

Palatitz András:

MINŐSÉGI HOZZÁFÉRÉS

JEREMY RIFKIN: THE AGE OF ACCESS:
THE NEW CULTURE OF HYPERCAPITALISM,
WHERE ALL OF LIFE IS A PAID-FOR
EXPERIENCE (J. P. TARCHER, 2000)



Egy olyan világban, amelyben a gazdasági trendeket elemzők sűrűn kényszerülnek előrejelzéseik kiigazítására, jóleső érzés egy 2000-ben kiadott könyv megállapításaiban a jelenlegi folyamatok mozgatórugóira ismerni. *A hozzáférés kora: A hiperkapitalizmus új kultúrája, amelyben az egész élet megvásárolható élménnyé válik* (Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience) cím azt sugallja, hogy technológiai oldalról láthatunk majd kísérletet a globalizáció leírására. A könyv második felében olvasott posztmodern filozófiai, lélektani változásokra és a kultúrateremtés jelentőségére visszavezetett szofisztikált globalizációkritika így meglepetésként érheti azt az olvasót, aki a technológia mámorában élő, korrajzzal kísérletező népszerű publicisták gondolatmenetéhez hasonlót vár (Friedman 2006).

A szerző, Jeremy Rifkin a washingtoni székhelyű Gazdasági Trendkutató Alapítvány alapítója és jelenlegi elnöke, egy olyan szakterület képviselője, amely az Egyesült Államokban jelentős forrásokkal gazdálkodhat, és melynek eredményeit az üzleti világ stratégiai célkitűzései kialakítása során előszeretettel fel is használja. Rifkin 1993 óta tart előadásokat vállalatvezetőknek a Wharton School vezetői oktatási programja keretében a technológia és a tudomány globális gazdasági, társadalmi és környezeti hatásairól. Így nem meglepő, hogy *A hozzáférés kora* a kapitalizmus szívéből, a multinacionális vállalatok marketingtevékenységéből vezeti le a társadalmi, gazdasági változásokat. Igazi multidiszciplináris mű, hiszen Rifkin merít a filozófia (Martin Heidegger), a szociológia (Manuel Castells), a jövőkutatás (pl. James Ogilvy) eredményeiből, de legfőképp az üzleti világ gurujai által tett megállapításokat idézi, s igyekszik azokat integrálni, hogy egy egységes világképet alakítson ki.

Érvelésének középpontjában a kapitalista gazdaságok alapját képező piaci és tulajdonviszonyok változásának elemzése áll. A tulajdonviszonyok átalakulását a szerző elsősorban a termelés dematerializációjához köti. A külkereskedelem hozzáadottérték alapú összegzése, a miniatürizálás vagy a just-in-time rendszerű termelés mind a fizikai kibocsátás súlyvesztéséhez vezetett. Az előrejelzések szerint 2050-re a fizikai termelést a felnőtt lakosság mindössze 5%-a képes lesz lebonyolítani. Ennek köszönhetően Rifkin a szolgáltatásokat, és még inkább a szimbólumokat, élményeket és virtuális valóságokat kínáló iparágak térnyerését vetíti előre. Idézi B. Joseph Pine és James Gilmore vezetési tanácsadók javaslatát: „... az Élmények Gazdaságában a vállalatoknak észre kell venniük, hogy többé nem termékeket gyártanak, hanem emlékeket” (Rifkin 2000: 145).

A tulajdonviszonyok változását a termékciklusok rövidülése következtében fellépő fogyasztói türelmetlenséggel magyarázza. A hagyományos, megtakarításon alapuló és évek alatt létrejövő tulajdonviszonyok helyett alternatív tulajdonosi szerkezetek terjedtek el. Ezt a folyamatot fokozta a foglalkoztatás folyamatos újratervezése az alkalmi és távolsági munkavállalók alkalmazásával. A lízing, a bérleti szerződés, a franchise, az outsourcing

és a hozzáférési jogok kereskedelme mind a vállalatok, mind az állampolgárok számára egyre inkább felváltják a sokkal rugalmatlanabb költségvetési tervezést engedő modern kapitalista tulajdonviszonyokat.

