



David D. Cain: Váš životní styl už nalajnovali jiní

Článek pochází ze stránek raptitude.com, zveřejněno na stránkách archetypal.cz se svolením autora.
Korektura Jana Kinská.

V západním světě velké společnosti úmyslně nechaly vzniknout a podporují životní styl založený na zbytečném utrácení. Firmy ve všech odvětvích mají velký zájem na tom, aby průměrný člověk radostně vydával peníze za hlouposti. Podněcují nás k nevědomému a nepotřebnému nakupování, kdykoli jen mohou.

Tak jsem se vrátil do světa práce. Našel jsem si dobře placené místo inženýra a zdá se, že se po devíti měsících cestování život vrací do starých kolejí.

Protože jsem na cestách měl naprosto jiný životní styl, při návratu k osmihodinové pracovní době jsem si uvědomil něco, co jsem předtím neviděl.

Už od chvíle, kdy mi práci nabídli, jsem si dával daleko méně pozor na peníze. Nedělal jsem hlouposti, jen jsem je vytahoval z peněženky trochu moc rychle. Jeden malý příklad: už si zase dávám drahé kávy, přestože doma nejsou zdaleka tak dobré jako flat white na Novém Zélandu a nemohu si je vychutnat na prosluněné zahrádce kavárny. Když jsem cestoval, vydaje jsem si vždy lépe rozmyslel, a pak jsem si je více užil.

Nemluvím o velkých, extravagantních výdajích. Jde mi o drobné, náhodné, roztržité utrácení peněz za věci, které ve skutečnosti můj život moc nezlepšují. A to první výplatu dostanu vlastně až za dva týdny.

S odstupem času mám pocit, že jsem to takhle dělal vždycky, když jsem měl dobrou práci — v obdobích „prosperity“ jsem vesele utrácel. Po devíti měsících života baťůžkáře bez příjmu si tento fenomén uvědomuji mnohem víc.

Myslím, že to dělám, protože mám pocit, že jsem znovu získal jistý status, teď když jsem opět dobře placeným pracovníkem. Zdá se, že mi to dává nárok na jistou úroveň plýtvání. Když utratíte pár dvacek bez vteřiny zamyšlení, dá vám to zvláštní pocit moci. Je příjemné užívat si moc vašich peněz, když víte, že rychle „dorostou zpátky“.

Moje chování vůbec není neobvyklé. Vypadá to spíš, že to děláme všichni. Dokonce mi připadá, že jsem se prostě jen vrátil k normální spotřebitelské mentalitě, poté, co jsem se jí na chvíli vzdálil.

Jedno z největších překvapení na mých cestách bylo, že za měsíc putování po cizích zemích (včetně zemí dražších než Kanada) jsem utratil méně než jako obyčejný pracující doma. Měl jsem mnohem víc volného času, navštěvoval jsem některá z nejkrásnějších míst na světě, potkával jsem spousty nových lidí, žil jsem v klidu a míru, zkrátka užíval jsem si nezapomenutelné zážitky, a nějakým zázrakem mě to všechno stálo méně než skromný život pracujícího na plný úvazek v jednom z nejméně drahých kanadských měst.

Zdá se, že na cestách jsem za každý svůj dolar dostal mnohem více. Proč?

Kultura zbytečnosti

V západním světě velké společnosti úmyslně nechaly vzniknout a podporují životní styl založený na zbytečném utrácení. Firmy ve všech odvětvích mají velký zájem na tom, aby průměrný člověk radostně vydával peníze za hlouposti. Podněcují nás k nevědomému a nepotřebnému nakupování, kdykoli jen mohou.

David D. Cain: Váš životní styl už nalajnovali jiní

V dokumentu *The Corporation (Korporace)* popisuje marketingová psycholožka jednu z metod, jež používá ke zvýšení prodeje. Její zaměstnanci provedli výzkum o tom, jaký vliv má škemránání dětí na pravděpodobnost, že jim rodiče koupí určitou hračku. Zjistili, že ke 20 % až 40 % koupí *by vůbec nedošlo*, kdyby děti na rodiče nedotíraly. Stejně tak by se neuskutečnila jedna ze čtyř návštěv v zábavních parcích. Na základě těchto studií zaměřila firma marketing produktů přímo na děti a vedla je k tomu, aby tlačily na své rodiče.

