



Rudolf Sikora

Koniec Antropocénu? 1985/2018

Tajomstvá sledovateľského kapitalizmu

Shoshana Zuboff*

V porovnaní s tým, čo dokáže Google, je štátna kontrola naivná. Tento koncern vytvára úplne nový druh kapitalizmu, novú systematickú a ucelenú logiku akumulácie, ktorú by sme mohli nazvať „sledovateľský kapitalizmus“. Sme proti nemu bezmocní?

Prednedávnom predbehol Google aj firmu Apple a po prvýkrát od roku 2010 sa stal sa najvyššie hodnotenou firmou sveta. (V tom čase mali obe firmy hodnotu zhruba 200 miliárd dolárov; dnes je hodnota každej 500 miliárd). Google si síce túto pozíciu udržal iba niekoľko dní, ale úspech tejto firmy dopadol na všetkých ľuďoch, ktorí majú prístup na internet. Prečo? Pretože Google je základňou pre celkom nový odrodu kapitalizmu, v ktorom zisky plynú z jednostranného sledovania a zmien ľudského správania. Je to nový sledovateľský kapitalizmus. Ten je nepredstaviteľný mimo nepreniknuteľných vysokorychlostných sfér digitálneho univerza Google, ktorý sa rozhodujúcim spôsobom podpisuje pod internet a jeho nasledovníkov. Kým svet je ohromený konfrontáciou medzi Apple a FBI, pravda je tá, že každá štátna bezpečnosť závidí sledovateľské možnosti, ktoré vyvinuli sledovateľskí kapitalisti. Aké tajomstvá skrýva tento nový sledovateľský kapitalizmus, ako tieto firmy dosahujú také ohromujúce bohatstvo a ako sa môžeme brániť proti ich invazívnej moci?

Podaktorí povedia, že táto výpoveď je bezpochyby pravdivá. Iní vyslovujú obavy, že by sa pravdivou stať mohla. Nájdu sa však aj takí, ktorí ju považujú za smiešnu. Táto výpoveď však nie je citátom z dystopického románu, ani výrokom manažéra zo Silicon Valley, ale ani zástupcu NSA (National Security Agency). Je to výpoveď poradcu z odvetvia poisťovní áut o výhodách „telematiky motorových vozidiel“ i možnostiach kontroly týchto, údajne neškodných systémov so zarážajúco širokým dosahom, ktoré už dnes fungujú alebo sa vyvíjajú. Toto odvetvie sa preslávilo vykorisťovateľským vzťahom voči svojim klientom a má všetky dôvody obávať sa dôsledkov zavádzania samojazdiacich áut pre svoj obchodný model. Teraz sa však údaje o tom, kde sme, kam cestujeme, ako sa cítime, čo hovoríme, detaily o našom šoférovaní, o stave nášho vozidla menia na zdroje príjmov, ktoré otvárajú nové obchodné možnosti. Podľa literatúry z tohto odvetvia možno tieto údaje využívať na dynamické ovplyvňovanie vodičovho správania v reálnom čase,

* Pôvodne vyšlo ako *Wie wir Googles Sklaven wurden / The Secrets of Surveillance Capitalism* vo *Franfurter Allgemeine Zeitung* 5. marca 2016.

a to pomocou trestov (týkajúcich sa poisťovacích prémieí, finančných poistihov, zákazov jazdy, zablokovania motora) alebo odmien (zľavy, kupóny, zlaté hviezdičky pre budúce výhody).

Útok na údaje o našom správaní je taký brutálny, že už sa nedá opísať pojmom súkromnej sféry a jej ochrany. Ide tu o výzvu, ktorá ohrozuje existenciálny a politicky kánon moderného poriadku, ktoré ľudstvo vyvíjalo celé stovky rokov.

