

ROBOTNICY W SZPILKACH

Rozmowa z Elizabeth C. Dunn

Nawet w połowie lat 90. wyraźny podział na zwycięzców i przegranych transformacji był dość łatwo zauważalny, tak samo jak fakt, że nawet dla wielu „zwycięzców” doświadczenie utraty tożsamości i dramatycznych życiowych zmian okazało się być bardzo traumatyczne i trudne.

Kacper Poblocki: Jak znalazła się Pani w Polsce? Czytając Pani tekst, można odnieść wrażenie, że to co działo się tutaj, nie jest niczym szczególnym – jedynie lokalną wersją globalnej restrukturyzacji, która od lat 70. ma miejsce na całym świecie. Z takiego punktu widzenia, „transformacja” w naszej części Europy nie jest „wyjątkowa”, może być jedynie specyficzna. Na „elastyczny kapitalizm” można by zatem patrzeć z dowolnego miejsca...

Elizabeth C. Dunn: Mój wybór Polski na pewno nie był przypadkowy. Zbierałam materiały do mojej pracy magisterskiej w Chinach i miałam nieszczęście żyć w Pekinie w 1990 roku, zaraz po masakrze na placu Tiananmen. W mieście panował stan wojenny, dziesiątki tysięcy żołnierzy patrolowały ulice, tłumiono ruch demokratyczny. To było koszmarnie doświadczenie: wyglądało na to, że to odradzający się stalinizm, że to się nigdy nie skończy (zupełnie nie miałam pojęcia, jak rozwiną się wypadki w Chinach!). Skierowałam swoją uwagę w stronę Polski właśnie dlatego, że „Solidarność” dawała nadzieję na szczęśliwsze zakończenie historii, która pod wieloma względami była podobna do tego, co działo się w Chinach. Dla mnie – oraz dla wielu innych zachodnich obserwatorów – „Solidarność” była nadzieją na „trzecią drogę”.

Jednak pracując w Alimie szybko zrozumiałam, że wybór dróg, którymi mogła pójść Polska po 1989 roku, był dość poważnie ograniczony przez szersze, światowe procesy. Szybko się rozczarowałam, bo żywiłam wcześniej nadzieję, że wartości ruchu robotniczego z 1980 roku staną się ważnym elementem postkomunistycznego porządku, że polskie społeczeństwo będzie gwarantowało o wiele więcej osobistych wolności niż wcześniejszy system, ale jednocześnie, że uda się uniknąć drastycznych nierówności charakterystycznych dla zachodnioeuropejskich i amerykańskich społeczeństw kapitalistycznych. Fakt, że w Polsce różnica między bogatymi i biednymi jest tak ogromna, świadczy o tym, że tak się nie stało, a wynik ostatnich wyborów prezydenckich pokazuje, że wielu Polaków jest równie rozczarowanych, jak ja. Zastanawiam się jedynie, ile z osób, które głosowały na Lecha Kaczyńskiego, zdaje sobie sprawę z rzeczywistych makroekonomicznych i makropolitycznych ograniczeń, jakie przed nim stoją.

Czy ten „szerszy” proces, o którym Pani mówi, wygląda inaczej, powiedzmy z perspektywy Stanów Zjednoczonych, do których często porównuje Pani to, co widziała Pani w Polsce?

We wczesnych latach 90. wielu pracowników w Stanach miało już niewiele złudzeń co do tych wszystkich sposobów, jakimi menedżerowie starali się pozyskać ich serca i dusze. Wielu z nich – także tych, którzy optymistycznie podchodzili do „otrzymywania części władzy” – dość szybko zdało sobie sprawę, że nie otrzymują nawet części obiecanej im władzy. Ale Amerykanie nie mają, moim zdaniem, takiej tradycji wspólnotowości i siły, jaką Polacy wykształcili przez wieki i tak wspaniale wykorzystali w czasie „Solidarności”. Wystarczy spojrzeć na los związków zawodowych w Stanach – praktycznie ich nie ma. Neoliberalizm znalazł w Stanach Zjednoczonych o wiele podatniejszy grunt, a ludzie, który musieli w nim żyć, mieli o wiele mniej narzędzi, aby się sprzeciwić czy aby coś zmienić.

