

***F. S. Michaels***

**MONOKULTURA**

*Kako je ekonomska logika  
preglasila vse drugo*



*F. S. Michaels*

# **MONOKULTURA**

*Kako je ekonomska logika  
preglasila vse drugo*

*Prevedel: Sandi Kodrič*

**UMco**

UMco, Ljubljana, 2013

**F. S. Michaels**

**MONOKULTURA**

*Kako je ekonomska logika preglasila vse drugo*

**MONOCULTURE**

**How One Story is Changing Everything**

© za besedilo: F. S. Michaels 2011 in UMco d. d., 2013

This translation of Monoculture: How One Story is Changing Everything  
is published by arrangement with Red Clover Press.

Prevod te knjige je izšel v dogovoru z založbo Red Clover Press.

*Prevod: Sandi Kodrič*

*Izdajatelj in založnik:*

UMco d. d. / Zbirka Angažirano

*Glavni urednik: Samo Rugelj*

*Pomočnica urednika: Renate Rugelj*

*Oblikovanje ovitka: Žiga Valetič*

*Lektura: Mira Turk Škraba*

*Postavitve: Tina Šebenik*

*Tisk: NTD d. o. o.*

*Naklada: 400 izvodov, 1. natis*

*Ljubljana, 2013*

Knjižno delo je izšlo v okviru knjižnega programa,  
ki ga sofinancira Javna agencija za knjigo Republike Slovenije.

Brez pisnega dovoljenja založbe je prepovedano reproduciranje, distribuiranje, javna  
priobčitev, predelava ali druga uporaba tega avtorskega dela ali njegovih delov v  
kakršnem koli obsegu ali postopku, skupaj s fotokopiranjem, tiskanjem ali shranitvijo v  
elektronski obliki, v okviru določil Zakona o avtorski in sorodnih pravicah.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

008:33

MICHAELS, F. S.

Monokultura : kako je ekonomska logika preglasila vse  
drugo / F. S. Michaels ; prevedel Sandi Kodrič. - 1. natis. -  
Ljubljana : UMco, 2013. - (Zbirka Angažirano)

Prevod dela: Monoculture

ISBN 978-961-6803-69-4

266717440

**UMco d. d.**, Leskoškova 12, 1000 Ljubljana  
tel.: 01/520 18 39, e-pošta: bukla-urednistvo@umco.si, www.bukla.si

# VSEBINA

1. KAJ JE MONOKULTURA	9
2. EDINA ZGODBA	13
3. NAŠE DELO	23
4. NAŠI ODNOSI S SOLJUDMI IN Z NARAVO	33
5. NAŠA SKUPNOST	43
6. NAŠE ZDRAVJE IN DUHOVNOST	55
7. NAŠE IZOBRAŽEVANJE	71
8. NAŠA USTVARJALNOST	79
9. UČINEK MONOKULTURE	89
10. NAJTI DRUGO POT	97
EPILOG	109
OPOMBE	113
BIBLIOGRAFIJA	149
IMENSKO IN STVARNO KAZALO	169
O AVTORICI	181



*Prav lahko je pozabiti, kako skrivnostne in mogočne so zgodbe. Svojo nalogo opravijo v tišini, nevidno, in izkoristijo naš razum in naš jaz. Postajajo del nas, obenem pa nas spremenijo. Pazite se zgodb, ki jih berete ali pripovedujete; pretanjeno, ponoči, pod plaščem zavesti spreminjajo vaš svet.*

– Ben Okri





# 1

## KAJ JE MONOKULTURA

*Nikoli ne gre samo za golo zgodbo. Zgodba je vedno nabita s pomenom. Če zgodbo poznamo dovolj dobro, da jo lahko pripovedujemo naprej, potem z njo prenašamo pomen.*

– Robert Fulford

Zgodovina našega mišljenja in ravnanja, pravi filozof iz 20. stoletja Isaiah Berlin, je večinoma zgodovina dominantnih idej. Na površje našega zavedanja priplava neki motiv, ki pritegne domišljijo za generacijo ali dve in izoblikuje naše celotno življenje. Katero koli civilizacijo pogledamo, nadaljuje Berlin, bomo našli prevladujoči življenjski vzorec, ki se pojavlja kar naprej in zaznamuje tisto dobo. Zaradi tega vzorca se nekatere ideje razširijo, druge pa porazgubijo. Če zmoremo prepoznati prevladujoči vzorec posamezne kulture, je verjel Berlin, lahko pojasnimo in razumemo, kako so ljudje razmišljali, čutili in delovali v tistem zgodovinskem obdobju.<sup>1</sup>