V tejto hre ide o predaj prístupu k reálnemu času vášho každodenného života — vašej reality — s cieľom priamo ovplyvňovať a meniť naše správanie a tieto poznatky premeniť na zisk. Tak sa otvárajú dvere k novému svetu obchodných možností: k reštauráciám, ktoré by sa chceli stať cieľom vašich výletov; k servisom, kde vám chcú vymeniť obloženie bŕzd; k obchodom, ktoré vás lákajú ako legendárne Sirény. Preto nikoho neudivilo nedávne oznámenie Googlu, že jeho mapy nebudú vodičom vyznačovať iba hľadané trasy, ale budú im navrhovať aj vhodné ciele.

Cieľ: zmeniť správanie ľudí vo veľkom

To všetko je však iba pohľad úzkou škáročkou do jednej-jedinej brandže, pričom týchto škáročiek je čoraz viac. Existuje bezpočet príkladov tejto novej logiky: od matných flašiek vodky až po internetom propagované rektálne teplomery, plus doslova všetko, čo sa medzi tieto dva produkty zmestí.

Útok na údaje o našom správaní je taký brutálny, že už sa nedá opísať pojmom súkromnej sféry a jej ochrany. Ide tu o výzvu iného kalibru, ktorá ohrozuje existenciálny a politicky kánon moderného, liberálneho poriadku, definovaného princípmi sebaurčenia, ktoré ľudstvo vyvíjalo celé stovky, ba tisíce rokov.

Kedysi sme z tohto útoku na údaje o našom správaní obviňovali štát a tajné služby. Neskôr aj nekalé praktiky niekoľkých bánk, kšeftárov s údajmi a internetové firmy. Podaktorí pripisujú tento útok nevyhnutnosti „doby veľkých dát“, akoby bolo možné uvažovať o dátach, že sa rodia čisté a bezúhonné a vznášajú sa v akejsi nebeskej sfére, kde sa fakty menia na pravdy.

Kapitalizmus bol unesený sledovaním

Útok, ktorému čelíme, je do veľkej miery poháňaný mimoriadnym apetítom novej odrody kapitalizmu, novou systematickou a ucelenou logikou akumulácie, ktorú nazývam „sledovateľský kapitalizmus“.

Kapitalizmus bol unesený lukratívnym projektom sledovania, ktorý podryva „normálne“ evolučné mechanizmy, spojené s jeho historickými úspechmi. Narúša tak jednotu ponuky a dopytu, ktorá celé storočia zabezpečovala, hoci nedokonalo, súlad medzi skutočnými potrebami ľudí a spoločností, a tým umožnila aj plodné rozšírenie trhovej demokracie.

Sledovateľský kapitalizmus je nová ekonomická mutácia, ktorá povstala z utajeného spojenia ohromnej moci „digitálneho“ s radikálnou ľahostajnosťou a vrodenu samolúbosťou finančného kapitálu a jeho neoliberalnej vízie, ktorá ovládla hospodársky život najmä v anglosaských ekonomikách ostatné tri desaťročia. Je to bezpríkladná forma trhu, ktorá korení a rozvíja sa v bezprávnom priestore.

Ako prvý ju objavil a konsolidoval Google. Neskôr, keď ju prevzal aj Facebook, rýchlo sa rozšírila po celom internete. Kyberpriestor sa stal miestom jej zrodu, pretože (ako ho velebila predseda predstavenstva Google/Alphabet Eric Schmidt a jeho spoluautor Jared Cohen už na prvej strane ich knihy o digitálnej dobe) „tento online svet v skutočnosti nie je viazaný pozemskými zákonmi..., je to najväčší zákonmi neregulovaný priestor sveta.“

Sledovateľský kapitalizmus využíva invazívne sily internetu ako zdroj tvorby a bohatstva, čím mení aj obchodné praktiky v reálnom svete. Využíva pre svoje účely závislé obyvateľstvo, ktoré nie je ani jeho zákazníkom, ani zamestnancom a ktorému sú do značnej miery neznáme jeho postupy.

