník v dopise, kde popisoval úplně první výsadní oprávnění tohoto druhu – pro holandskou Východoindickou společnost: „Stát by se měl radovat, že existuje sdružení, které mu každoročně vyplácí tolik peněz, neboť země získává z obchodu a plavby v Indii třikrát větší zisk než akcionáři.“³

Obchodníkům, jejichž podnik dříve trval jen po dobu jediné expedice, nabízel toto uspořádání způsob, jak získat stálejší postavení, vojenskou ochranu od koruny a právo výlučně a beztretně využívat nové regiony a národy. Stejně tak důležité bylo, že nemohli přijít o víc než svou počáteční investici. „Omezené ručení“ zaručené oprávněním znamenalo, že dluhy korporace zmizely s bankrotem této korporace. A ochranu před věřiteli poskytoval stát.

Vynálezem této virtuální entity – oprávněné korporace – začaly být aristokracie a buržoazie vzájemně na sobě závislé, což změnilo charakter obou. Prostřednictvím prvních velkých obchodních monopolů, jako byly Moskevská (ruská) společnost v Anglii z roku 1555, Britská Východoindická společnost z roku 1600 nebo nizozemská Východoindická společnost z roku 1602, našli panovníci způsob, jak rozšiřovat svůj vliv bez nákladů a odpovědnosti spojených s vojenskou výpravou. Ještě lepší bylo, že pro panovníky se teď stali obchodníci spravující korporaci věrnými poddanými, závislými na koruně, pokud šlo o jejich legitimitu, ochranu a únikové doložky.

Oprávněná korporace znamenala troufalé uchvácení stálé moci a stálého bohatství, které ustavilo mezi oběma skupinami patovou situaci. Smlouvy, které panovníci a obchodníci sepisovali, nejenže zastavily slábnutí moci; zastavily i čas, protože zafixovaly soubor korporátních priorit, které se dodnes nijak výrazně nezměnily. Místo toho tyto priority mění svět a jeho obyvatele tak, aby se přizpůsobili korporátním pravidlům.

Lidé, kteří mezi sebou vždycky obchodovali, byli teď nuceni činit tak prostřednictvím monopolních sil. Veškeré kontakty mezi lidmi a firmami teď zprostředkovávaly centrální autority. Každá tvorba nebo směna hodnoty musela probíhat přes tyto centrálně zmocněné společnosti v systému vynuceném zákonem, řízeném měnou a udržovaném rozkladem všech ostatních pojítek mezi lidmi a jejich světem. Krom toho se proměnil ústřední účel podnikání – už nešlo o to, že lidé vytvářejí hodnotu, ale o to, že korporace hodnotu získávají.

V tomto novém korporátním modelu teď výdělečnost a autorita obchodní společnosti závisely na její *centralitě*. Čím mocnější byl král, tím větší oblast mohla oprávněná společnost využívat. Zatímco dříve úspěšné společnosti ohrožovaly autoritu státu, nyní ji posilovaly. Zatímco první společnosti těžily z prostředí, kde se hodnota mohla tvořit nezávisle na etablovaných mocenských strukturách, nové korporace byly *součástí* etablovaných mocenských struktur. Čím více měna, zákon a věrouka upřednostňovaly obchodování na dálku a organizované centrální mocí, tím lépe na tom oprávněné korporace byly. Obchodníci, kteří původně přišli k moci zdola, si nyní drželi své pozice s pomocí autority propůjčené shora.

Moc, kterou měli, už nezískávali postupně, v reálném čase, byla jim udělena a vykonávali ji jako zástupci panovníka; jejich obchodní praktiky už nezávisely na hodnotě, kterou by vytvářeli, ale na hodnotě, kterou získávali.

Mezitím, a skoro určitě bezděčně, získaly korporace díky svému abstraktnímu a nezávislému charakteru vlastní život a agendu. Čím více takové korporace ovládaly obchod a finance, tím víc se tyto právní a společenské systémy rozvíjely tak, aby jim sloužily. Většina obchodních a finančních inovací rané korporátní éry – byly to vynálezy, na které dodnes pohlížíme s láskou – byly ve skutečnosti jen způsoby, jak zachovat a rozšířit vliv této nové obchodní entity.

Zdraví korporace se posuzovalo výhradně penězi a měřila je nová účetní metoda podvojného účetnictví. Každá transakce byla odepsána z jednoho účtu a připsána na jiný. Následkem toho se nejvyšší prioritou stalo dosažení příznivé obchodní bilance a u všech zúčastněných to vypěstovalo mentalitu typu „když jeden získá, druhý trátí“. Z mezinárodního obchodu se stalo zuřivé soupeření států o kladnou bilanci, což vedlo k válkám, jaké svět ještě nezažil.