Prevladujoči vzorec v neki kulturi je njena vodilna zgodba – to je tista pripoved v družbi, ki preglasi vse ostale, ubija raznolikost in razvija monokulturo. Kadar smo znotraj take vodilne zgodbe v svojem času, smo nagnjeni k temu, da sprejemamo njeno definicijo resničnosti. Nezavedno verjamemo enim stvarem in nezavedno zavračamo druge. To

je moč monokulture; lahko nas usmerja, ne da bi se tega zavedali.

Sčasoma se monokultura razvije v skoraj nevidni temelj, ki uokvirja naša življenja in nam daje vedeti, kako deluje svet. Vpliva na našo presojo, kaj je normalno in kaj lahko pričakujemo od življenja. Usmerja naše življenje v določeno smer in nam postavlja trdne meje, znotraj katerih ostajamo, ne da bi se zavedali tega. Uči nas, naj se bojimo drugih zgodb in jim ne zaupamo. Druge, alternativne zgodbe namreč že s samim svojim obstojem izzivajo njeno moč.

Zato se nas lahko poloti vznemirjenje, ko monokulturo prepoznamo in se je zavemo, kajti s tem razgaljamo svoje bistvo in razloge, zakaj živimo tako, kot živimo. Če pa, po drugi strani, ne uvidimo, kako monokultura vpliva na nas, potem nam grozi, da bomo dan za dnem sprejemali odločitve, ob tem pa se ne bomo zavedali, katere izbire so nam sploh na voljo. Brez jasnega razumevanja monokulture težko v celoti razumemo potek svojega življenja. Toda ko enkrat sprevidimo, katera skupna verovanja in predpostavke tvorijo prevladujoči vzorec našega časa, lahko odkrijemo njegove posledice in se sami odločimo, ali res želimo živeti po njegovih načelih.

Monokulture in njihove vodilne zgodbe nastajajo in ugašajo. V sedemnajstem stoletju, na primer, se je vodilna zgodba začela vrteti okoli znanosti, strojev in matematike. Napredek na področjih biologije, anatomije, fizike, kemije in astronomije je bil glasnik naraščajočega pomena znanosti. Ljudje so začenjali verjeti, da je skrivnosti sveta mogoče odkrivati s pomočjo matematike, da zakoni fizike uravnavajo gibanje predmetov in se živa bitja da sistematično razvrščati po raznih primerjalnih kriterijih. Življenje je bilo razumljeno kot niz vprašanj z ugotovljivimi odgovori in svet je postal metodičen in natančen. Tako se je rodila znanstvena monokultura.

Ta je bila korenito drugačna od verske monokulture, ki je vladala pred tem. Kdor je živel v Evropi 16. stoletja, je verjetno na svoje življenje gledal skozi prizmo religije in praznoverja. Ljudje so verjeli v angele in demone. Ko je Galileo nasprotoval naukom katoliške cerkve z zatrjevanjem, da je središče našega osončja Sonce in ne Zemlja, je bil proglašen za heretika in obsojen na dosmrtni hišni pripor. Izobčenost iz cerkve in prekletstvo človekove duše sta bili za ljudi resnični grožnji. Za svoje grehe ste se dobesedno lahko odkupili in si zagotovili postanek v vicah. Duh tedanjega časa je bila vera.

Monokultura ne pomeni, da vsi verjamejo v iste stvari ali da se obnašajo popolnoma enako, pač pa, da se sčasoma razvijejo skupna načela in predpostavke, ki usmerjajo naša življenja. In ker monokultura po navadi ni razločno opredeljena, vse dokler je ne zamenja neka druga, nova, jo spoznavamo s preizkušanjem in učenjem iz napak. Nekako znamo razločiti obrise vodilne zgodbe, kljub temu da nam je nihče ni izrecno povedal in da nam njena pravila niso povsem jasna. Vseeno pa vemo, kaj se od nas pričakuje pri delu, v družini in družbi – čeravno se včasih zavestno odločimo, da ne bomo ravnali po pričakovanjih. Ta pričakovanja kar obstanejo – vse dotlej, ko sami spoznamo, da si želimo, da bi bilo drugače, pa ne znamo pojasniti, kako drugače.

