

Pavle Terzič

Marketing communication and PR, University of Ljubljana - Faculty of Social Sciences

pavle.terzic@isolacinema.org

Title: The Power of Choice

### **Abstract**

One of the innumerable mass markets is the personality market. Two people fall in love when they feel that they have found the best possible object that they can get considering the limitations of their own exchange potentials. The personality market is defined using four essential properties: personality, love, imagination, and conflict. Using the exchange theory and the principle of choice, relations in the exchange process are then discussed. A side product of modern ideology is the inability of decision-making, which inevitably leads into conflict given that the object of love always escapes us. The always present possibilities to make our own choices represent the power of each individual which, however, in the continual chase of the elusive object grows into conflict. Does love bear enough power to win the power of the capitalist ideology, which is based on apparent choice and which inevitably leads to the questioning of our decisions and hence internal conflict?

Keywords: exchange, market, personality, love, conflict, object, ideology

Naslov: Moč izbire

### **Izvleček**

V pričajočem razmišljanju bom skušal prikazati, da poleg nešteto množičnih trgov obstaja tudi trg osebnosti, ki predpostavlja, da se dva človeka zaljubita, ko čutita, da sta našla najboljši objekt, ki ga lahko dobita na trgu glede na meje lastnih menjalnih vrednosti. Na trgu, ki ga opredelim s štirimi lastnostmi, ki so osebnost, ljubezen, imaginacija in konflikt, s pomočjo teorije družbene menjave poskušam pojasniti odnose v menjavi. Ob tem si pomagam s pojmom izbire, kjer je stranski produkt moderne ideologije nezmožnost odločanja, kar vodi v konflikt, ker se nam objekt ljubezni vedno izmuzne. Nenehne možnosti izbire predstavljajo navidezno moč posameznika, ki v nenehnem lovljenju izmuzljivega objekta preraste v

konflikt. Ali je ljubezen lahko sploh tako močna, da preseže moč kapitalistične ideologije, ki temelji na navidezni izbiri in nujno vodi k preizpraševanju pravilnosti naše izbire in torej notranjim konfliktom?

Ključne besede: menjava, trg, osebnost, ljubezen, konflikt, objekt, ideologija

Razmišljanja na temo ljubezni, konflikta in imaginacije bom poskušal pojasniti v okviru menjalnega procesa in v nedvomno dominantni vlogi moderne ideologije, »da se dva človeka zaljubita, ko čutita, da sta našla najboljši objekt, ki ga lahko dobita na trgu glede na meje lastnih menjalnih vrednosti. Pri tem nam privlačnost pomeni nek skupek lastnosti, ki so v nekem času priljubljene in po katerih vlada povpraševanje na trgu osebnosti.« (Fromm 2006, 14). Temeljni psihološki proces, ki pogojuje nastanek družbene menjave, je družbena privlačnost (Blau v Jančič 1991, 31). Družbena privlačnost pa je tisti dejavnik, zaradi katerega posamezniki vstopajo v skupinsko življenje. Ko se 'odločamo' o tem, kdo nas privlači, je bistvenega pomena zagotovilo želene nagrade, za katero pričakujemo, da jo bomo v zvezi z drugo osebo dobili, pri čemer pa upoštevamo tudi lastne možnosti za zamenjavo. (Fromm 2006)

Ideal romantične ljubezni obstaja. Ljubezen je ena od zadnjih religij, kjer ima lahko vsak potencialen dostop do velike ljubezni. Ta ga bo izpolnjevala v vseh oblikah, sprožala mu bo užitek in spoštovanje. Na drugi strani pa smo indoktrinirani z idejo izbire. Tudi na ravni intimnega življenja se obnašamo kot potrošniki. Zato je stranski produkt ideologije izbire tudi to, da se ljudje ne morejo odločiti. Vedno več ljudi je, ki stojijo na razpotju vseh različnih možnosti. In tu se pojavi tudi strah izgube: ko izberemo eno možnost, izgubimo drugo, ki se ne povrne. (Maličev in Salecl 2010)

Ali lahko rečemo, da je ljubezen sprva menjava s samim seboj, ki nato preide v moč, da izkusimo ljubezen, in končno v konflikt? Problem ljubezni je problem objekta, ne pa problem sposobnosti. Usmerjenost k objektom je lastnost menjave blaga. Izdelek lahko pač zamenjamo za drug izdelek (Andolšek 2003). Četudi ljudje mislijo, da je ljubiti preprosto, pa je težko najti pravi objekt, ki bi ga ljubili (Fromm 2006).