Zatímco se ve většině zemí armády a loďstva utvářely z dočasných vojenských oddílů zverbovaných kvůli nějakému konkrétnímu konfliktu, zrod korporací s dlouhodobými plány teď vyžadoval stále profesionální ozbrojené síly. To zase nutilo panovníky, aby shromáždili dostatečné množství tvrdé měny na udržování vojska. Korporace ochotně platily odvody na vojenskou ochranu – pokud získávaly větší vliv na vládní opatření, která je chránila před konkurencí. A tak tento kruh sám sebe posiloval.

Jak firmy i státy začaly pohlížet na svět objektivem korporativismu, z míst se stala „teritoria“, z lidí se stali „pracující“, z peněz se stal „kapitál“ a ze zákonů se stala „pravidla hry“. Ve výsadním oprávnění tohoto typu je pevně zakotvena předpojatost stranící zachování *centrální moci* státu a při současném udělení *monopolního vlivu* dané korporaci. Korporativismus. Na skutečných věcech, například na lidech, půdě a přírodních zdrojích, záleželo, jen pokud zajišťovaly, že strana aktiv v obchodní bilanci byla větší než strana pasiv. Korporativismus skrytě stranil postoji, že všechno a všechny si lze podmanit kvůli zisku. Bylo možné inkorporovat cokoli a kohokoli, dokud to posilovalo moc centrální autority, která zase podporovala monopolní postavení jí oprávněných korporací.

I vznik evropského imperialismu lze připsat tomuto novému náhledu. Nová korporativní entita nabízela odstup a omezenou odpovědnost, takže lidé, kteří schvalovali politická opatření a rozhodovali, se fakticky odřízli od osobních důsledků svého počínání. Čím méně zodpovídali za svá rozhodnutí a čím méně s nimi byli spojeni, tím menší pocítovali odpovědnost a tím méně se vystavovali

možnosti obvinění. Korporace koneckonců stejně přežily všechny jednotlivce i panovníky.

Můj utlačovatel, můj hrdina

V 17. a 18. století už panovníci o obchodní korporace, které je živily, neúnavně pečovali. Kdykoli byl státní protekcionismus příliš zjevný a poddaní nebo osadníci se vzbouřili, panovníci zmírnili omezování lidí a zájmy svých oblíbených korporací prosazovali prostřednictvím preferenčních daní a cel. Všechno se dělo skrze korporace; dokonce i slavná cesta otců poutníků do Ameriky se uskutečnila na *Mayfloweru*, lodi oprávněné Britské Východoindické společnosti, která vlastně mířila na tento kontinent už počtvrté. Tato korporace si již dříve nárokovala celé americké pobřeží, a také jí bylo uděleno. Následující vlny osadníků byly vítány čistě proto, že mohly navýšit součet „dal“ v hlavní účetní knize doma.

Východoindická společnost horečně lobbovala za zákony, které by jí pomohly potlačit jakoukoli konkurenci ze strany osadníků. Bylo to dost snadné, neboť členové královských rodin a guverněři, u kterých lobbovali, byli shodou okolností také akcionáři. Zákony zakazující osadníkům vyrábět cokoli ze zdrojů, které vypěstovali nebo vydolovali, zcela znemožnily soběstačnost nebo místní ekonomickou prosperitu. „Zákon na potlačování a trestání pirátů“ klasifikoval dovážení čaje kýmkoli jiným než Východoindickou společností jako pašování. „Townshendovy zákony z roku 1767“ a „Zákon o čaji z roku 1773“ pomáhaly Společnosti zbavit se nadbytku čaje nashromážděného v britských skladech tak, že odstranily všechna obchodní omezení a udělovaly osvobození od daně. „Žádné zdanění bez zastoupení“, bojové heslo, které vedlo k Bostonskému čajovému dýchánku, se netýkalo ani tak hlasování v parlamentu, ale spíš přijetí daňových zákonů v Británii, ze kterých měla prospěch výlučně Východoindická společnost. Americká revoluce jako taková nebyla ani tak vzpoura osadníků proti Británii, jako spíš vzpoura drobných obchodníků proti oprávněné nadnárodní korporaci, která si psala zákony.

Proto otcové zakladatelé tak pečlivě omezili dosah a rozsah korporátní moci v nově vzniklé nezávislé Americe. Oprávnění korporacím měly udělovat jednotlivé státy, nikoli federální vláda, aby jejich činnost mohli lokálně ovlivňovat ti, jichž se týkala. Od korporací se také vyžadovalo, aby dokázaly, že mají nějaký konkrétní prospěšný účel, jiný než jen vydělávání peněz – jako třeba výstavbu mostu nebo otevření vodní cesty. Zakladatelé bojovali proti zahraniční megakorporaci, neboť chápali, jaká nebezpečí jsou vlastní právě tomu typu centralizované ekonomické moci, již korporativismus vyžaduje. Stejně jako Adam Smith