Čeprav so monokulture prepričljive in prodorne, pa vseeno niso nepremagljive. Na koncu se človeštvo iz monokulture in njene vodilne zgodbe izvije, saj v resnici nismo tako enodimenzionalni, kot trdi vsakokratna vodilna zgodba. Človeška izkušnja je širša in globlja od enega samega vodilnega motiva. Zato prej ali slej zahrepenimo po tistem, česar nam monokultura ne daje in ne more dati. Ko jo znamo prepoznati, lahko sami presodimo, ali je v našem življenju koristna ali pa jo želimo preseči in zaživeti s širšim naborom vrednot. Šele ko jo poznamo, jo lahko pustimo za seboj.

V današnjem času, zgodnjem 21. stoletju, monokultura ne vključuje znanosti, strojev ali matematike, še manj vključuje religijo ali praznoverje. Današnja monokultura je ekonomski pogled na svet. Ker je vodilna zgodba postala ekonomska, so se ji uklonile mnoge plati naših življenj, nekatere manj, druge bolj. Kako danes gledamo na svoje delo, na medčloveške odnose, na naravno in družbeno okolje, na svoje telesno in duševno zdravje, na izobraževanje in ustvarjalnost – vse to nam danes determinirajo vrednote ekonomičnosti.

Naše razmišljanje neposredno vpliva na naše obnašanje, zato monokultura ne zavzame samo naših misli, ampak spreminja tudi naša življenja.

## 2

# EDINA ZGODBA

*Bližnje nam je po navadi nepoznano, in to prav zato,  
ker nam je blizu.*

– Hegel

»Vesolje je iz zgodb, ne iz atomov,« je rekla pesnica Muriel Rukeyser. Tudi ljudje smo narejeni iz zgodb. Imamo jih za to, da ohranimo včeraj in da si zagotovimo jutri. Iz zgodb izvemo, kaj lahko pričakujemo od drugih ljudi in od življenja. Kolikor je ljudi na svetu, toliko je načinov pripovedovanja in prav toliko je zgodb, ki čakajo, da bodo izrečene. Tiste, ki se nas dotaknejo dovolj močno, ostanejo z nami do konca življenja. Dobra in lepo povedana zgodba nam vzbudi koprnenje po nečem neizrekljivem, po nečem, za kar sploh nismo vedeli, da si želimo.

Po svoje si ves čas pripovedujemo zgodbe. Živimo jih iz dneva v dan in igramo večje ali manjše vloge v zgodbah drugih ljudi. Vse zgodbe, v katerih smo udeleženi, se prepletejo v nekaj, kar nam pomaga razumeti, zakaj je svet takšen, kakršen je. Kot pripovedovalci osmišljamo svoje življenje in skozi lastne oči dajemo pomen stvarjem okoli nas. Kako to počnemo? Kako ugotovimo, od kod prihajamo in kam gremo? Kaj nam pomenijo vse te zgodbe? Kakšen je pomen zgodbe vsakogar od nas za našo skupno zgodbo, ki se počasi zapisuje tukaj in zdaj?

Odgovori na tovrstna vprašanja nam pomagajo graditi našo osebno mitologijo, skrivno strukturo, na katero se opirajo naše pripovedi. Psihoanalitičarka June Singer pravi: »Osebna mitologija ni tisto, na kar mislite. To niso zgodbe, ki si jih pravite, da si razložite svoje okoliščine in obnašanje. Vaša osebna mitologija je tista močna infrastruktura, ki informira vaše življenje, ne glede na to, ali se tega zavedate ali ne. Naj bo zavedno ali nezavedno, živite v skladu z njo.«<sup>2</sup>

Vaša osebna mitologija ni postavljena v vakuum; obdajajo in prekrivajo jo zgodbe iz naše kulture. Te večje kulturne zgodbe izvirajo iz različnih, vendar medsebojno povezanih družbenih aktivnosti – političnih, religioznih, ekonomskih, estetskih, intelektualnih. Tega kulturnega ovoja se komajda zavedamo. Jemljemo ga za svojo realnost, tako kot smo jo poznali od nekdaj. Te zgodbe ostajajo neizrečene, nekaj, kar podpiramo, pa verjetno ne bi znali opredeliti. Nekaj, o čemer ni vredno kaj posebno razmišljati.