Jen tato jediná marketingová kampaň představuje milióny dolarů, které byly utraceny na základě zcela uměle vytvořené poptávky.

Můžete zmanipulovat spotřebitele, aby chtěli vaše produkty a tím pádem si je koupili. Je to hra. – *Lucy Hughes, spoluautorka studie "The Nag Factor" (Faktor otravování rodičů)*

Toto je jen jeden malý příklad něčeho, co se ve skutečnosti už děje velice dlouho. Velké společnosti nevydělalý své milióny propagováním skutečných kvalit svých produktů. Zbohatly na vytvoření kultury stovek miliónů lidí, kteří kupují více, než potřebují, a pokouší se pomocí peněz zbavit pocitu nespokojenosti.

Kupujeme si věci, abychom si udělali radost, abychom udrželi krok s ostatními, abychom si splnili dětské sny o tom, jaké bude být dospělý, abychom předvedli světu, jak si stojíme, a ze spousty dalších psychologických důvodů, které mají velmi málo společného se skutečnou užitečností výrobku. Kolik se ve vašem sklepě nebo garáži povaluje věcí, které už jste více než rok nepoužili?

Skutečný důvod, proč pracujeme čtyřicet hodin týdně

Hlavním nástrojem, který slouží korporacím k udržení tohoto typu kultury, je 40hodinový pracovní týden jako normální životní styl. Za těchto pracovních podmínek si lidé musí budovat vlastní život po večerech a o víkendech. Taková situace přirozeně zvyšuje náš sklon utrácet hodně peněz za zábavu a požitky, protože náš volný čas je tak vzácný.

Jsem zpět v práci teprve několik dní, a už si všímám, že z mého života rychle mizí zdravé aktivity: procházky, cvičení, čtení, meditace a psaní.

Všechny tyto činnosti mají něco podezřele společného: stojí málo peněz, nebo vůbec žádné, vyžadují však čas.

Najednou mám o hodně více peněz a o hodně méně času, což znamená, že mám podstatně více společného s typickým pracujícím Severoameričanem, než jsem měl před několika měsíci. Když jsem byl na cestách, ani chvíli bych neváhal strávit celý den putováním po národním parku nebo si několik hodin číst na pláži. Teď se zdá, že takové věci nepřichází v úvahu. Pokud bych něco z toho udělal, zabralo by mi to většinu z jednoho z mých vzácných víkendových dní!

To poslední, co se mi chce dělat, když přijdu z práce, je tělesné cvičení. A je to také to poslední, do čeho se mi chce po večeri, před spaním nebo po probuzení. A to už je všechen čas, který v pracovní dny mám.

Zdá se, že tento problém má jednoduché řešení: pracovat méně a mít víc volného času. Už jsem si vyzkoušel, že můžu žít [naplňujícím životem](#) s menším příjmem, než jaký mám teď. To je však v mém oboru, a většině ostatních, bohužel téměř nemožné. Buď pracujete 40 a více hodin, nebo nepracujete vůbec. Moji zákazníci a dodavatelé jsou tak pevně zakotveni v kultuře standardního pracovního dne,

David D. Cain: Váš životní styl už nalajnovali jiní

že je prakticky nelze žádat, aby po mně nic nechtěli po jedné odpoledne, i kdybych k tomu dokázal přesvědčit svého zaměstnavatele.

Osmihodinový pracovní den vznikl během průmyslové revoluce v Británii, v 19. století. Přinesl úlevu dělníkům v továrnách, kteří byli předtím vykořisťováni čtrnácti- nebo šestnáctihodinovými pracovními dny.

Jak se rozvíjely technologie a pracovní postupy, všechny obory začaly být schopny produkovat mnohem více v mnohem kratším čase. Zdálo by se, že by takový vývoj měl vést ke zkrácení pracovní doby.

Ale osmihodinová pracovní doba je pro velké korporace příliš výhodná, než aby se dala zrušit. Ne kvůli množství práce, kterou lidé za těch osm hodin vykonají (průměrný člověk pracující v kanceláři ve skutečnosti udělá za 8 hodin méně než 3 hodiny práce), ale protože vytváří masu lidí toužících nakupovat. Když udržujete stav, kdy je volný čas vzácný, lidé si zaplatí mnohem více za pohodlí, uspokojení, za jakoukoli úlevu, která se dá koupit za peníze. Budou se dál dívat na televizi, sledovat reklamy. Jejich ambice mimo práci budou minimální.