i oni nenáviděli velkou vládu i velké korporace. Ideální podnikatelské prostředí by podle jejich představ charakterizovaly místní přiměřeně velké firmy a farmáři, kterým by nestály v cestě obrovské a odlidštěné monopoly. Thomas Jefferson považoval „osvobození od monopolů“ za jedno ze základních lidských práv. James Madison velebil soběstačnost a přiměřeně velké podniky. „Na tu skupinu občanů, kteří si sami zajišťují jak vlastní potraviny, tak vlastní oděvy, lze pohlížet jako na nejméně závislé a nejšťastnější. Jsou něčím víc: jsou nejlepším základem občanských svobod a nejsilnější záštitou bezpečí veřejnosti.“⁴⁴ Jako by měli v úmyslu zvrátit důsledky výsadních oprávnění vymyšlených v renesanci.

Zejména následkem obrovského zadlužení z války za nezávislost však ranou americkou politikou ovládal rozpor ohledně otázky, zda by měly mít Spojené státy podobně jako evropské státy silnou centrální vládu, způsobitou mimo jiné udělovat oprávnění ke vzniku korporací a spravovat banku. Jefferson neúspěšně prosazoval proti federalistům Georgi Washingtonovi a Johnu Adamsovi, aby Listina práv zahrnovala „osvobození obchodu od monopolů“ a aby zakazovala vybudování stálé armády. Tato debata trvala po celé další století. Jedna administrativa nebo kongres přijaly zákony zvýhodňující korporace a další vláda se je pak pokoušela anulovat. Korporace však mohly žít donekonečna, takže jen čekaly, až se změní podmínky, postoupily o krok či dva a zas čekaly dál.

Druhá velká fáze v evoluci korporátní formy života se odehrála za Abrahama Lincolna, který vybudoval svou právnickou kariéru bojem na straně železniční firmy Illinois Central Railroad a pak využil výsady bezplatného cestování vlakem, kterou mu práce pro tuto společnost skýtala, ke snížení nákladů na svou prezidentskou kampaň. S Lincolnovou pomocí získala tato železniční společnost právo zrušit odbory, najmout přistěhovalce na dobu jednoho roku oproti zaplacení jejich cesty do Ameriky a – což bylo nejdůležitější – značné smluvní výhody, které lidé neměli. Podle následné legislativy, kterou podepsal na začátku 60. let 19. století, platilo, že pokud nějaká korporace porušila smlouvu s jinou korporací, musela se jí proplatit ta část smluvního závazku, kterou dodržela. Kdyby však smlouvu s korporací porušil nějaký člověk, neměl nárok na žádnou platbu. Pravidla hry se změnila a dávala korporacím práva, která lidé nedostali.

Korporacím se přesto jedno privilegium upíralo, a sice status osoby. Kdyby se mohly korporace u soudu posuzovat jako fyzické osoby, měly by nárok na všechna práva, která Ústava a Listina základních práv a svobod zaručovaly skutečným lidem. Železniční společnosti to velice dobře pochopily a snažily se uplatnit argument statusu osoby při každém soudním případě, který vedly – ať to bylo na místě nebo ne. Právní rámec pro jejich případy poskytla korporacím advokátům

část Čtrnáctého dodatku, zaručující občanská práva bývalým otrokům. Z důvodů, které historikové nedokážou dost dobře vysvětlit, užívá tento Dodatek termín „osoby“ namísto „fyzické osoby“. Korporace tvrdily, že to má zahrnovat i jejich vlastní, nefyzickou subjektivitu. Soudy korporátní právníky za pokusy využít zákon sepsaný ve prospěch svobodných otroků ve svých rozhodnutích opakovaně káraly. Ovšem korporace byly trpělivé a oportunisticky vyhledávaly každou skulinku a mezeru v systému.

Nakonec v roce 1886 v právnickém manévru, který je stále ještě třeba přesvědčivě vysvětlit, jeden úředník Nejvyššího soudu s doloženou náklonností k zájmům korporace nesprávně shrnul právní názor v úvodních poznámkách soudního rozhodnutí v případě *Santa Clara County vs. Southern Pacific Railroad Company*. Tento úředník zapsal: „Obžalované korporace jsou osoby ve smyslu příslušné části oddílu 1 Čtrnáctého dodatku k Ústavě... který zakazuje státu upírat kterékoli osobě spadající do jeho pravomoci rovnou ochranu před zákonem.“⁴⁵ Pro toto tvrzení nebyl žádný právní základ, ani na toto téma neproběhla žádná debata mezi soudci. Ovšem od této chvíle si korporace mohly svobodně nárokovat práva fyzických osob. Čím víc bylo precedentních případů, tím hlouběji se tento zákon zakořeňoval. V následujících pětadvaceti letech se objevilo před Nejvyšším soudem tři sta sedm případů odvolávajících se na Čtrnáctý dodatek. Dvě stě osmdesát osm z nich vedly korporace, které si nárokovaly práva fyzických osob.