Ko ena od kulturnih zgodb prevlada, postane vodilna. Ta potem naprej vpliva na druge kulturne vidike in ko se premakne ves kontekst, se vaša osebna mitologija, močna infrastruktura, ki vas določa, premakne skupaj z njim. Tako se začenja tvoriti monokultura.

Kako se torej naučimo prepoznati monokulturo? Kako naj se naučimo videti nekaj tako vseobsežnega in nevidnega, kot je zrak? Učinek monokulture lahko opazimo, če pogledamo, kaj govorimo drug drugemu o tem, kakšni bi morali biti mi sami in kakšen naj bi bil svet. O čem govori življenje? Kakšne zgodbe slišimo in po katerih se ravnamo?

Danes, v prvih desetletjih 21. stoletja, je vodilna zgodba ekonomska. Njene trditve, njene vrednote in predpostavke nam določajo, kako razmišljamo, čutimo in delujemo. Prepričanja, vrednote in predpostavke, ki tvorijo ekonomsko zgodbo, niso

sami po sebi pravilni ali napačni. So samo eden od mogočih pogledov na resničnost. Ko pa prevlada monokultura, tedaj se ta – eden od mogočih pogledov – vsili kot edina možnost. Potem začnemo pozabljati na druge poglede in to vsiljevanje enega pogleda kar prezremo, kaj šele da bi podvomili vanj. Preprosto ga sprejmemo kot resnico, ker smo že tolikokrat slišali njegovo zgodbo in ker je življenje vpeto vanjo. Ko zgodba doseže našo podzavest, ravnamo v skladu z njo in se ne sprašujemo več o njej.

Večina ljudi najprej pomisli, da se ekonomska vodilna zgodba vrti le okoli denarja – kako ga dobiti, kako ga množiti, upravljati, prihraniti. Spomnijo se na materializem, skomercializiranost in potrošništvo. Toda to je le površinska plast ekonomske monokulture. Denar seveda nastopa v njej, toda ekonomska zgodba je veliko širši splet prepričanj, ki se tičejo treh področij: kdo ste kot človeško bitje, kakšen je svet okoli vas in v kakšnem odnosu ste z njim.

Ekonomska zgodba želi pojasnjevati človeško naravo, saj govori o tem, kakšno bitje ste, kaj vas motivira, kaj so vaši cilji in kako razmišljate. Potem pa poskuša predvideti vaše obnašanje na podlagi njene resnice o vas.

Za začetek, v ekonomski zgodbi je vsakdo posameznik. Že res, da je John Donne nekoč rekel, da »noben človek ni otok, povsem sam zase«, toda v ekonomski zgodbi vsak obstaja ločeno od drugih. Čeprav dejansko pripadate vsaj eni skupini, saj ste bili rojeni v družini, vas ekonomska zgodba ne vidi kot člana skupine z dolžnostmi in odgovornostjo do nje. Nasprotno, ima vas za posameznika, neodvisnega od drugih. To ima, kot bomo videli v naslednjih poglavjih, daljnosežne posledice.

Prav tako ekonomska zgodba vsakemu človeku pripisuje racionalnost. Zanja to ne pomeni, da ste razsoden ali bister mislec. Racionalnost v tej zgodbi pomeni, da pri vsakem odločanju opravite tristopenjski postopek, da pridete do odločitve.

