

Lõputute ihade ajastu

08.02.2014 00:00

Kadri Veermäe, välisuudiste toimetaja

Prindi

Kaasaja ühe tuntuma mõtleja, sotsioloog Zygmunt Baumani hinnangul tuleks ära lõpetada SKT sidumine õnnega ja leida uusi lahendusi.

Te olete väitnud, et viimase 200 aasta jooksul oleme välja arendanud mõtte, et vastus kõigile meie probleemidele on SKT kasv. Palun selgitage lähemalt!

See on väga lihtne. Kui minna tagasi 19. sajandisse, olid kõik kõige võimsamad mõtlejad samal arvamusel. Nad uskusid, et kaupu pole tarvis toota inimihade või -fantaasiate, vaid inimvajaduste rahuldamiseks. Erinevalt fantaasiatest, ihadest või soovidest on vajadused lõplikud. Saab isegi välja arvutada, kui palju kaupu inimesed vajavad, et kõik nende vajadused oleks rahuldatud. 19. sajandi mõtlejate vaade oli selline: peame arendama välja tehaseid, sest kaasaja tootmisvahendid pole inimeste vajaduste rahuldamiseks küllaldased. Kuid see on ajutine ärritaja, me peame tootmist tõstma ja arendama ainult seni, kuni jõuame inimeste vajaduste tasemeni. Kui see on saavutatud, on tulemuseks stabiilne majandus, mis end iga aasta üha uuesti kordab.

19. sajandi lõpuks oli tarbimisühiskonna majandus leiutanud uue mooduse kasumi kasvatamiseks ja selle jätkusuutlikkuseks. Nimelt ei võetud eesmärgiks mitte inimvajaduste rahuldamine, vaid rõhk suunati ihadele. Erinevalt vajadustest on ihad paindlikud, neid võib paisutada. Kui näiteks abielluda, siis tekib inimesel tung minna poodi asju ostma. Õnnelikkust püüdes pole tahtmistel piire. Ükskõik, kui õnnelik olla, veel rohkem õnnelik saab alati olla. Ja nii tekib iha olla üha rohkem, veel rohkem, aina rohkem õnnelik. Kui see juhtub, oleme liikunud tootjate ühiskonnast tarbijate ühiskonda. Nüüd sisaldavad unistused elada külluslikku, uusi asju täis elu, meelt lahutavat elu, iga päev ja kogu aeg üha uusi aistinguid pakkuvat elu. See on praegu meie majanduse mootor.

Iga uue ühiskondliku probleemi kerkimisel arvame, et vajalik on SKT kasv. Miks ma seda väidan? Uued probleemid tähendavad seda, et uued inimesed sisenevad turule ning nemad tahavad ka elada samasugust rahuldavat ja rõõmsat elu nagu teisedki ja panevad asjadele rohkem rõhku. Siis luuakse kunstlikult uusi ihasid, iPhone on selle kohta hea näide: on olemas iPhone4, siis tuleb juba iPhone5.

Täiesti kunstlikult tekitatud vajadus, iPhone4 on väga truu, töökindel, töötab perfektselt hästi, rahuldab kõiki suhtlemisvajadusi. Kuid kuna sulle näidati uut vidinat, siis kohe hüppad selle järele. Äkki ihaldad seda väga, ja ilma igasuguste südametunnistuspiinadeta võtad oma truu iPhone4 ja viskad selle prügikasti, et saaks asja välja vahetada. Ja sel kombel seda just tehaksegi. Ravimitootjad levitavad jällegi paanikat, et uus väga ohtlik haigus on leiutatud või et on olemas tervislik seisund, mis on küll ebameeldiv, aga millega on võimalik elada ja mille puhul ei tule pähegi, et seda peaks arstima. Ja järsku kuuled, et no nii, tegu ei ole normaalse olukorraga, vaid erandliku patoloogilise juhtumiga ja seda peab ravima.