Prístup k internetu ako základné ľudské právo

Len čo sme sa začali utiekať k internetu ako pomoci a riešeniu, naše potreby úspešného života začalo mariť vzdialené a bezohľadné pôsobenie kapitalizmu konca 20. storočia. Medzičasom novinári z BBC zistili, že 79 % ľudí v 26 krajinách považuje prístup k internetu za základné ľudské právo.

A práve tu sa vynárajú Scylla a Charybda našej kritickej situácie. Je takmer nemožné predstaviť si efektívnu spoločenskú participáciu — od zamestnania cez vzdelávanie po zdravotnú starostlivosť — bez prístupu k internetu a know-how, napriek tomu, že tieto kedysi previtajúce siete už podliehajú novému, ešte vykorisťovateľskejšiemu kapitalistickému režimu. Všetko sa to odohralo veľmi rýchlo a bez nášho vedomia a súhlasu. Pretože tie najhoršie nevýhody dokážeme iba veľmi ťažko rozpoznať a teoreticky pochopiť. Nielen pre ich extrémnu rýchlosť, ale najmä pre ich maskovanie pomocou drahých, nerozlúštiteľných počítačových operácií, utajených vnútrofirmych praktík, rétoricky majstrovských zavádzaní či vedomej sprenevere voči vlastnej kultúre.

Skrotenie tejto novej sily závisí od presného pomenovania. Máme sklon spoliehať sa na mentálne modely, slovníky a nástroje, ktoré sme vyvinuli počas predošlých katastrof. Spomeniem aspoň totalitné nočné mory 20. storočia či monopolistickú rabovačku počas „zlatého veku“ kapitalizmu. Ibaže: protilátky, ktorými sme sa zaštepovali proti ohrozeniam v minulosti, sú voči súčasným výzvam čiastočne, ba celkom neúčinné. Pripomína to hádzanie snehových gúľ na mramorovú stenu a pozorovanie toho, ako sa po istej chvíli kľžu po fasáde. Ostane po nich iba mokrá stopa: raz ako zbytočná snaha, inokedy ako pripomienka omylu.

Evolučný koniec

Pravdaže, sledovateľský kapitalizmus nie je jedinou súčasnou formou informačného kapitalizmu, ani jediným možným modelom pre budúcnosť. Rýchla akumulácia kapitálu a následná inštitucionalizácia urobili z neho štandardný model informačného kapitalizmu.

Pýtam sa preto: „Stane sa sledovateľský kapitalizmus dominantnou logikou akumulácie v našej dobe, alebo predstavuje slepú uličku evolúcie, akéhosi zubatého vtáka na dlhej vývojovej ceste kapitalizmu? A ako by mala vyzeráť účinná protilátka?“

Vyliečenie závisí od mnohých individuálnych, sociálnych a právnych úprav, som však presvedčená, že boj s „nepriateľskou chorobou“ sa nezaobíde bez nového chápania nových mechanizmov, ktoré vysvetľujú úspešnú premenu investícií sledovateľského kapitalizmu na kapitál.

Predpovedanie a predaj úspechu

Google je pre sledovateľský kapitalizmus tým, čím boli pred sto rokmi Ford a General Motors pre masovú výrobu a manažérsky kapitalizmus: objaviteľom, vynálezcom, priekopníkom, vzorovým modelom, hlavným aktérom a hlavným propagátorom. Google je materskou loďou a ideálnym typom novej ekonomickej logiky, ktorá stojí na prognózach a predaji, na starom a odnepamäti lukratívnom remesle, ktoré od prvopočiatku dejín ťaží z konfrontácie ľudí s neistotou. Paradoxne sa táto istota neistoty stala trvalým zdrojom obáv a zároveň jedným z najplodnejších faktov. Neistota istoty nás obdarila univerzálnou potrebou a túžbou po sociálnej dôvere a sociálnej súdržnosti; po systémoch sociálnej organizácie, rodinných väzbách a legitímnej moci; po zmluve ako formálnom uznaní vzájomných práv a povinností, ale aj teórie a praxe toho, čo voláme „slobodná vôľa“. Ak sa zbavíme neistoty, prideme o ľudské naplnenie v živote, ktoré sa spája s výzvou predvídať vždy neznámu budúcnosť. Neistotu potom nahradí prázdnota neustálej pripravenosti podrobovať sa plánom druhých ľudí.