Myślę, że polscy czytelnicy powinni pamiętać, że nie pisałam tej książki dla nich. Zdaję sobie sprawę z tego, że wiele z tego, co mam w niej do powiedzenia, jest dla Polaków dość oczywiste

czy nawet nazbyt romantyczne. Ale sadziłam wtedy (sądzę tak i teraz), że ta niewiarygodna odporność, jaką Polacy wykształcili poprzez całe stulecia, a także to, co znaczy w Polsce być jednostką i częścią społeczeństwa, może być źródłem inspiracji dla wszystkich. Mam nadzieję, że udało mi się uchwycić choć część tego, co to znaczy być spadkobiercą polskiej kultury i że Amerykanie, którzy nigdy nie mieli z tym styczności, mogą przyswoić sobie parę idei i zastosować je w swych miejscach pracy.

Wydaje mi się jednak, że część z tego, o czym Pani pisze, może też zainteresować polskiego czytelnika. Na przykład pisze Pani o tym, jak produkowano Frugo – które w Polsce stało się jedną z ikon popkultury – i twierdzi Pani, że wiedza o tym może być bardzo ważna. Dlaczego?

Kiedy rozpoczynałam pracę nad tym projektem we wczesnych latach 90., wydawał się to bardzo dziwne – i bardzo paradoksalne zważywszy na siłę, jaką „Solidarność” miała w latach 80. – że robotnicy zostali w tak dużym stopniu zignorowani w procesie transformacji. Neoliberalowie rzucali wielkie hasła, że to co jest dobre dla „gospodarki” – postrzeganej i fetyszyzowanej jako bestia z własnymi pragnieniami i żadaniami – było dobre dla wszystkich. Ludzie, tacy jak Jeffrey Sachs, beztrudno rzucali, gdzie tylko popadnie hasła typu „kiedy wody przybywa, wszystkie łodzie idą w górę”. Ale to w dość oczywisty sposób mijało się z rzeczywistością. Nawet w połowie lat 90. wyraźny podział na zwycięzców i przegranych transformacji był dość łatwo zauważalny, tak samo jak fakt, że nawet dla wielu „zwycięzców” doświadczenie utraty tożsamości i dramatycznych życiowych zmian okazało się być bardzo traumatyczne i trudne.

Gdy zaczęłam pisać o Frugo, nie miałam pojęcia, że zostanie ono jedną z ikon polskiej kultury. Ale w pewnym sensie we Frugo doskonale ujawnia się zjawisko, na które staram się zwrócić uwagę – problem fetyszyzmu towarowego. Reklamy Frugo nie tylko pokazują nowe, modne pokolenie, które odrzuciło przemysłowy świat epoki socjalizmu, ale celowo ukrywają pracę, jaka wkładana jest w stwarzanie nowego świata konsumenckiego. Reklama białego Frugo, która pojawiła się już po tym jak zakończyłam badania, doskonale to ukazuje: zamiast pokazać prawdziwych ludzi, którzy robią Frugo – grupę ciężko pracujących, doświadczonych kobiet o lekko okrągłych kształtach, z napuchniętymi kostkami i w białych siatkach na włosach – reklama przedstawia kilka seksownych dziewcząt tańczących na wysokich obcasach w wystylizowanej „fabryce”. Reklama nie tylko maskowała prawdziwą pracę i warunki, w jakich powstał produkt, ale także w pewnym sensie stereotypizowała osoby, które w rzeczywistości produkowały Frugo i uwłaczała im. Chciałam, aby ludzie wiedzieli, co to znaczy wytwarzać produkty dla „nowej Polski” i jednocześnie być z niej stale wykluczonym, chciałam, aby ludzie zrozumieli sposoby, jakimi twórcy marki i reklamy świadomie starają się ukryć ludzi oraz zjawiska, jakie składają się na produkcję napoju.

Uważam, że ignorowanie ludzi takich jak ci, którzy hodują owoce, z jakich robi się Frugo, czy też ludzi, którzy w zakładzie butelkują napój, jest sprawą wykraczającą poza debatę naukową. Identyczne kwestie pojawiły się na przykład przy okazji niedawnych wyborów, kiedy to Donald Tusk reprezentował nową, modną elitę miejską, a Lech Kaczyński zwracał się do takich ludzi, z jakimi pracowałam ja: z obszarów wiejskich, z mniejszym wykształceniem oraz z gorszymi możliwościami ekonomicznymi. O ile, mówiąc metaforycznie, Donald Tusk tańczył z seksownymi „robotnikami” w szpilkach, o tyle Lech Kaczyński starał się odnieść i zwrócić – między innymi – do osób, takich jak prawdziwi robotnicy w Alimie-Gerber. Czy uda mu się polepszyć sytuację ekonomiczną – to się oczywiście okaże, ale chodzi tu o to, że żaden rząd nie utrzyma się u władzy, jeśli nie będzie słuchał takich ludzi.