Povýšení korporací na osoby doprovázela odpovídající pomalá degradace lidských bytostí na něco méně než fyzické osoby. Korporace byly větší než lidé, žily déle, měly více peněz a větší vliv. Cíle, kterým stranily a ke kterým byly naprogramovány před čtyřmi stoletími – zmařit lokální aktivity, bránit konkurenci a odříznout lidi od jejich zdrojů a dovedností –, však zůstaly stejné bez ohledu na okolnosti. Odstup mezi korporacemi a lidmi nebo teritorií, které vykořisťovaly, býval původně otázkou zeměpisné polohy, třídy a rasy. Ovšem Amerika už kolonií byla a její lid vzešel z ideologie rovnosti, svobody a podnikavosti. Průmyslová éra dala korporacím novou možnost, jak vytvořit iluzi předurčeného společenského uspořádání: stroj.

Parní stroj byl původně vymyšlen k odčerpávání vody z důlních šachet, aby bylo možné se dostat k uhlí pod ní. Až do zrušení otroctví američtí průmyslníci neviděli pro tento vynález žádné využití v zemědělství nebo průmyslu, kde bylo stále primárním zdrojem energie lidské tělo. Když začalo být otroctví neudržitelné, zvládl tuto obtížnou situaci upravený parní stroj a s pomocí uhlí prováděl to, co vykonávaly podřízené lidské svaly. Začala éra, kterou dnes nazýváme průmyslovou revolucí. Uhlí umožnilo rozvoj mechanizovaných továren, rozšíření

lokomotiv a parníků, což je asi nejpodstatnější. S lodmi poháněnými uhlím mohly nově industrializované západní státy – především Británie – distribuovat vyrobené zboží do svých kolonií, jakož i posilovat vojenskou převahu a obchodní strategie, které ji doprovázely. Legislativa například vyžadovala po koloniích v Indii používat mechanizované tkalcovské stavy, takže snadno dostupná lidská práce v této oblasti nemohla mechanické náhradě z Anglie konkurovat.

Zvýšená mechanizace práce ve Spojených státech, kde měla vládnout svoboda, se ukázala být problematictější. Stroje nyní určovaly tempo, jakým lidé pracovali, a výrobní pásy dále snižovaly autonomii a lidství dělníků, neboť je přeřadily na jednoduché a monotónní úkoly. První průmyslníci jako třeba Andrew Carnegie, Henry Ford a zejména John D. Rockefeller se měli stále na pozoru před dělnickými nepokoji a nebyli proti násilí, pokud bylo nutné. Byla to špatná strategie. Razie proti odborům jen provokovaly pokrokové noviny k útokům na průmyslníky, což vedlo k dalším nepokojům, dalšímu násilí, k nechutným zásahům Národní gardy a dokonce k několika zákonům proti korporátní moci.

Jako alternativu k otevřené represi chtěli průmyslníci rozvinout kulturní étos, který by více ladil s prosperitou korporace. V jejich novém obraze světa se stroje staly modelem pro společnost a lidé byli jen převodová kolečka v nich – čím dál víc zbavování dojmu, že využívají svou technickou odbornost nebo nějak jedinečně a osobně přispívají k výrobnímu procesu. Byli nahraditelní. Funkcí průmyslové korporace bylo vytěžit hodnotu z lidské práce pro ekonomické blaho státu. To znamenalo odříznutí lidí od bohatství, které mohli vytvořit svou prací, a nahradit ho méně nákladným pocitem uspokojení nebo přinejmenším splnění úkolu.

Čelní průmyslníci proto finančně podporovali státní školy – současně dary dělnické třídě i účinné nástroje pro výchovu poddajnější pracovní síly. Najímali si reformátory, jako byl Ellwood P. Cubberly ze Stanfordu, který navrhoval systém státních škol založený na pruské metodě, jejímž cílem bylo produkovat to, čemu říkal „průměrné intelektu“, a současně „zaručit povolnost občanů“. Cubberly modeloval naše státní školy podle „továren, v nichž se má surový produkt [děti] zpracovat a uzpůsobit... podle předem daných specifikací“.

Jen samotný systém státních škol nezaručoval poddajné obyvatelstvo – vždyť z jeho řad podle všeho stále vycházeli intelektuálové, umělci, filozofové a organizátoři odborů, a kdekoli se objevili, tam snadno podněcovali nespokojenost. Konkrétně Henry Ford tuto schopnost vyvolávat nespokojenost připisoval Židům – nikoli skutečným Židům, které mohli lidé znát jako sousedy, ale abstraktnějším Židům a židovské ideologii, která řídí a ničí svět. Antisemitské útoky, jež Ford publikoval, vytvořily základ pro antisemitismus, který Hitler začlenil do své knihy *Mein*

Kampf.⁶ Hitler dokonce citoval Forda v odkazech. A i když Ford možná vykládal o nutnosti zlikvidovat Židy hlasitěji než většina jeho vrstevníků, nebyl zdaleka jediný, kdo podporoval fašismus v nacistickém stylu. Americké korporace od General Electric až po banku Brown Brothers Harriman nacisty buď přímo financovaly, nebo pro ně praly peníze.⁷ Třebaže bylo toto úsilí dobře financováno, pokus řídit svět silou ztroskotal.