Iba náhodná spojitosť s reklamou

Podaktorí odvodzujú úspechy Googlu z modelov reklamy. Ibaže objavy, ktoré viedli k rýchlemu nárastu príjmov a trhovej kapitalizácii, sú iba náhodne spojené s reklamou. Úspech Googlu stojí na schopnosti predpovedať budúcnosť, najmä budúcnosť správania. Google na začiatku zbieral dáta o správaní svojich užívateľov, spojenom s vyhľadávaním, ako vedľajší produkt tejto aktivity. Vtedy sa tieto súbory údajov vnímali ako odpad. Preto sa ich nikto ani len nepokúšal bezpečne a systematicky uchovávať. Mladá firma však čoskoro pochopila, že tieto súbory údajov by mohla využívať na učenie a sústavné vylepšovanie svojho vyhľadávača.

Problém však bol v tomto: poskytovanie úžasných výsledkov vyhľadávania „spotrebovalo“ celú hodnotu, ktorú užívatelia vytvorili, keď nevedomky poskytovali svoje behaviorálne dáta. Ide o uzavretý proces, v ktorom sú užívatelia jeho konečným cieľom. Celá hodnota, ktorú užívatelia vytvorili, sa reinvestovala do ich skúsenosti vo forme vylepšeného vyhľadávania. V tomto kolobehu už nebolo nič, čo by Google mohol premeniť na kapitál. Kým bola efektívnosť vyhľadávača odkázaná na behaviorálne dáta užívateľov rovnako ako užívatelia na potrebu vyhľadávania, vyžadovať poplatok za takú službu bolo veľmi riskantné. Google bol v pohode, ale to ešte nebol kapitalizmus. Bola to iba jedna z mnohých začínajúcich internetových firiem, ktoré vzbudzovali pozornosť, hoci nemali výnosy.

Obrat vo využívaní behaviorálnych dát

Keď v roku 2001 spľasla internetová bublina, tlak na investorov sa významne zvýšil. V tom čase si inzerenti volili pre svoje inzeráty isté vyhľadávacie stránky. Google sa pokúsil zvýšiť príjmy za reklamy aj tým, že svoje, v tom čase už pozoruhodné analytické schopnosti, sústredil na úlohu zvýšiť relevantnosť reklamy pre svojich užívateľov, a tým aj ich hodnotu pre inzerentov. Google sa vzhľadom na narastajúce zásoby údajov o správaní zameril na nový cieľ. Údaje sa začali využívať aj na zosúladenie inzerátov s kľúčovými slovami, využívajúc detaily, ktoré mohol poskytnúť len prístup k behaviorálnym dátam spolu s analytickými schopnosťami.

Dnes už vieme, že táto zmena použitia údajov o správaní sa stala historickým bodom obratu. Donedávna nedocenené alebo ignorované údaje boli znovuobjavené ako to, čo nazývam „behaviorálna nadhodnota“. Obrovský úspech firmy pri zosúladovaní inzerátov so stránkami odhalil transformačný potenciál tejto behaviorálnej nadhodnoty ako prostriedku na generovanie výnosov a napokon na premenu investícií na kapitál. Behaviorálna nadhodnota sa stala tým všetko meniacim, bezplatným aktívom, ktoré sa mohlo zmeniť z vylepšovania služby na skutočný produkt, s ktorým sa dá obchodovať.

Rozhodujúce pre tento model však je, že nová trhová výmena nie je len výmenou s užívateľmi, ale aj s inými firmami, ktoré pochopili, ako zarábať peniaze zo stávky na budúce správanie užívateľov. V tomto novom kontexte užívateľa už neboli konečným cieľom. Namiesto toho sa stali prostriedkom dosahovania ziskov na novom trhu, na ktorom nie sú ani kupcami, ani predavcami, ani produktmi. Stali sa zdrojom voľnej suroviny v novom procese výroby.