V problemu ljubezni vidi večina ljudi predvsem vprašanje, ali so ljubljene, ne pa vprašanja, ali ljubijo (Fromm 2006). Prvo stopnjo pri vzpostavljanju družbenega odnosa pomeni nastanek vzajemnosti oziroma začetno pričakovanje vračila oziroma pridobitev želene nagrade (Andolšek 2003). Pri tem konkurenčne povezave vidimo tako v partnerjih moškega kot ženskega spola, konkurenčna prednost v obojestranskem smislu pa je približevanje lastnemu idealu ali idealu ženskega spola, ki ga želimo doseči (Jančič 1999). Privlačnost za Fromma (2006) pomeni prijeten set dražljajev ali lastnosti, ki so priljubljene in po njih vlada povpraševanje na trgu osebnosti. Torej oba partnerja v situaciji menjave iščeta neko nagrado

oziroma zadovoljitev neke potrebe ali želje. Vsak posameznik išče znotraj nekega svojega referenčnega polja osebo, ki lahko da največjo obljubo zadovoljitve njegove potrebe. Te potrebe so v ljubezni odvisne tako od psiholoških, duhovnih kot tudi zgolj fizičnih dejavnikov. Ljubezen je druga pot do spoznavanja skrivnosti. Ko pa skrivnosti ni več, nastane novi odnos. Ljubezen postane dejavno prodiranje v drugega človeka, združitve z njim pa nas pripelje do potešitve želje po vedenju, spoznavanju sebe in vsakogar.

O zmotah, da se o ljubezni ni treba ničesar naučiti, Fromm (2006) zapiše, da je trenutek enovitosti, ko se dva človeka zblížata in na ta način podreta zidove med njima, eno najbolj intenzivnih doživetij, ki jih lahko izkusimo, hkrati pa dvomi v trajnost take vrste ljubezni. Pri ljubezni se pogosto zgodi, da se človeka dobro spoznata, hkrati njuna intimnost izgublja svoj čudežni značaj, dokler njuna številna nasprotja in njuno razočaranje ne ubijejo tistega, kar je ostalo od začetnega navdušenja. Ob tem bi se navezal na Homansa, ki pravi, da je po navadi lastni vložek bolj cenjen v primerjavi s protivrednostjo drugega. Zaradi tega je ključno, da nasprotna stran sprejme naš dokaz vrednosti vložka. Zaradi nesoglasij pa to postane težavno (Homans v Jančič 1999, 26).

Ali je v primeru ljubezni to težje dosegljivo? Naučiti se, kako ljubiti, je tako kot naučiti se katerekoli druge umetnosti, kar pomeni, da moramo umetnosti ljubezni posvetiti vso svojo skrb in se je izučiti s pomočjo veliko prakse, ki je temeljnega pomena za vsako umetnost. Ljubezen je tako kot menjava dejavnost in ni pasivno stanje. Zato lahko ljubezen opredelimo kot dejavno zavzemanje za življenje in rast tistega, ki ga ljubimo. (Fromm 2006) Če te dejavnosti ni več ali če se te dejavnosti ponavljajo, posamezniki ugotovijo, da tudi v prihodnje ne morejo pričakovati recipročnosti in zato ne vstopajo v nove procese menjave. (Blau v Jančič 1999, 29) Če ni recipročnosti, pa govorimo z jezikom moči.

Najmočnejše nagnjenje v človeku je želja po medosebni spojitvi, ki je najbolj bistvena sila, ki povezuje človeški rod, družine, družbo. Po načelih teorije družbene menjave to v praksi pomeni, da je v procesu menjave potrebno doseči popolno prekrivanje, da pridemo do idealne menjave. Ljubiti pa ne pomeni ljubiti enega samega človeka, saj ljubezen do le enega pomeni simbiotsko navezanost ali zgolj razširjeni egoizem. Ljubezen je stališče, ki je usmerjeno in določa povezanost človeka s celoto in ne z enim samim objektom ljubezni. Za razliko od bratovske ljubezni, ki je ljubezen med enakimi, in materinske ljubezni, ki je ljubezen do nemočnega, imamo opravka z razmerji moči. O idealni menjavi lahko govorimo, ko imamo

opravka z erotično ljubeznijo. Erotična ljubezen je hrepenenje po popolni spojitvi, po združitvi z drugim posameznikom. Ker je spolna želja po mnenju večine ljudi zvezana s pojmom ljubezni, zmotno sklepajo, da ljubijo, kadar si drug drugega telesno želijo. Erotična ljubezen je lahko tudi varljiva, ker lahko naletimo na dvojico, »ki se ljubi« in ne čuti ljubezni do nikogar drugega. V takem primeru gre za egoizem v dvoje in njun občutek, da sta se združila, je samo slepilo. Bistvo ljubezni je odločitev, da bomo svoje življenje posvetili drugemu. (Fromm 2006)