Zatímco Henry Ford pilně kompiloval své nechutné brožury o moci průmyslu a o tom, jak Židé brání rozvoji korporativismu, pro vládu pracovali bystřejší propagandisté s mnohem vyššími cíli. Přestože prezident Woodrow Wilson kandidoval na znovuzvolení v roce 1916 s „mírovým“ programem, nakonec rozhodl, že se Amerika musí zapojit do první světové války.⁸ S pomocí prvních protagonistů nové vědy zvané „public relations“, k nimž patřil i mladý Edward Bernays, vytvořil Creelův výbor, jehož úkolem bylo změnit americké myšlení. Fungovalo to a posloužilo jako model toho, čemu se později mělo začít říkat masová komunikace.

Bernays a jeho přívrženci byli stejně jako Ford vážně přesvědčeni, že masy jsou příliš hloupé na to, aby za sebe samy rozhodovaly – zejména když se jednalo o globální záležitosti nebo ekonomiku. První specialisty na public relations přesvědčil Freud (Bernaysův strýc) a století války s divochy, že lidské bytosti nemožnou nikdy překonat své zvířecí instinkty. Osvícená a informovaná elita nesmí dovolit, aby si lidé vládli sami; bude rozhodovat místo nich a svá rozhodnutí veřejnosti „prodávat“ ve formě falešných populistických mediálních kampaní.⁹ Tak aby mohly masy uvěřit, že jsou to jejich názory.

Protože se Lize národů a dvěma světovým válkám evidentně nepodařilo položit základy mírového uspořádání světa, Bernays a lidé jeho ražení přestali věřit, že tuto osvícenou elitu je možné najít ve vládních úřadech, nebo že je vláda tím mocenským centrem, odkud by se měly řídit masy. Bernays tedy hledal raději v zasedacích místnostech korporací. Jestliže je demokracie podvod, proč se namáhat a podporovat její neschopné lídry? Stejně je mnohem jednodušší uspokojit spotřebitele než občany: prostě zařídte, aby lidé uvěřili, že korporace jsou velkými hybateli civilizace a že nejjistější cestou k osobní spokojenosti je spotřeba.¹⁰

Kromě toho, čím více rostl vliv public relations ve volebním procesu, tím víc bylo zapotřebí korporátních financí, aby bylo možné kohokoli dosadit do úřadu. Na konci 40. let 20. století už bylo zcela jasné, kam se ubírá moc: směrem k industriální společnosti ovládané korporacemi, která toho měla více společného s obchodováním a kapitálem než s politikou. Public relations se nakonec obrátily zády k již beztak cynické verzi demokracie a soustředily své síly na podporu

institute, o níž byly přesvědčeny, že má šanci uspět při organizování divošského světa, aniž by ji tolik obtěžovalo zasahování voličů: na korporaci.

Nebyl to nějaký záludný plán, ale nadějný model, jak ovládat lidi a jejich nepředvídatelné skupinové chování a současně udržet v chodu motor ekonomiky, aniž by výrobu a čerpání zdrojů motivovala ničivá válka. Nejlepší američtí inženýři a ekonomové se po druhé světové válce jednomyslně shodli, že obrovské pokroky, k nimž došlo ve válečné technologii, je prostě třeba uzpůsobit pro využití v poválečné éře. I když všichni, počínaje počítačovými vědci a frankfurtskou školou a konče prezidentem Eisenhowerem, varovali před nebezpečími vojensko-průmyslového komplexu propagovaného masmédií, motory výroby nešlo zpomalit jen kvůli klamným prioritám občansky angažovaných pracovníků nebo auře umělecké tvorby.

Různé podoby izolace vlastní industrializované kultury se tak už neomezovaly na oddělení vedení od pracovníků, ale postihly i odstup mezi spotřebitelem a výrobcem. Rozvoj průmyslové výroby a železničního systému pro přepravu průmyslových produktů vedl k tomu, že spotřebitelé už nevěděli, odkud přesně jejich zboží pochází, ani – a to je důležitější – neznali lidi, kteří ho vyrobili. Tyto lidi nahradila „obchodní značka“, která dávala nějakou tvář ovesným vločkám, nápojům a automobilům, jež jsme si kupovali, a která nakonec povýšila tyto komodity na idoly. Nový korporativismus využíval televizi k podněcování tužeb a továrny k jejich naplnění.