Faktorom, ktorý to spôsobil, bol objav prekvapujúco výnosnej obchodnej rovnice — celého radu zákonitých súvislostí, ktoré sa postupne inštitucionalizovali na svojráznu ekonomickú logiku sledovateľského kapitalizmu. Ako keby sme objavili novú exoplanétu s vlastnou fyzikou času a priestoru, s dňom dlhým 26 hodín, smaragdovo zelenou oblohou a suchou vodou.

Parazitická forma zisku

Podľa tejto rovnice: Po prvé, vyhľadávanie čoraz väčšieho počtu užívateľov, kanálov, služieb, prístrojov, miest a priestorov je imperatív pre prístup k neustále narastajúcej miere behaviorálnej nadhodnoty. Užívatelia sú prirodzený ľudský zdroj, ktorý poskytuje voľnú surovinu. Po druhé: nasadenie strojového učenia, umelej inteligencie a informačnej vedy na neustále zlepšovanie algoritmov predstavuje mimoriadne nákladné, vysoko rozvinuté a exkluzívne „výrobné prostriedky“ 21. storočia.

Po tretie: výrobný proces mení behaviorálnu nadhodnotu na „predvídané produkty“, ktoré majú predvídať správanie v krátkom čase. Po štvrté: tieto predvídané produkty sa predávajú na metatrhu, kde sa obchoduje výlučne s budúcim správaním. Čím je produkt lepší (teda predpovedateľnejší), tým je kupec vystavený menšiemu riziku, a tým je objem obchodov väčší. Zisky sledovateľského kapitalizmu plynú predovšetkým, ak nie výlučne, z takýchto trhov s budúcim správaním.

Keď sa začalo obchodovať s týmito produktmi, kupcami boli najmä reklamné agentúry. Neexistuje však žiadny dôvod, prečo by to tak malo ostať. Už dnes sa ukazuje, že každý aktér, ktorý má záujem speňažiť probabilistické informácie o našom správaní alebo ich chce ovplyvňovať, môže na tento trh vstúpiť ako kupec. Na tomto trhu sa obchoduje s budúcim správaním jednotlivcov, skupín, tíel i vecí. Takto sa nám kapitalizmus menil pred očami: najskôr využíval profity z produktov a služieb, neskôr zisky zo špekulácií, a teraz zisky zo sledovania. Táto ostatná mutácia by mohla vysvetliť, prečo explózia „digitálneho“ nemala doteraz významnejší vplyv na hospodársky rast. Odpoveď je jednoduchá: pretože z toľkých nevidaných možností sa väčšina využila na parazitické formy zisku.

Neoriginálny hriech

Význam behaviorálnej nadhodnoty sa v Googli a neskôr aj v celej internetovej sfére pokúšali pohotovo maskovať etiketami ako „digitálny výťažok“, „digitálne omrvinky“ a podobne. Tieto eufemizmy pre behaviorálnu nadhodnotu pôsobia ako ideologické filtre rovnako, ako prvé mapy severoamerického kontinentu pomenúvali celé oblasti termínmi: „Pohania“, „Neveriaci“, „Služobníci bôžikov“, „Primitívi“, „Vazali“ alebo „Rebeli“. Prostredníctvom takého nálepkovania boli pôvodní obyvatelia, ich územia a nároky vymazaní z morálnych a právnych rovníc uchvatiteľov, legitimujúcich svoje konanie ako zaberanie a plienenie v mene cirkvi či kráľa.