Po teoriji družbene menjave »povezave med posamezniki in družbenimi skupinami temeljijo na osnovni človekovi potrebi, potrebi po druženju« (Jančič 1999, 36). Če pa k temu dejstvu dodamo razmišljanje Fromma, ugotovimo, da je človekova potreba po druženju posledica izogibanja osamljenosti ne glede na to, za kakšno menjavo gre. Če se želimo izogniti osamljenosti, si lahko postavimo vprašanje, ali ne gre za dejanje sebičnosti in pričakovanja, da je vložek v ljubezen vsaj minimalno nižji od dobljenega rezultata, kar je v osnovi že samo po sebi konflikt? Sebičnost in ljubezen do sebe nista identična, temveč nasprotna. Kdor je sebičen, sebe ljubi premalo, zato želi od življenja dobiti tista zadovoljstva, do katerih zaradi sebe samega ne more priti. Čeprav se zdi, da je poglobljena skrb zanj on sam, pa gre le za prekrivanje njegove lastne skrbi in njegovega pravega jaza. (Fromm 2006)

Po Freudu je naloga jaza, da rešuje konflikte in vzpostavlja ravnotežje med željami nezavednega, realnostjo zunanjega sveta in družbenimi prepovedmi. Ideal jaza pa tako postane reakcija na nelagodje in frustracije, ki jih prinašata življenje in ljubezen, frustracije pa lahko vodijo v konflikt in imaginacijo o nečem drugem. Zato te stvari ponavljamo, ker je ponavljanje polno užitkov. Prisila k ponavljanju pa izhaja iz potrebe po užitku in njegovi tendenci k vrnitvi v zgodnje faze bivanja. (Ule 2000)

Zmožnost ljubezni je odvisna od človekove sposobnosti, da se osvobodi narcizma in incestne navezanosti na mater. Odvisna je tudi od tega, ali smo sposobni rasti in razvijati ustvarjalno orientacijo v svojih odnosih do sveta in do samega sebe. (Fromm 2006) Stimulusna predpostavka pravi, da če je v preteklosti obstajala stimulusna situacija, v kateri je bil posameznik nagrajen, ljubljen, bo v sedanjem času, v podobni situaciji, izvedel podobne aktivnosti. (Andolšek 2003)

Ko opisujeta družbeno menjavo, Thibaut in Kelly teorijo družbene menjave vpeljeta diadne povezave. Diadna soodvisnost je možna, če ta zagotavlja nagrade, ki so boljše v primerjavi z drugimi »konkurenčnimi« povezavami, ki so na voljo. (Thibaut in Kelly v Jančič 1999, 22) Poskušal bi narediti vzporednico s triado oziroma vlogo tretjega v menjavi. Na ta način se povezavi odvzame del osebne navezanosti in zmanjša vpliv posameznika v menjavi, ki preraste v konflikt. Te menjave potem usmerjajo manj obvezujoče kulture, norme, pravila. (Jančič, 1999) Občutek ljubezni se po navadi razvije ob upoštevanju takih človeških lastnosti, ki so v mejah človekovih možnosti za zamenjavo. Princip, ki je v ozadju kapitalistične družbe, in princip ljubezni sta nezdržljiva. V kapitalistični družbi, ki poudarja zgolj proizvodnjo in pohlep po materialnem in storitvah, se lahko ljubezni predajo le ljudje, ki so se današnjemu duhu družbe sposobni nekonformistično upreti. (Fromm 2006)

Medijski diskurzi ljubezni, ne glede na medij, nas nenehno opozarjajo, kako naj ljubimo. Ljubezen postaja oprijemljiv izdelek, ki ga je možno oblikovati, ustvarjati, preoblikovati, na koncu pa izkoristiti (uporabiti). Poleg tega postaja ta izdelek čedalje bolj opremljen z različnimi oznakami. Vprašamo se lahko, če sploh ljubimo in kdaj imamo ljubezni dovolj. Sodeč po njeni pojavnosti in prisotnosti, ljubezni ni nikoli dovolj, ker je nikoli ne moremo toliko zbrati, da bi nas nehalo skrbeti, da smo ljubljene. Rečemo lahko, da ko je enkrat ljubezen mogoče objektivizirati skozi navidezno izbiro, je ta poblagovljena, kar prispeva k vzdrževanju družbenega nadzora, saj ljudi zaziba v stanje omejenega ugodja, s katerim navkljub notranjim napetostim ohranja obstoječi red. (Adorno in Horkheimer 2002)