Če veste, kakšen je vaš cilj, najprej opredelite poti do njega in ugotovite, kakšne koristi in kakšne stroške prinaša vsaka od njih. Nato analizirate, katera je najučinkovitejša – da vas pripele do cilja čim prej in s kar najmanjšimi stroški. Ko ste jo našli, krenete po njej, kajti v ekonomski zgodbi je najučinkovitejša izbira vedno tudi najboljša izbira za vas. To pomeni, da najboljša izbira nikoli ne bo počasnejša, a slikovita cesta, ki vas na cilj pripelje kasneje, ali kaka druga podobno potratna odločitev.<sup>3</sup>

V ekonomski zgodbi ste oseba, ki skrbi za svoj interes v najbolj pozitivnem pomenu. Skrb za svoj interes še ne pomeni sebičnosti. Sebičnost je uveljavljanje svojega interesa na račun drugih. Skrb za svoj interes pa pomeni, da delate, kar želite, in da izboljšujete svoj položaj. Ekonomska zgodba trdi, da v skrbi za svoj interes pred vsako odločitvijo kalkulirate, kaj vam je v korist in kaj ne.<sup>4</sup>

To, da smo označeni za bitje, ki je racionalno in skrbi za svoj interes, se morda sliši povsem neškodljivo, vendar s seboj prinaša posledice. Trditev namreč temelji na domnevah, da ves čas vemo, v kakšnem položaju smo, katere možnosti so nam na voljo in kaj si želimo. Vendar pa ni rečeno, da te domneve vedno držijo. Za začetek, ni rečeno, da res vedno analiziramo vse izbire, ki so na voljo. Ekonomist Tibor Scitovsky je tak položaj primerjal s kitajsko restavracijo, v kateri nam izročijo obsežen jedilni list. Ekonomska zgodba v takem primeru trdi, da vemo, katera jed nam je najbolj všeč, in da bomo jedilni list preiskali in naročili prav to jed. Scitovsky pa odgovarja, da večina od nas itak ne razume 90 odstotkov tistega, kar vsebuje jedilni list, in da bomo na koncu naročili isto jed kot zmeraj ali pa morda za spremembo nekaj neznanega, kar nam potem morda sploh ne bo všeč.<sup>5</sup> Ravno tako se lahko zgodi, da pri odločanju spregledamo kak pomemben podatek in da sploh nismo ves čas povsem racionalni – nekateri ekonomisti že dokazujejo, da se včasih obnašamo nerazumno in da sistematično sprejemamo napačne odločitve.<sup>6</sup> Kljub tem dognanjem



ekonomska zgodba vztraja, da smo ljudje racionalni in postavljamo v ospredje svoj interes.

Ekonomski zgodba vsako naše dejanje pojasni s tem, da hočemo priti do tega, kar si želimo, in da ljudje okoli nas lahko ugotovijo, kaj si želimo, če opazujejo naše obnašanje. Če si kupimo modro srajco, bodo skleпали, da smo si želeli modro srajco. Če si kupimo sladoled, bodo skleпали, da smo hoteli sladoled. *Kaj pravzaprav hočemo*, v ekonomski zgodbi ni pomembno. Vsebinska vaših preferenc je ne zanima. Če želite shujšati s stradanjem ali pa z uživanjem brokolija in več hoje, je vaša stvar. Sami ste gospodar vaših preferenc, vaše obnašanje pa je pogojeno z njimi.<sup>7</sup> Čeprav lahko oglaševanje, tradicija, vaše izkušnje ali spremenjeni kontekst spremenijo vaše preference, ekonomska zgodba trdi, da sami veste, kaj vam je najbolj všeč, in da veste, ali ste bili zadovoljni, ko ste prejšnjikrat nekaj izbrali, ali ne.<sup>8</sup> To morda v resnici ne drži, ampak tako pravi ekonomska zgodba.

Nadaljuje s tem, da vas ima za podjetnika; da razmišljate in ravnate kot podjetnik. Jean-Baptiste Say, francoski ekonomist, ki mu pripisujejo iznajdbo te besede (entrepreneur), je podjetnika definiral kot človeka, ki predstavlja vire z enega kraja na drugega, da bi povečal storilnost in donos. Če ste podjetnik ali delujete podjetno, povečujete storilnost in dobiček ter dodajate vrednost, kamor koli greste.<sup>9</sup>

Poleg tega ste tudi človek, ki nikoli nima dovolj. Vaše želje so brezmejne in stremite k temu, da bi jih uresničili čim več, čeprav veste, da vseh ne boste mogli. In ker vam ni nikoli dovolj tistega, kar si želite, vas naprej žene ena sama stvar: želja po zadovoljstvu.<sup>10</sup> (Psihologi sicer verjamejo, da je odgovor na vprašanje, kaj nas motivira, bistveno bolj zapleten in subtilen, ampak to je že druga zgodba.) Ker imajo tudi vsi drugi brezmejne želje tako kot vi, na svetu ni dovolj vsega za vse. Z drugimi besedami, viri so omejeni.