See teadaanne langeb kokku teise teadaandega – oleme leiutanud suurepärase ravimi selle ja tolle ja kolmanda vastu. Nii et iha ja produkt toodetakse samaaegselt. Päev varem polnud sul aimugi, et sul seda tarvis on. Aga kui sa ühel hetkel näiteks kuuled, et sul võiksid olla senisest pikemad ja tihedamad ripsmed ning kõik ihaldavad seda, siis miks mitte neid saada? Pikemate ripsmete mittesoetamine hakkab sulle endale haigusena tunduma, sest sa tead, et selle tõve jaoks on olemas ravi. Just seda ma mõtlesingi.

Kas teile tundub, et sellisest õnnelikust tarbimistsüklist on võimalik vabaks murda?

See saab kindlasti valulik ja raske olema. Võib küll õnnelikult elada, teadmata, et on olemas uusi kergemaid mooduseid asjade tegemiseks. Võtame näiteks pesumasina. Peaaegu pool minu elu möödus

ühiskonnas, kus ei olnud pesumasinaid. Ma mäletan, et mu ema pesi iga nädal pesu ja ma aitasin teda nii, kuidas sain. Kui aga masin oli ükskord leiutatud, unustasid inimesed vanad oskused ära – miks nad peaksid enam neile tähelepanu pöörama. Nad ei suuda ette kujutada elu ilma pesumasinata. Ja kui see läheb katki, siis on tragöödia, pead selle asendama, uue ostma, leidma töömehe, kes selle paigaldab. Nõnda see käib.

Oskuste hülgamine läheb lihtsalt, uute oskuste õppimine on aga keeruline. Tuleb end repositsioneerida selle lõputu tarbimise kasvu suhtes, stabiliseerida tarbimist, tuleb leida sotsiaalsete probleemide ja teele õnne juurde muid lahendusi kui tarbimise suurendamine. See on ülesanne, mis ei saa kerge olema, kuid see saab lõpuks tehtud.

Kuid kui mitte teada, et turul on midagi uut ja paremat, ei saa seda ka tahta, sest ei saa tahta midagi, mida sa ei tea, et tahad.

Irratsionaalne desinformatsioon on tohutu. Inimesed on kokku arvutanud, et ühe päeva jooksul kogetav reklaamide hulk ulatub sadadesse. Kui kõndida tänaval, näed reklaami, kui lülitad televiisori sisse, tuleb reklaami, kui minna Google'isse või Facebooki, tuleb reklaami. Need on igal pool ja üha uuesti, meid pommitatakse. Mõttekäik selle taga on, et sellise reklaamipommide massi puhul lõikub üks neist lõpuks teadvusse ning sa peatud ja mõtled: oh, just, sellist asja tahan ma väga saada. Nüüd, kui ma lõpuks tean, et nad seda toodavad, pean ma minema ja selle soetama.

Sama põhimõtte järgi on konstrueeritud kaubanduskeskused. Lähed näiteks sinna uut särki ostma, kuid särgipoeni jõudmiseks pead läbima palju-palju teisi poode, kus on imeilusad asjad välja pandud, ilus ja erutav muusika voogab poest välja, mõnikord on isegi head lõhnad seal. Ja see viib romantilisse meelestatusesse. Ja sa vaatad ringi ja näed asja, mida sa näed esimest korda elus. Miks mitte siseneda ja seda proovida? Lähed poodi, proovid, ostad ära.

See toimus kõik impulsi põhjal, isegi soovi polnud mängus. Polnud aegagi, et iha välja arendada. Iha vajab kultiveerimist. See ongi kaubamajade kogu mõte – inimesed tulevad sinna, et end huvitavatele tunnetele paljastada, ja paljastatud olekus võivad nad lasta end ära võrgutada. Nad kulutavad raha ja toovad mõne järjekordse objekti koju, võib-olla kasutavad seda, võib-olla mitte, kuid soetusakt ise pakub naudingut.