Rifkin elemzése nagy segítséget nyújt a jelenlegi társadalmi, gazdasági folyamatok megértéséhez. Olyan változások gyökereit keresi, melyek lehetővé tették: a jelenlegi hitelválság kialakulásához vezető, a megtakarítások visszaeséséből fakadó hitelexpanziót; a vállalati kötöttségeket lebontó, gyors működőtőke-áramlást lehetővé tevő ingatlanokhoz, vagy egyéb nagy értékű beruházásokhoz fűződő tulajdonviszonyok átalakulásából eredő hálózatalapú vállalati működést; a személyes érdekelttség megszűnését, vagy a projektalapú tervezést. Különösen figyelemreméltó észrevétel a tulajdon fizikai valóságának súlyvesztésére vonatkozó gondolatmenet. Többé már nem magára a tárgyra vágunk, hanem megelégszünk a rövid távú hozzáféréssel is. Így az Egyesült Államok ingatlanpiacán beálló keresletcsökkenés, ami hitelválsághoz vezetett a bérelt ingatlanok számának növekedésével is magyarázható.

Ami a piac szerepének változását illeti, Rifkin a földrajzi kötöttségek alól már rég felszabadult, virtuális pénz által közvetített, hálózatokba rendeződött cserekapcsolatok térhódítását hangsúlyozza. A teleshop, az internetes vásárlás és a telemarketing olyan jelenségek, melyek a piac teljes virtualizációját eredményezik. Arról nem is beszélve, hogy a vállalatok „hollywoodi szervezeti modell” szerint konglomerátumokba és iparági érdekcsoportokba szerveződött struktúrája egyre inkább fellazítja a hagyományos, weberi szervezeti struktúrákat. Kötött szabályok és eljárások helyett gyorsan alkalmazkodó, profitorientált, agresszív terjeszkedésű üzletpolitikát folytató multinacionális vállalatok váltak tömegek ízlésének meghatározóivá.

Az *Age of Access* a kapitalizmus olyan új változatát vázolja fel nekünk, amelyben a tőkés szerepét átveszik azon kultúrateremtő vállalkozások, melyek a fogyasztói igények folyamatos nyomán követésével és befolyásolásával szabályozni tudják a szolgáltatásokhoz való hozzáférést. A világ már nem materiális értékek szerint rendeződik hierarchiába, hanem tapasztalatok, kreativitás és alkalmazkodóképesség mentén.

Az 1980-as, 1990-es évek deregulációs folyamatait követően a tömegközlekedés, a közszolgáltatások és a telekommunikáció liberalizációjával az emberi élet szinte minden területe nagyvállalatok befolyása alá került. Így nem meglepő, hogy Rifkin az állami szerepvállalással alig foglalkozik és egy olyan világot mutat be, amelyben a multinacionális vállalatok éppen az emberi tevékenységek utolsó, gazdaságtól független bástyáját, a kulturális életet ostromolják. Beköszöntött a „kulturális kapitalizmus kora”. Itt viszont egyértelművé vált, hogy Rifkin nem egy, átfogó elméleti paradigma felállítására törekszik, csupán a kapitalista rendszer termelő-fogyasztó viszonyával foglalkozik, figyelmen kívül

hagyva még a neoliberais globális törekvések ellenére is jelentős szabályozó szereppel rendelkező kormányzatokat.

„Képzeljünk el egy világot, ahol a családi kapcsolatokon kívüli gyakorlatilag valamennyi tevékenységünk megvásárolt élménnyé válik, egy világot, ahol a hagyományos kölcsönösségen alapuló kötöttségeket és elvárásokat szerződéses viszonyok váltják fel, tagdíjak, előfizetések és belépési díjak formájában” (i. m.: 9). Rifkin bevezet bennünket egy olyan szürreális világba, ahol az élet szinte minden területét – az utazást, a sportolást, a szórakozást, az egészséget, a divatot, a táplálkozást, sőt még a társadalmi érintkezések formáit is – nagyvállalatok tudatos marketingtevékenysége határozza meg. Ez a marketingmix már az állampolgárok születésétől halálig tartó fogyasztási potenciálján alapul, személyre szabott, modern telekommunikáción keresztül adagolt virtuális térben zajlik. A hagyományos eladó-vásárló viszonyt felváltotta a szolgáltató-felhasználó kapcsolat, ahol a vállalatok gyakorlatilag ügynökként menedzselik mindennapjainkat.