Vse to nas je zdaj privedlo do opisa našega sveta.

V ekonomski zgodbi je svet sestavljen iz trgov.<sup>11</sup> Ti so polni ljudi, kot ste vi ali jaz, ki kupujejo in prodajajo blago in storitve. Včasih ste kupec, včasih prodajalec. Kar se vam dogaja na trgu, je odvisno od tega, ali kupujete ali prodajate.

Če ste v svetu, sestavljenem iz trgov, prodajalec, potem – pravi ekonomska zgodba – ste majhno podjetje, ki želi ustvariti dobiček. Lahko ste na primer branjevka na tržnici kmetijskih pridelkov. Kot drugi trgovci prodajate svoje blago: svežo zelenjavo, rože, klobase, piškote ali izdelke domače obrti. Če je po vaših stvareh veliko povpraševanja, lahko dvignete ceno. Če ga ni, jo boste morali spustiti. Z drugimi besedami, ceno določata ponudba in povpraševanje – ne vi. V ekonomski zgodbi kot prodajalec niste dovolj močni, da bi vplivali na cene.

Isto velja za plače. Tudi plača za vaše delo je odvisna od sil ponudbe in povpraševanja. Če mislite, da niste dovolj plačani, za to ni kriv vaš šef – kriv je trg. Ni šef tisti, ki vam določa plačo – določa vam jo trg. Kadar je delavca težko dobiti, tedaj je plača večja. Kadar jih veliko išče delo, bodo plačani slabše. Vse to velja zato, ker naj bi bil tudi vaš šef racionalno bitje. Tudi on sprejema najučinkovitejšo odločitev in vzame tistega izmed primernih delavcev, ki ga bo stal najmanj.

Če se v tem svetu trgov prebijate s težavo, ker so cene za vas previsoke, kadar kupujete, ali prenizke, kadar prodajate, ne morete kriviti nikogar drugega razen trga. A trg na svetu ni zato, da bi vas osebno kaznoval; tako pač deluje ta svet.<sup>12</sup> Četudi so veletrgovine in energetske multinacionalke ter globalni tehnološki velikani dovolj veliki in močni, da lahko vplivajo na cene in plače, ekonomska zgodba pravi, da ni tako.

Če ste na trgu kupec, potem pomagate vzdrževati trg, pa če se tega zavedate ali ne. Ko si ogledujete pridelke na stojnicah, prodajalci med seboj tekmujejo za vaš nakup. Ker ste kot kupec racionalni, boste med enakovrednim blagom

izbrali najučinkovitejšo možnost, med ustreznimi proizvodi boste kupili najcenejšega – tistega, za katerega boste porabili najmanj virov. Kolikor bolj je prodajalec učinkovit pri dobavi svojega izdelka vam, toliko nižja je lahko njegova cena in toliko bolj je verjetno, da boste kupili prav od njega. Ekonomska zgodba trdi, da tovrstno tekmovanje za kupce regulira trg in ta zato ne potrebuje nobenega dodatnega reguliranja ali vmešavanja od zunaj, na primer države.

V tej zgodbi niso učinkoviti samo kupci in prodajalci, ampak tudi celoten svet trgov. Ko so učinkoviti kupci, ki nakupujejo, kolikor je mogoče poceni, in ko so hkrati učinkoviti prodajalci, ki naredijo kolikor je mogoče dober izdelek za čim nižjo ceno, bodo kupci povpraševali po večjih količinah in prodajalci bodo ponujali večje količine. Ko sta ponudba in povpraševanje v ravnovesju, je trg najbolj učinkovit. Prodajalci ne bodo proizvedli preveč blaga in kupci ne bodo plačali preveč za stvari, ki jih ne potrebujejo. Takšno ravnovesje, nadaljuje ekonomska zgodba, vsakogar odvrča od zapravljanja virov. Kot se spomnite, so ti omejeni, ker imamo vsi neomejene želje, na svetu pa ni dovolj vsega, da bi bile izpolnjene vse. Vrhunec učinkovitosti je torej dosežen, ko so trgi in konkurenca na njih karseda razširjeni po svetu, kar služi kot argument za prosto trgovino.