*Vyžadovať od sledovateľských kapitalistov
ohľad voči súkromnej sfére či ukončenie komerčného
sledovania v internete by malo rovnaký efekt,
ako keby sme Henryho Forda vyzvali, aby vlast-
noručne montoval každý diel modelu T.*

Dnes sme sa sami stali pôvodnými obyvateľmi, ktorých nároky na sebaurčenie sa z máp nášho správania vytratili. Boli odstránené v rámci ohurujúceho, brutálneho aktu vyvlastňovania prostredníctvom sledovania, ktoré v túžbe po poznatkoch a vplyve na tie najjemnejšie detaily nášho správania nerešpektuje nijaké hranice a obmedzenia. Tomu, koho ešte logický dôsledok globálneho procesu komercionalizácie udivuje, by sme mali povedať, že ide o konečnú fázu vyvlastnenia našej najintímnejšej, každodennej reality, ktorá sa znovuzrodila ako správanie, aby bola monitorovaná a modifikovaná, kupovaná a predávaná.

Zakladajúci akt vyvlastnenia v službách novej, na zisku zo sledovania postavenej kapitalistickej logiky umožnil Googlu stať sa kapitalistickým podnikom. A zakladateľ Googlu Sergey Brin si v roku 2002, keď Google po prvýkrát dosiahol zisk, prelom do „systému“ patrične vychutnával: „Priznávam, že v období internetového boomu *dotcomu* som sa cítil ako hlupák. Vlastnil som internetový startup ako všetci ostatní. Všetci sme pracovali bez zisku, a nebolo to ľahké. Až keď sme neskôr vstúpili do zóny zisku, mal som pocit, že sme vybudovali skutočný podnik.“

Prelom do „systému“

Vyžadovať od sledovateľských kapitalistov ohľad voči súkromnej sfére či lobovanie za ukončenie komerčného sledovania v internete by malo rovnaký efekt, ako keby sme Henryho Forda vyzvali, aby vlastnoručne montoval každý diel modelu T. Takéto požiadavky sú existenčné ohrozenia, ktoré

narúšajú základné mechanizmy prežitia danej entity. Ako by sme mohli od firmiem, ktorých existencia závisí od behaviorálnej nadhodnoty, požadovať, aby sa vzdali zhromažďovania údajov? Bolo by to, akoby sme ich žiadali, aby spáchali samovraždu.

V súlade s imperatívmi sledovateľského kapitalizmu musí vždy existovať väčšia behaviorálna nadhodnota pre Google a ďalších, aby sa premenila na sledovateľské aktíva, vládla ako predpoveď, predávala sa exkuzívne na trhoch budúceho správania a menila sa na kapitál.

V Googli a jeho novej holdingovej firme Alphabet sa napríklad všetky operácie a investície zameriavajú na vyťaženie behaviorálnej nadhodnoty z ľudí, tiel, vecí, procesov a miest vo virtuálnom, ale aj v reálnom svete. To je tá planéta s dňom dlhým 26 hodín a so smaragdovo zelenou oblohou. Iba sociálna revolta, ktorá dokáže zrušiť kolektívny súhlas s praktikami, vyplývajúcimi z vyvlastnenia správania, znemožní sledovateľskému kapitalizmu naplniť jeho osud.

Akú novú protilátku na to máme? Potrebujeme si znovu predstaviť, ako zasiahnuť do špecifických mechanizmov, ktoré produkujú sledovateľské zisky, a tým vrátiť primát liberálnemu poriadku v kapitalistickom projekte 21. storočia. Pritom musíme mať na pamäti, že obviniť Google a ďalších sledovateľských kapitalistov z monopolizácie by bolo pokusom vyriešiť problém tohto storočia prostriedkami toho minulého! Aj tieto prostriedky a riešenia síce ešte fungujú, ale voči obchodnému modelu sledovateľského kapitalizmu sú nemožné.

Potrebujeme nové zásahy, ktoré prerušia, zakážu alebo budú regulovať ústredné faktory tohto modelu: nadobúdania behaviorálnej nadhodnoty; využívanie behaviorálnej nadhodnoty ako voľnej suroviny; širokej a exkluzívnej koncentrácie nových prostriedkov výroby; produkciu prognostických produktov; predaja prognostických produktov; využívania predvídaných produktov na modifikovanie, ovplyvňovanie a kontrolu; a monetizáciu týchto operácií. Najmenej tieto opatrenia sú nevyhnutné pre ďalší zdravý vývoj kapitalizmu.