Ez a világ ugyanakkor a bevásárlóközpontok és a kerítéssel körbevett lakóparkok kora is; olyan mesterséges városrészek váltak az emberi szabadidő és társadalmi érintkezések tereivé, amelyekben a szabályokat már nem egy esetleg szociális kérdéseket is figyelembe vevő autoritás alakítja, hanem ingatlanberuházókból álló csoportok szabják meg az épületeikben eltöltött idő minőségét meghatározó körülményeket.

„Gondoljunk csak bele, egy nap arra ébredünk, hogy létezésünk megvásárolt elemekből álló ügyletté vált, hogy életünk maga lett a vásárlási élmény” (i. m.: 96). A vásárlási élmény fenntartásához és fokozásához pedig a vállalatoknak állandóan figyelemmel kell kísérniük a fogyasztói magatartásban bekövetkező változásokat. Persze nem elég csak az alternatív közösségekben megjelenő új divatirányzatokat észrevenni – azokat kreálni is lehet. Egy átlagos amerikai állampolgár 3500 hirdetési jellegű üzenettel találkozik naponta. És amikor már sikerült a fogyasztók ízlését egy bizonyos irányba terelni, a vállalatoknak nincs más dolguk, mint lojálissá tenni őket. Különböző klubok, rendezvények, vállalati találkozók és levelezőlisták segítenek az élethosszig tartó függés kialakításában. Ugyanakkor Rifkin felhívja a figyelmet arra az ellentmondásra, hogy az ezen klubokba való tartozás, a hozzáférés a személyes függetlenség, a többé nem tulajdonon alapuló autonómia biztosítékává vált. A kérdés tehát az, hogy milyen jellegű szabadságot biztosít az élmények gazdaságában való aktív részvétel.

A választ Rifkin abban a lélektani változásban találja meg, amelyet a posztmodern filozófusok az elmúlt ötven év során igyekeztek minél árnyaltabban bemutatni. A társadalmi, gazdasági változások posztmodern emberképre való visszavezetése talán a könyv legérdekesebb része. Központi gondolata, hogy a pusztán megfigyelés a szubjektivitáson keresztül módosul, elvezet a különböző realitások között otthonosan mozgó ember képéhez. A szabadság nem egy eszmény többé, sokkal inkább egy minőségétől megfosztott

játéktérhez hasonló közeg, mely az azonnali boldogság lehetőségét kínálja. Így nem meglepő, hogy a számítógépek és az internet korában szocializálódó első generáció valóságfelfogása könnyen alakíthatóvá vált. Ezzel párhuzamosan a tárgyak és szolgáltatások fogyasztása helyett a dot-com generáció már kultúrát és tapasztalatot fogyaszt. Az egyéniség ugyanis annyira előtérbe került a globális színház játékaiban, hogy a termékek önmagukban már nem töltik el elégedettséggel fogyasztójukat.

Rifkin leírása mindenféle érzelmi töltettől mentes, könnyen értelmezhető, vállalatvezetők számára készült útmutatásként. Azonban a könyv második felében a szerző kiközent bennünket ebből a virtuális világból. Elindul a kinnrekedtek felkutatására. A globalizáció hívei a technológia bővületében büszkén hirdetik kreált világuk mindenhatóságát, és ügyet sem vetnek az emberiség négyötödét kitevő fizetőképtelen tömegre. A 80–20-as szabály érvényesül a magánfogyasztás terén: az emberiség legtehetősebb 20%-a felel a világszintű fogyasztás 86%-áért. Rifkin könyve arra hívja fel a figyelmet, hogy a hozzáférés korában nem mindenki rendelkezik „jelszóval” – azaz az élmények gazdaságába való belépést biztosító anyagi forrásokkal –, a kultúrateremtés ugyanakkor az egész világnak szól.