V ekonomski zgodbi ni omejitve za velikost, do katere lahko zrastejo trgi. V praksi sicer nekatere reči ohranjamo zunaj trgov, kot na primer spolnost, razmnoževanje, darovanje človeških organov, politične funkcije, priznanja in odlikovanja, ljubezen in prijateljstvo, mamila in umore. Ker te reči niso na trgu, pomeni, da je v glavnem nezakonito prodajati in kupovati spolne usluge, otroke, ledvice, sedeže v parlamentu, Nobelove nagrade, kokain in naročati umor nekoga, ki bi ga radi spravili pod rušo – četudi obstajajo ljudje, ki bi te reči bili pripravljeni kupiti ali prodati.<sup>13</sup> Vseeno pa ekonomska zgodba

pravi, naj trgi delujejo brez omejitev. S tem smo prišli do vprašanja, kakšen je odnos med človekom in svetom trgov.

V ekonomski zgodbi imate vso svobodo, da na trge vstopate in jih zapuščate, kadar želite. Kot kupec lahko prosto izbirate, ali boste nekaj kupili ali ne. Če si nekaj želite in imate dovolj denarja, je vaše. Če ne najdete ničesar, kar bi vam bilo po volji, pač »glasujete z denarnico« in ne kupite nič. V praksi so sicer nekateri ljudje na trgih ovirani, na primer otroci, starejši, revni, duševno prizadeti. Zato nimajo enakega dostopa na trge kot preostali in težje izbirajo ter izberejo najboljšo možnost, ali pa sploh nimajo dovolj denarja, da bi nastopali na trgu. Včasih je tudi »najboljša možnost« precej uborna; če lahko izbirate le med stradanjem in kupovanjem astronomsko dragega kruha pri edinem prodajalcu v mestu, je vaša »svoboda« vstopanja na trg zelo okrnjena.

Tega se zaveda tudi ekonomska zgodba in nadaljuje, da je za kupca tem bolje, čim več izbir mu je na voljo. To naj bi veljalo na vseh področjih življenja – najbolj svobodni smo, če imamo na voljo kolikor je mogoče veliko izbir.<sup>14</sup> Izbira pomeni tekmovanje konkurentov in v tej zgodbi je tekmovanje dobra stvar. Brez tekmovanja cene ne bi bile tam, kjer »morajo biti«, in svet trgov bi zastajal. Zato so prepovedane kartelske dogovorjene cene in zato so monopoli nezaželeni, vsaj s perspektive kupca.

Konkurenca je v zgodbi pomembna tudi na osebni ravni. Kot racionalni posameznik, ki skrbi za svoj interes, v svetu trgov tekmujete z vsemi drugimi ljudmi. Tekmujete z drugimi delavci za službo. Tekmujete z drugimi kupci za blago. Tekmujete z drugimi prodajalci za kupce. Ne glede na to, v kateri vlogi ste, vedno tekmujete za svoj košček pogače, ki ni dovolj velika za vse. Ker so viri omejeni, se morate odločiti, kaj želite, in potem za to tekmovati z drugimi. Ko se primerjate s tekmeci, veste, kako uspešni ste v tekmi. Kdo je še za vami? In kdo je pred vami? Čim bolj v ospredju ste, tem bolje za vas.

Vaši odnosi z drugimi ljudmi v svetu trgov so pretežno tekmovalne narave, obenem pa so neosebni in transakcijski – odnos med kupcem in prodajalcem. Da z nekom sklenete posel, vam ga ni treba spoznati ali se spoprijateljiti z njim. Po izvršeni transakciji med dvema racionalnima posameznikoma nimate do nasprotne stranke nobene dolžnosti več.