Masmédia stimulovala nový masový trh a navodila v lidech důvěru ke značkám, jež usilovaly o jejich pozornost. Marketing přes média se také stal vědou ovládanou stejnými principy a duchem jako výrobní hala. Všechno od předvádějících celebrit po znělky bylo testováno u vzorků potenciálních spotřebitelů, nakolik v nich vyvolávají pozitivní reakce. V určitém smyslu to z nás všech udělalo součástky jedné mašinérie. Zboží vyvíjeli průmyslníci, vyrábělo se v továrnách, transportovalo se po železnici nebo mezistátních dálnicích a pak prodávalo spotřebitelům, jejichž chutě předem povzbudila komerční televize. Čím závislejší byli Američané a naše ekonomika na tomto modelu, tím více se Amerika přetvářela podle jeho potřeb.

Předměstí, jako byl třeba Levittown ve státě New York, zaručovala, že každá rodina měla vlastní samostatný dům, auto a přístroje, které jim zprostředkovaly zábavu. A čím víc se spotřebitelé individualizovali – čím byli odloučenější ve svých domech na předměstí, čím izolovanější od své komunity a celkově soběstačnější –, tím více věcí museli nakupovat. Nezávislost jednoho na druhém znamenala zvyšování závislosti na firmách, jež nás obsluhovaly.

Pro ty, kdo si snad ještě pamatovali lepší časy – nebo o nich dokonce otevřeně hovořili –, byl vymyšlen nový étos, který si cení více budoucnosti než minulosti a pokroku více než nostalgie. Šéfové public relations a propagace si vypůjčili ty nejpoutavější rysy spektaklů předváděných svými nacistickými protějšky – a v některých případech tytéž tvůrce přímo zaměstnali –, aby mohli uspořádat nové podívané ve jménu americké korporace.

Světová výstava v roce 1939 a znovu v roce 1964 nabídla zážitek Ameriky budoucnosti, kde laskavá korporace uspokojí každou myslitelnou potřebu. AT&T, General Motors a U. S. Rubber Company sponzorovaly utopické pavilóny s názvy jako „Park průmyslu“ a „Avenue dopravy“. Korporace nás měly zavést do éry automobilů, do kosmické éry a dokonce do éry počítačů. Nehledě na konkrétní sponzory zde vládlo jediné společné poselství: korporativismus v americkém stylu vytvoří světlou budoucnost pro nás všechny.

Podílela se na tom i inteligence. Bývalí socialističtí akademici i nacističtí exulanti získávali snadno peníze ve formě výzkumných grantů jak od armády, tak z průmyslu, pokud se zřekli svých dřívějších společensko-ekonomických teorií a podporovali nový korporativismus. Mnozí z těchto akademiků, například James Burnham, hlásali výhody industriální „americké říše“, která stejně jako Římská říše po porobě Řecka „sice možná nedosáhne celosvětového rozšíření, pokud jde o formální hranice, ale bude rozhodujícím způsobem ovládat svět“.¹¹ Do služeb marketingu se ochotně dali čerství absolventi psychologie a shromáždili první skupiny respondentů, aby určili, jak a proč lidé nakupují věci. Pomalu, ale jistě pronikla do psýchy masy nová definice jedinice jako „spotřebitele“.

Na základě tohoto úsilí vznikly desítky teorií ekonomie, managementu, urbanistického plánování a marketingu a téměř všechny se zaměřovaly na to, aby ta či ona část průmyslového soustrojí fungovala efektivněji – aby se motivovala produkce, podpořila spotřeba a odstranily překážky. Bez ohledu na to, jak humanisticky byly formulovány nebo jak se soustředily na to, aby daly lidem, co *skutečně* chtěli nebo potřebovali, byly tyto techniky „kreativní“ jedině ve své schopnosti vyladit velký motor obchodu. Ve všech šlo jen o to, aby se vyrábělo, přepravovalo a prodávalo víc věcí s větším ziskem a za kratší dobu.

Výsledkem bylo, že naše fyzické, obchodní, duševní a osobní schopnosti a dovednosti začaly být oceňovány, jen pokud mohly sloužit trhu. A i když trh mohl být stejně tak dobrý model pro interakci lidí jako kterýkoli jiný, korporátní terén nepředstavoval spravedlivé prostředí nebo „svobodný trh“, na kterém by mohla hodnota vznikat kdekoli. Vzpomeňte si – navzdory individualistickému mýtu o volné soutěži se podmínky pro korporativismus poprvé rozvinuly v renesanci,

kdy byly zakázány místní měny v zájmu centralizovaných peněz. V USA získala centrální banka Fed za Nixonovy vlády pravomoc vytvářet peníze vzniklé z moci úřední, pravomoc, která se nezakládala na ničem než na víře ve vlastní korporátní troufalost. Znamenalo to konečné nanebevzetí centralizované tvorby hodnoty.