Wydaje mi się, że dokonuje Pani pewnego uproszczenia. Polacy nie „kupili” kampanii Frugo: napój dość szybko został utożsamiony z arogancką młodzieżą z wielkich miast, która interesuje się tylko konsumpcją. Dziś trudno Frugo kupić. Marcin Meller w słynnym tekście o „Pokoleniu Frugo” zarzucał młodym ludziom między innymi to, że nie interesują się przeszłością. Młodzież dość szybko znalazła się tam, gdzie robotnicy, tyle że tym razem to brak powiązań z erą socjalizmu był obciążeniem. Zbyt dużo socjalizmu (jak w przypadku robotników) – źle. Zbyt mało – też źle. Znowu okazało się, że debata o Frugo jest debatą o historii. Potem przyszła „nostalgia” za socjalizmem, którą media zbyły jako „powierzchowne” zainteresowanie historią. Dla mnie powierzchowne jest przekonanie, że ludzie odczuwają tylko nostalgię. Czy nie jest zaskakujące, że przeszłość okazuje się tak ważna – w czasach, jak chciało wielu, „końca historii” – ważna w mediach, na hali produkcyjnej czy w biurach? Pisze Pani, że w zasadzie najbardziej zaskakująca w historii Frugo jest rola, jaką odegrały w niej pojęcia „socjalizmu” i „kapitalizmu”. Zgadzam

się, ale trudno mi uwierzyć, że socjalizm (czy też „przeszłość”) pojawił się w tych debatach tylko jako przeciwieństwo kapitalizmu. Kapitalizm można przeciwstawić wielu rzeczom. Dlaczego przeciwstawia się go właśnie przeszłości? Dlaczego przeszłość zdaje się tak potrzebna do tworzenia kapitalizmu?

Zadaje Pan mi bardzo złożone pytanie i nie wiem, czy mam na nie przekonującą odpowiedź. Zaczęę może od konkretnego przykładu. Myślę, że „historia” musiała stać się przeciwieństwem „kapitalizmu” w przypadku Frugo ze względu na to, jak reklamy odnosiły się do szerszego pola dyskursu lat 90. Czy bez demonizowania przeszłości i obiecywania czegoś zupełnie innego ktokolwiek mógł zgromadzić potrzebne szerokie poparcie społeczne dla gigantycznych zmian? Z punktu widzenia ideologii obie strony sceny politycznej – postkomuniści i obóz postsolidarnościowy – zmuszone były potępić jednoznacznie socjalistyczną przeszłość, gdyż były wciąż osadzone w silnych dychotomiach z epoki zimnej wojny: kapitalizm/socjalizm, konsumpcja/produkcja, dobro/zło i w innych czarno-białych pojęciach zimnowojennej propagandy. Zważywszy na język, jakim posługiwano się pod koniec zimnej wojny, co innego mieli mówić? Może: „hej, mówiliśmy wam, że socjalizm był zły i zgniły, a co gorsza kompletnie hamuje wzrost gospodarczy i mówiliśmy wam, że nie macie w sklepach wszystkich tych fajnych rzeczy, bo komuniści nie chcieli byście je mieli. Mówiliśmy wam też, że komunizm narusza wasze prawa człowieka, zabiera wam polityczną i intelektualną wolność i w zasadzie zniszczył wasze społeczeństwo – ale chwila – nie było aż *tak* źle”. Nie wydaje mi się, że tego rodzaju podejście było w ogóle możliwe w tamtym okresie, przynajmniej nie na poziomie debaty publicznej. Potrzeba było o wiele więcej czasu i dystansu od zimnowojennej propagandy i z pewnością więcej doświadczeń takich, jak te zdobyte przez robotników w Alimie, aby pojawiły się bardziej wyważone i złożone oceny. Zgadzam się z Panem, że nie warto lekceważyć tych bardzo złożonych rewizji historii i uznawać ich za zwykłą nostalgię. Nawet „prości ludzie” na hali produkcyjnej, których znałam i z którymi się przyjaźnię mają bardzo złożony i wieloznaczny pogląd na socjalistyczną przeszłość. Kiedy uderzają w nostalgiczną nutę, to nie chodzi im o to, aby wychwalać socjalizm, ale raczej o to, aby zaproponować włączenie pewnych zwyczajów czy wartości do dzisiejszego życia publicznego.