V ekonomski zgodbi bo vaše osebno izkustvo v svetu trgov odvisno izključno od kakovosti informacij, ki jih imate o tem, kaj se ponuja na trgu. Čim boljše informacije imate, tem bolje za vas. S popolno informacijo boste lahko sprejeli najboljšo – najučinkovitejšo – odločitev. Ker ste racionalni, boste kupili, kar potrebujete, za najugodnejšo ceno. Vendar pa, seveda, nikoli nimamo popolne informacije. Namesto tega obstaja informacijska asimetrija: kandidati za delovno mesto vedo več o svoji delovni zmožnosti kot njihov potencialni delodajalec; nepremičninski posredniki vedo več od potencialnega kupca o nepremičnini, ki je naprodaj; zdravniki vedo več o zdravstvenem stanju bolnika od njega samega. Asimetrija informacij otežuje iskanje najboljših izbire, kajti v tej zgodbi je več informacij pogoj, ki nas pripelje do boljše izbire.

Ko gospodarstvo raste, se izboljšuje življenje, nadaljuje ekonomska zgodba. Gospodarstvo pa raste takrat, ko to pokaže ekonomski kazalnik, rastoči bruto domači proizvod (BDP). Ko se ta zvišuje, se z njim zvišuje vaš življenjski standard, raste razpoložljivi dohodek na prebivalca v državi in vaši otroci bodo imeli več možnosti v življenju, kot ste jih imeli vi. Poskrbljeno bo za zdravstvo. Poskrbljeno bo za šolstvo. Tudi za kulturo in socialno skrbstvo. Skratka, gospodarska rast naj bi omogočala družbeni napredek.

Številno opazovalci so opozorili, da gospodarska rast ne pove vsega. Ali je rast dobra ali ne, je odvisno od tega, kaj raste. Če se je v vaši soseščini razpasel kriminal in si zato kupite puško in najamete telesnega stražarja, ker se ne počutite več varno na

ulici, potem bo povečana prodaja orožja in storitev varovanja zvišala bruto domači proizvod in povzročila gospodarsko rast. Tudi vaš uradno izmerjeni življenjski standard bo morda s tem šel navzgor, vaša kakovost življenja pa nikakor ne. Toda v ekonomski zgodbi je gospodarska rast vedno in brez izjeme dobra stvar.

Če povzamemo, v ekonomski zgodbi je vsakdo racionalni posameznik, ki skrbi za svoj interes, se obnaša podjetniško in poskuša zadovoljiti neomejeno količino želja, kakršne koli že so. Naš svet je svet trgov, ki jih sestavljajo kupci in prodajalci. Sile ponudbe in povpraševanja oblikujejo ravnotežne cene, moč je v rokah trga in ne v rokah ljudi. Prodajalci težijo k dobičku, kupci k čim manjši porabi virov. Red na svetu je posledica tekmovanja za kupce. Svet je učinkovit in omejenih virov se ne zapravlja. Vrhunec učinkovitosti je dosežen, ko so konkurenčni trgi vsepovsod. Velikost trgov ne pozna meja. Vsak lahko na trge vstopa in jih zapušča, kakor želi. Čim več izbire imamo, tem bolje. Izbira spodbuja konkurenco in brez konkurence trgi ne delujejo. Več kot imamo informacij, boljše odločitve bomo sprejemali. Vsak tekmuje z vsakim in vsi tekmujejo z vami. Odnosi so neosebni, anonimni in transakcijski. Gospodarska rast je gibalo družbenega napredka.

Zdaj, ko vemo, kako nas ekonomska zgodba opredeljuje kot človeška bitja, naš svet in naše odnose v njem, smo pripravljeni, da pogledamo, kako se je ta zgodba vpletla v vsakdanje življenje, v katerem ustvarja monokulturo, ki nas duši.

Odkrili boste, kako so se razni elementi te zgodbe vcepili v različna področja našega življenja, na katerih je včasih žuborelo od različnih idej. V naslednjih šestih poglavjih boste opazovali ekonomsko zgodbo na delu. Videli boste, kako vpliva na vaše mišljenje, obnašanje, delo, odnose z ljudmi in naravo, na vaše zdravje, duhovnost, izobraževanje in ustvarjalnost.

Začeli se boste zavedati, kako ena zgodba spreminja vse druge.