Obrovský potenciál počítačů a počítačových sítí, což byly technologie vyvinuté v mnoha případech inženýry, kteří doufali, že decentralizují právě ty mocenské struktury, které financovaly jejich projekty, se rychle upravil do podoby tržní příležitosti – započalo tak období prosperity v USA v 90. letech – a za své nevlastní dítě ho přijal NASDAQ (elektronický burzovní trh). Pro novou ekonomiku se vymyslela nová pravidla, podle kterých se schopnost lidí získat zadarmo přístup k interaktivní technologii nebo vytvářet hodnotu nezávisle na kterékoli korporaci dala chápat jako schopnost sítě zužitkovat dřívější „externality“. Nadšení zastánci internetového byznysu se snažili překonat nekompatibilitu všudypřítomného a decentralizovaného mediálního prostoru a dědictví nedostatkového centralizovaného peněžního systému. Všechno je „open source“ – otevřený zdroj – samozřejmě s výjimkou peněz samotných.

Místo aby nás naše technologie znovu spojily, slouží k tomu, aby nás ještě víc oddělily, a redukuje naše kontakty na virtuální pobídky. Korporace mezitím nacházejí online cestu ke ztělesnění: Chase & Co. a Coca-Cola umísťují avatary do online prostředí, jako je třeba „virtuální svět“ Second Life, a ti jsou tak stejně skuteční jako my. Někdy ještě víc, zejména když náš online život a postavení předurčuje nebo dokonce nahrazuje náš život a postavení v bývalém skutečném světě.

Instituce poslední instance, ať náboženské, nebo neziskové, se samy ocitají v otroctví marketingových technik, které používají kvůli svým korporativním rivalům. Místo aby nabízely alternativy totalitního korporativismu, dospívají k závěru: „Když je nemůžete porazit, spojte se s nimi.“ Církev si najímá konzultanty, aby jim vtiskli novou podobu ve stylu MTV, zatímco charity se přetvářejí na ziskové korporace a chtějí, aby peníze ze „sociální filantropie“ připadaly spekulantům stejně sexy jako IPO na internetu [Initial Public Offering – veřejná nabídka akcií]. Dokonce i ti, kteří chtějí svrhnout korporátní hegemonii, se ve svých kampaních podřizují logice korporativismu.

Nejenže žijeme v prostředí nakloněném zájmům korporací, korporátní logika ovládá i naše přesvědčení a aktivity. Můžeme ale uvažovat jinak, když si nikdo z nás nepamatuje, že by svět někdy fungoval jinak? Podobně jako mládež s radio-přijímači, na kterých nenaladí nic jiného než písničky z hitparády Top 40, jsme si zvykli na hudbu, kterou slyšíme, a své oblíbené melodie a hrdiny pop music si vybíráme jen z dostupného zvěřince.

Nemáme na vybranou, a jak vyrůstáme, spojujeme se s korporacemi ve jménu samotné naší identity. Jaké si kluk vybere kecky, o něm říká víc než jeho úkol ze slohu, a ke keckám také přistupuje s mnohem větší péčí. Zda skutečně dokážeme něco dělat například s emisemi skleníkových plynů, vychází výlučně z toho, jak moc důvěřujeme tvrzením Toyoty o tom, že vyvíjí auto, které za jízdy čistí vzduch. Zpětnou vazbu i participaci uplatňujeme skrze zákaznický servis, který v nás posiluje zákazníka tím, že nás jako lidské bytosti infantilizuje. Tato závislost předznamenává naši regresi a převedení rodičovské autority na naše korporace, což připomíná oddanost našich předků císařům a velekněžím.

Když některé korporace poslouží jako uznávaný nepřítel veřejnosti, vloží se do toho rychle jiné korporace, aby ztělesnily náš nesouhlas. Ford tvrdil, že zná to správné auto pro každého Američana, a společnost General Motors reagovala tak, že svá auta převlékla za značky přizpůsobené individuálním potřebám každého z nás. Stejně jako nás Microsoft děsí, že se v něm ozývají praktiky oprávněných monopolů, Apple a Google přinášejí vzrušení z iluze alternativy vycházející zdola a zaměřené na lidi. Nenávidíme Nike a milujeme Airwalk, nenávidíme Hummer a milujeme Mini, nenávidíme Nabisco a milujeme Hain, nenávidíme A&P a milujeme Whole Foods. Nebo naopak.

Ale všichni milujeme korporace.

Výměna rolí

Stoleté fungování public relations (podporovaných médií) uvedlo do pohybu něco, co by si otcové zakladatelé vůbec neuměli představit: korporativní sféru spolenou nejen se zkorumpovanou vládou, ale i s lidmi. My jsme noví napomahači, když jeden s druhým a se světem obecně jednáme prostřednictvím těchto umělých aktérů. Časem je naše chování čím dál předvídatelnější, naše životy předurčenější a zmenšuje se naše povědomí o alternativách autonomie umožněné korporacemi. Tak to prostě je, a pokud je nám známo, vždycky to tak bylo.