Byli jsme vlákáni do životního stylu, který byl navržen tak, aby nás udržoval unavené, hladové po požitcích, ochotné draze platit za drobné úspory času a za zábavu, a především tak nějak nespokojené s naším životem, takže pořád dál chceme další věci, které nemáme. Nakupujeme tolik, protože se pořád zdá, že nám něco chybí.

Západní ekonomiky, obzvláště hospodářství Spojených států, jsou systematicky budovány vysoce vykalkulovaným způsobem, na základě drobných uspokojení, závislostí a zbytečného utrácení. Utrácíme, abychom si udělali radost, abychom slavili, abychom potlačili problémy, prokázali svůj společenský status nebo zahnali nudu.

Dokážete si představit, co by se stalo, kdyby celá Amerika najednou přestala kupovat tolik zbytečných nesmyslů, které náš život nijak nezlepšují?

Ekonomika by se zhroutila a už nikdy by se nevzpamatovala.

Všechny dobře známé problémy Ameriky, jako je obezita, deprese, znečištění životního prostředí a korupce, jsou důsledky udržování ekonomiky o objemu biliónů dolarů. Aby byla ekonomika "zdravá", musí Amerika zůstat nezdravá. Zdraví lidé nemají pocit, že potřebují o moc víc, než co už mají. To znamená, že si nekupují spousty hloupostí, nevyhledávají tolik pasivní zábavy a nebaví je sledovat moře reklam.

Kultura osmihodinového pracovního dne je nejsilnějším prostředkem, jak udržovat lidi ve stavu nespokojenosti, kdy jedinou odpovědí na každý problém je něco si koupit.

Možná jste slyšeli o Parkinsonově zákoně. Často se užívá, když hovoříme o nakládání s časem: čím více času jste na něco dostali, tím déle vám to potrvá. Je fascinující, kolik toho dokážete udělat za dvacet minut, když nemáte ani o minutu více. Ale jestliže máte k dispozici celé odpoledne, pravděpodobně vám to potrvá mnohem déle.

Většina z nás zachází s penězi stejně. Čím více vyděláváme, tím více utrácíme. Není to tak, že bychom najednou potřebovali více věcí, protože vyděláváme více peněz. Nakupujeme prostě jen proto, že můžeme. Ve skutečnosti je docela obtížné nezvýšit svou životní úroveň (nebo alespoň rychlost utrácení peněz) pokaždé, když dostaneme přidáno.

Nemyslím si, že je nutné opustit celý ten ohavný systém a odejít do lesů, předstírat, že jsme

David D. Cain: Váš životní styl už nalajnovali jiní

hluchoněmí, jak si často představoval Holden Caulfield. Ale rozhodně by nám mohlo prospět, kdybychom pochopili, co od nás velké korporace doopravdy chtějí. Už desetiletí pracují na vytváření miliónů dokonalých konzumentů. Podařilo se jim to. Pokud nejste opravdu výjimečný člověk, váš životní styl už nalajnovali jiní.

Dokonalý zákazník je nespokojený, ale doufá. Nemá zájem o skutečný rozvoj sebe sama, je silně závislý na televizi, pracuje na plný úvazek, má slušný příjem, ve svém volném čase si dopřává spoustu požitků a tak nějak vyžije.

Jste to vy?

Ještě před dvěma týdny bych řekl: ne, to v žádném případě nejsem já. Ale jestli všechny moje předchozí týdny, kdy jsem pracoval, byly stejné jako tenhle poslední, dost možná jsem si jen něco namlouval.

Stál tento překlad za přečtení?

Dejte o něm vědět i lidem kolem sebe, které by mohl zajímat. Ohlasy čtenářů jsou tou nejlepší reklamou - jinou ani nemáme.

Jelikož Vaše reakce jsou pro nás hlavní odměnou a motivací, budeme rádi, když nám své ohlasy budete psát - ať už do komentářů pod stránkou nebo třeba [na mail](#).

Na stránce archetypal.cz najdete ještě další, přinejmenším stejně zajímavé překlady.

Také nás můžete sledovat na sociálních sítích:

facebook.com/archetypal.cz

twitter.com/archetypal_cz

plus.google.com/+ArchetypalCz