Ale Pana pytanie wykracza poza kontekst zimnowojennej polityki. Pyta Pan, czy przeciwstawienie się historii jest nieodłączną cechą kapitalizmu. Zgodzę się z Panem, że związek między kapitalizmem a historią jest siłą rzeczy skomplikowany i niejednoznaczny. Z jednej strony, oczywiście, kapitalizm wciąż poszukuje tego co „nowe i ulepszone” (jak przypominają nam opakowania proszków do prania). Ciągły cykl nowych metod produkcyjnych, nowych produktów i nowych mód konsumpcyjnych rzeczywiście napędza akumulację bogactwa i każda firma marketingowa na tej planecie świetnie o tym wie. Z drugiej strony jednak, kapitalizm w bardzo istotny sposób jest zależny od historii. Socjologowie piszący o zaufaniu i znajomościach przypominają nam, że biznes zależny jest od osobistych i długoterminowych kontaktów międzyludzkich. Ekonomia instytucjonalna mówi, że biznes zależy też od kształtowania instytucji – zarówno w sektorze państwowym, jak i prywatnym – które tworzyły i gwarantowały by stabilne rynki, na których „wartość” może być realizowana. W końcu, gdyby rynek czy też konstrukcja prawna były ciągle płynne i w ciągłym chaosie, ryzyko dla kapitału byłoby tak duże, że niewiele osób zdecydowałoby się na inwestycję, co spowodowałoby stopę wzrostu. Wreszcie, należy pamiętać o tym, jak kapitalizm wykorzystuje historie danych miejsc, ich kulturowe normy i wartości. Starałam się w mojej książce przyjrzeć się bliżej temu, jak określona forma kapitalizmu, aby móc skolonizować nową przestrzeń, musiała zacząć polegać na zakorzenionych rolach społecznych, zasadach czy wartościach. Historia z Frugo jest w zasadzie historią tego, jak nowy system produkcji wykorzystał stary idiom i istniejące struktury w celu sprzedania nowego produktu. Zatem myślę, że kiedy mówimy o tym, jakie role w stosunku do kapitalizmu spełniają innowacja i historia nie możemy przesadzić z uogólnieniami. Nowość czy historia mogą oznaczać co innego w retoryce, mediach, marketingu i reklamie, a co innego, jeśli chodzi o instytucje, konstrukcje prawne oraz ukryte normy, jakie towarzyszą aktywności biznesowej.

Zastanawia mnie ta „określona” forma kapitalizmu, o której pani wspomniała i którą David Harvey i inni nazywają „elastycznym”. Elastyczność – czy to nie jest truizm? Co się za tym kryje? Umiejętność adaptacji do zmiennych warunków? Czyż zmiana nie jest nieuchronna? Trudno znaleźć okres w historii, kiedy nie byłoby zmiany. Elastyczność jest dla mnie pustym słowem.

Nie mogę się zgodzić. Ma Pan rację – wszystko i wszyscy wciąż się zmieniają. Ale nie chodzi tu

o „zmianę” – mimo że o wiele bardziej wolę ten termin od „transformacji”, która jest pojęciem nieuchronnie teleologicznym. Chodzi tu o pewien okres i kontekst gospodarczy kiedy, z wielu względów, zdolność do szybkiej zmiany zyskuje szczególną wartość i ma określone znacznie kulturowe i polityczne. Nie interesuje mnie tak bardzo to, że wszystko wciąż się zmienia, ale to, że proces zmian stał się tak sfetyzowany, tak dużo się o nim mówi i że zajmuje tak ważne miejsce w dyskusjach i sporach. Zgadzam się, że Polska i gospodarka światowa zmieniły się ogromnie między 1970 a 1995 rokiem – kto by temu zaprzeczył? Czy tempo zmian było większe niż przedtem – nie jest jasne. Natomiast wyraźnie zaznaczyło się skurczenie się czasu i przestrzeni (pisze o tym Harvey), które wprowadziło wymóg elastyczności i potencjału adaptacji do podstawowych wymagań pracodawców. Fakt, że działo się to w czasie, gdy skończył się socjalizm, pewnie nie jest przypadkiem (wszystkie dobre strony uprzemysłowienia traciły na Zachodzie na wartości właśnie wtedy, gdy w bloku wschodnim wciąż postrzegano je jako drogę do rozwoju). Jednak w rzeczywistości społecznej, te dwa procesy połączyły się w ciekawy sposób, a każdy z nich wymagał adaptacji do zmiany. W efekcie presja na robotników stała się ogromna. Musieli zmienić nie tylko to, co robili i jak to robili, ale także to, kim byli. Chodziło o coś więcej niż prostą adaptację: o gruntowną transformację „ja”, stworzenie się na nowo.

Łódź – Boulder, Kolorado, listopad 2005