Puč zhora

V rámci bežného naratívu o ohrození súkromnej sféry sa traduje, že inštitucionálne utajovanie sa zvyšuje, ale individuálne právo na ochranu údajov eroduje. Toto tvrdenie je však zavádzajúce, pretože súkromná sféra a utajovanie nie sú protikladmi, ale navzájom sa podmieňujú. Utajovanie je následkom, súkromná sféra príčinou. Uplatňovanie práva na súkromie umožňuje voľbu: môžeme sa rozhodnúť, či niečo budeme utajovať, alebo s niekým zdieľať.

Právo na súkromie tak obsahuje právo na rozhodovanie, ale toto právo je iba vrchnákom na Pandorinej skrinke nášho liberálneho poriadku. V skrinke sa stretáva politická a ekonomická suverenita s ešte hlbšími, jem-

nejšími záležitosťami a premiešava sa s nimi: s ideou individua, so vznikom pojmu Ja či skúsenosťou slobodnej vôle.

Sledovateľský kapitalizmus nespôsobuje eróziu práva na rozhodovanie (spolu s jeho príčinami a následkami), ale smeruje k jeho novému prerozdeľovaniu. Čoraz viac ľudí už prišlo o svoje práva, pretože tieto práva sa koncentrujú vo vnútri sledovateľského režimu a otvárajú tak nové dimenzie sociálnej nerovnosti.

Sledovateľský kapitalizmus prerástol bežnú, inštitucionálnu oblasť súkromného podnikania. Akumuluje nielen sledovateľské aktíva a kapitál, ale aj práva. Toto jednostranné prerozdeľovanie zabezpečuje súkromne spravovaný a riadený režim tým, že si vynucuje povolnosť pomocou odmeny a trestu. Taký režim sa dá iba ťažko odhaliť a sankcionovať. Nepracuje iba so zmysluplnými mechanizmami súhlasu, ani v rámci tradičných, s trhmi prepojených vzorov „migrácie, protikladu či lojality“, ani v podobe demokratickej kontroly podľa vzoru práva a regulácie.

Hlboko antidemokratická moc

Výsledkom je, že sledovateľský kapitalizmus pestuje naozaj hlbokú antidemokratickú moc, ktorá sa rovná puču zhora. Pravdaže nie je to *coup d'état* v tradičnom zmysle slova, ktorý platí pre štát, ale *coup des gens*, prevrat, ktorý oberá ľudí o ich suverenitu. Napáda princípy a praktiky sebaurčenia v psychickom živote a spoločenských vzťahoch, v politike a vládnutí, pre ktoré ľudstvo dlho trpelo a prinášalo obeť. Už z týchto dôvodov by sme tieto princípy nemali obetovať na oltári jednostranných snáh znetvoreného kapitalizmu.

Ešte horšie by bolo, keby sme sa našich princíпов vzdali kvôli nevedomosti, naučenej nemohúcnosti, nepozornosti, pohodlnosti, zvyku či ľahostajnosti. Pretože toto je aréna, v ktorej sa odohrá náš boj o budúcnosť.

Samotný fakt sledovateľského kapitalizmu vyvoláva pobúrenie, pretože zraňuje ľudskú dôstojnosť. Budúcnosť tohto naratívu bude závisieť od odhodlania vedcov a novinárov, ktorí pochopia, že ich autorita je ukotvená v hodnotách demokratických spoločností, ale aj od postoja rozhorčených občanov, ktorí sa zaktivizujú s vedomím, že účinnosť bez autonómie nie je efektívna, a povolnosť, ako dôsledok závislosti, nie je spoločenskou zmluvou. A sloboda od neistoty nie je žiadna sloboda.

PRELOŽILI EUGEN GINDL A EMIL VIŠŇOVSKÝ