Vsak od partnerjev oblikuje na »trgu osebnosti« menjalni splet osebnosti, ljubezni, imaginacije in konflikta, ki je seveda nepopoln, ker ne poznamo pravih želja in potreb. Na drugi strani partner potrebuje zadovoljitev določenih želja in potreb ter svoj splet ponudi v proces menjave. Ker je erotična ljubezen hrepenenje po popolni spojitvi in polastitvi (moči), se lahko zgodi, da: »Partner zaupa drugemu partnerju in se sprijazni z neidealnim spletom, partner se skozi različne taktike drugega partnerja pusti prepričati, da je ponujeni splet v resnici idealen zanj, eden od partnerjev zahteva spremembo spleta drugega, eden od partnerjev se obrne k drugemu partnerju, ki mu pomaga zagotoviti primernejše komponente spleta, partner v menjavi se zaradi odsotnosti boljšega nadomestka sprijazni z neidealno ponudbo, eden od partnerjev odloži namero po izpolnitvi želje za kasnejši čas ali eden od partnerjev odstopi od namere, da bi si izpolnil željo.« (Jančič 1999, 141) Pretekle izkušnje neuspešne menjave med partnerjema privedejo do tega, da partnerja na osnovi pridobljenih

spoznanj premislita ali predrugačita svojo ponudbo. Novi splet se v prihodnji ali neki novi situaciji spet ponudi v menjavo z drugim partnerjem ali obstoječim partnerjem, upoštevajoč evolucijo obeh parterjev v interakciji. (Jančič 1999) Na prvi pogled se zdi, da menjava pomeni predvsem enostavno načelo »daj – dam«, vendar hitro postane jasno, da obstaja neskončno načinov, kako to pravilo kršiti, bodisi zaradi moči, privlačnosti, koristi ali zaradi pomanjkanja občutka. Pravila so pravzaprav tu zato, da jih kršimo.

Sam predmet ljubezni je neoprijemljiv pojem, ki označuje čustvo, zato je percepcija ljubezni vedno odvisna predvsem od posameznika, ki je vedno vpet v nek ideološki diskurz, saj kapitalizem temelji ravno na navidezni in navidezno svobodni izbiri. Navidezno svobodna izbira pa pri posamezniku sproža tesnobo in občutek krivde, da njegova odločitev, ki bi jo lahko navidezno svobodno sprejel, ni bila pravilna. (Maličev in Salecl 2010)

Ljubezen torej ni samostojna entiteta, ki bi jo bilo moč neodvisno preučevati, pač pa je relacija enega človeka z nečim drugim. Če upoštevamo binarno porazdelitev sveta, gre tudi za antipola ljubezen - konflikt, moč - ne moč. Poudarjanje izbire v kapitalistični ideologiji ljudi odvrta od usmerjenosti v kritiko družbe, saj jih usmerja v same sebe. (Maličev in Salecl 2010)

Ali je ljubezen torej lahko sploh tako močna, da preseže moč kapitalistične ideologije, ki temelji na navidezni izbiri in nujno vodi k preizpraševanju pravilnosti naše izbire in torej notranjim konfliktom? Moč ideologije vidim v polastitivi moči posameznika. Zato si kapitalizem ne izmišlja novih stvari, temveč svojo vlogo zgolj obnavlja na obstoječem prostoru, s tem pa zgolj krepi svojo moč. Zato tudi nikoli ne ponuja popolne slike ampak le obrise kot možnost izbire, kar praviloma vodi v občutek krivde, da se nismo odločili prav. Tako specifične, univerzalne in individualne lastnosti posameznika postanejo naturalizirane in nespremenljive. Stvar izbire ni več v rokah posameznika, temveč v naravnem redu stvari v družbi. S tem nas zaziba v stanje omejenega ugodja, s katerim navkljub notranjim napetostim ohranja obstoječi red. Že sami pogoji delovanja na trgu osebnosti so tisti dejavniki, ki določajo njihovo konformno ideološko vsebino. Zato tudi konflikti niso več odraz lastnega premisleka, temveč so vsiljeni od zunaj skozi ideološko kolonizacijo vsakdanjega življenja. Konflikt postane institucionaliziran in všteti v obstoječi red stvari.

Viri:

Andolšek, Stanislav. 2003. *Družbeni odnosi kot procesi (iz)menjave*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Fromm, Erich. 2004. *Imeti ali biti*. Ljubljana: Vale Novak.

Fromm, Erich. 2006. *Umetnost ljubezni in življenja*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Horkheimer, Max in Theodor W. Adorno. 2002. *Dialektika razsvetljenstva: Filozofski fragmenti*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Jančič, Zlatko. 1999. *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Salecl, Renata in Patricija Maličev. 2010. *Neposredna uporaba rezultatov znanosti v politiki odpira nove načine izključevanja*. *Delo*, 28. november. Dostopno prek: <http://delo.si/clanek/130702> (7. januar 2011)

Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete v vrtnicu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Velikonja, Mitja. 2003. *Mitografije sedanjosti – Študije primerov sodobnih političnih mitologij*. Ljubljana: Študentska založba.