„A történet többé nem a médiumhoz való csatlakozásról, hanem a médiumon keresztül a kultúrához való hozzáférésről szól” (i. m.: 234). Ennek a hozzáférésnek a biztosítása Rifkin szerint a kormányok feladata, de mivel a kapuk őrzői többé nem állami vagy vallási intézmények, ennek a feladatnak az ellátása eléggé kétségessé vált. A termékek és a tulajdonok cseréje során a hozzáférés ellenőrzése a piac hasonlóan fontos funkciójává vált, mint Adam Smith „láthatatlan keze”. Ugyanakkor a kapuőrzői funkció nem csak a piaci folyamatokat befolyásolja, hanem a társadalmi érintkezések alakulására is hatással van. A szerző a gazdasági élet és a társadalmi viszonyok összefonódását hangsúlyozza.

Rifkin példaként említi a „szovjet birodalom” bukását követő „szociális tőke” hiányának jelentőségét. Rámutat arra, hogy egy egységes és erős társadalom alapfeltétele az egészséges gazdasági életnek. Álláspontja jól példázza, hogy a neoliberaisok és neokonzervatívok feltételezéseik általában pont fordítva működnek az egészséges gazdaság és a közösség egymásra gyakorolt hatásaival kapcsolatban. Érvelésében abból indul ki, hogy a társadalom bizalma alapfeltétele egy jól működő gazdaságnak. Ezen gondolatmenet a mai hitelválság során mind hazai, mind nemzetközi viszonylatban különösen érvényesnek bizonyul.

„Ha a kapitalista rendszer a kultúra további jelentős elemeit is uralma alá hajtja, a kultúra elérhet egy olyan ponthoz, amikor már nem tudja a gazdaság egészséges működéséhez szükséges szociális tőkét biztosítani” (i. m.: 245). A kultúra és a gazdaság fenntartható egyensúlyának biztosítása Rifkin szerint ezért az elkövetkező évtizedek legnagyobb politikai kihívása lesz. Így kiemeli az oktatás, különösen a társadalmi felelősségvállalásról szóló képzés jelentőségét.

Rifkin Mahátma Gandhit idézi: „Nem szeretném a házamat minden oldalról fallal venni körbe. Szeretném, ha a kultúra a világ minden tájáról olyan szabadon fújna be az ablakomon, amilyen szabadon csak lehet. Viszont nem engedem, hogy bármelyik irányból is lefújjon a lábamról” (i. m.: 259). Pont ezzel a problémával kell szembenéznük a virtuális térhez csatlakozó milliiónak. Rifkin ezért az oktatás és az állam felelősségét hangsúlyozza, valamint kiemeli a civil társadalom megerősödésének igényét.

Az *Age of Access*-ben bemutatott folyamatok az elmúlt évek során csak tovább erősödtek. A Rifkin által bemutatott világot már könnyen felismerhetjük magunk körül. A könyv elolvasása azonban nem csak abban az esetben lehet hasznos, ha a fogyasztói igényeket szeretnénk befolyásolni, hanem ha – mint a kultúra fogyasztói – intellektuális élményre vágyunk. Rifkin viszont a társadalmi kapcsolatainkat alakító egyéni felelősségünket hangsúlyozza, a hozzáféréseken túl a minőséget emeli ki: „A kérdés nem csak az, hogy ki nyer hozzáférést, hanem inkább az, hogy milyen jellegű élményekhez és világhoz szeretnénk ezt a hozzáférést megkapni” (i. m.: 266).

HIVATKOZOTT IRODALOM:

Friedman, Thomas L. (2006): És mégis lapos a Föld. A 21. század rövid története. HVG Rt.

Rifkin, Jeremy (2000): The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism. Where all of Life is a Paid-For Experience. Tarcher.