Čím jsme izolovanější a předvídatelnější, tím méně jsme ovšem podle všech důležitých měřítek *naživu*, a tím víc žijí vlastním životem naše korporace. V umělém prostředí korporativismu představují korporace domorodé stvoření a my jsme cizinci. Fungují lépe, než to umíme my, protože naše zákony – dokonce i naše silnice, obytné čtvrtě a politické procesy – jsou utvářeny tak, aby vyhovovaly spíš jejich činnosti než té naší. Musíme jednat jejich prostřednictvím, nikoli skrze ostatní lidi, což jen prohlubuje naši izolovanost a předvídatelnost. vzdáváme se své aktivity a ztrácíme svobodnou vůli, která z nás dělá lidi. Naše role se převrátily.

Prostředí korporativismu dává přednost sobeckému před společenským, obchodní značce před produktem a centrálnímu před lokálním. Následkem toho ochabla naše schopnost hledat a nalézat řešení – na problémy, které lze řešit jen na osobní nebo místní úrovni, hledáme odpovědi, které mají status celostátně uznávané značky. Pudí nás to k řešením, která nabízejí stejné momentální uspokojení jako spotřeba, jsou stejně okamžitá a bezproblémová jako nákup v butiku. Politické špičky mají stejnou emocionální sílu jako osvědčené obrazy, na nichž jsou založeny jejich kampaně, a jsou i podobně chatrné a nehmotné. Dokud vnímáme svět z perspektivy konglomerátů korporací, nevnímáme činnosti a příležitosti, které jsou nám dosud dostupné na lidské úrovni. Budeme dál válčit na bojišti, které bylo vytvořené tak, aby přinášelo výhodu korporátním aktérům, a současně vysiluje a odlidštuje skutečné lidi. A čím déle budeme svou činnost omezovat na tuto umělou sféru, tím více budeme toto nepřirozené prostředí mylně považovat za území určené k našemu jednání.

Korporace je významná, ale vymyšlená instituce – a její vznik měl na naše vzájemné vztahy a na náš vztah ke světu kolem nás stejně významný dopad jako vynalezení abstraktního Boha. Dalo by se říct, že vznik monoteismu nás cíleně odřízl od přírodních sil, a vznik korporace cíleně odřízl každého z nás od ostatních. A zatímco náboženské instituce a mytologie ovládaly společenskou, politickou a ekonomickou sféru zhruba prvních tisíc let naší civilizace, dnes ovládají lidskou činnost korporace a jejich mytologie.

Korporativismus je závislý především na naší izolaci. Čím méně lokální, bezprostřední a interpersonální je naše zkušenost se světem a lidmi kolem nás, tím spíš si osvojíme sobecké chování, které ničí komunitu a vztahy. Následkem toho jsme o to závislejší na centrálních autoritách, pokud jde o věci, které jsme kdysi mohli získávat od sebe navzájem; za takových okolností nemůžeme vytvářet hodnoty bez centralizované měny, význam bez celostátně známých značek, zvolit si vůdce bez podpory korporací. Následkem této závislosti jsme mnohem náchylnější ztotožnit se se směšně generalizující a na strachu založenou mytologií korporativismu. A jakmile přistoupíme na to, že tyto nové mytologie popisují skutečnost, začneme věřit, že naše umělá izolovanost je neoddělitelná od lidské přirozenosti. Když to shrneme: odřízneme se od skutečného, přizpůsobíme se našemu umělému prostředí tím, že budeme méně lidští, a nakonec budeme pečlivě vymyšlené korporátní mytologie mylně pokládat za přirozený vesmír.

Tím, že vysledujeme vývoj tohoto velkého odříznutí a odhalíme pochybené názory, o něž se opírá, umožníme sami sobě pochopit, jak se stalo, že jsme se zapojili do umělého prostředí, které je nakloněno směrem ke korporacím a odvrací

nás od naší vlastní aktivity – nebo proč ve jménu sobeckých zájmů potlačujeme své lepší já. Naštěstí, smíme-li toto slovo použít, se skutečný svět natolik vzdálil tomuto falešného modelu, že už není možné dál tuto iluzi udržet. Realita, ve které momentálně žijeme, se hroutí; barbaři stojí před branami a v ulici Park Slope jsou zloději, a majetní se zatím stále hádají, jaký to má dopad na ceny nemovitostí.

Místo abychom využili této příležitosti a znovu se spojili se světem a vrátili se ke svému potenciálu tvořit hodnoty zdola, hádáme se, jak máme oživit a refinancovat právě ty korporace, jejichž cílem je dál nás zbavovat vlivu. Když dokážeme zapomenout na Dow Jonesův index alespoň na tak dlouho, abychom si vzpomněli, co jsme zač a jaké hodnoty můžeme světu přinést, možná si dokážeme vzít zpátky svět, který jsme přenechali šestisetletému kšeftu.