

Adrian Oddwell

SERIA DLACZEGO TO JEST TAKIE GŁUPIE

Dlaczego kupujemy Rolexy i Porsche?

Absurd posiadania luksusu
i jego prawdziwe znaczenie



SPIS TREŚCI

INTRO.....	4
Rozdział 1 - Moment, w którym zegarek przestaje pokazywać godzinę	12
Rozdział 2 - Garaż jako autobiografia.....	22
Rozdział 3 - Dom, który zaczyna mówić zanim zdążysz zapukać	29
Rozdział 4 - Najdroższy luksus to ludzie, którzy siedzą obok	34
Rozdział 5 - Dlaczego luksus zawsze zaczyna się od logo..	39
Rozdział 6 - Dlaczego najdroższe rzeczy prawie nigdy nie krzyczą	45
Rozdział 7 - Dlaczego najcenniejsze są rzeczy, których prawie nikt nie może mieć	50
Rozdział 8 - Dlaczego najdroższe miejsca często nie mają szyldu.....	55
Rozdział 9 - Dlaczego najciekawsze rzeczy zaczynają się od zaproszenia	60
Rozdział 10 - Dlaczego najdroższe rzeczy często nie istnieją dwa razy	64
Rozdział 11 - Dlaczego największym luksusem jest czas, którego nikt nie kontroluje	68
Rozdział 12 - Moment, w którym pieniądze przestają być najciekawsze	72
Rozdział 13 - Dlaczego prawdziwy luksus zaczyna się od słowa „nie”	77

Rozdział 14 - Moment, w którym przestaje mieć znaczenie, co inni widzą	81
Rozdział 15 - Dlaczego największy luksus to przestrzeń, w której nic nie musi się wydarzyć.....	84
Rozdział 16 - Dlaczego prawdziwy luksus zaczyna wyglądać coraz prościej	88
Rozdział 17 - Dlaczego lekkość jest jednym z najdroższych luksusów	92
Rozdział 18 - Dlaczego ludzie, którzy naprawdę wygrali, przestają się spieszyć.....	96
Rozdział 19 - Moment, w którym przestajesz próbować wygrać	100
Rozdział 20 - Dlaczego największą ulgą jest moment, w którym przestajesz się porównywać	104
Rozdział 21 - Dlaczego najciekawszy ludzie nie muszą niczego udowadniać	108
Rozdział 22 - Dlaczego prawdziwy luksus polega na tym, z kim jesz kolację.....	112
Rozdział 23 - Dlaczego ciekawość jest jedną z najbardziej luksusowych cech	116
Rozdział 24 - Dlaczego najlepsze historie w życiu nigdy nie są zaplanowane	120
Rozdział 25 - Dlaczego prawdziwy luksus zaczyna się od wolności wyboru.....	124
Rozdział 26 - Dlaczego w pewnym momencie przestajesz gonić przyszłość.....	128
Rozdział 27 - Dlaczego nie wszystko w życiu musi być większe	132

Rozdział 28 - Dlaczego w pewnym momencie przestajesz być pod wrażeniem	136
Rozdział 29 - Dlaczego najcenniejsze rzeczy w życiu są zaskakująco proste	140
Rozdział 30 - Dlaczego szczęście rzadko wygląda spektakularnie.....	144
Rozdział 31 - Dlaczego pełne życie rzadko wygląda jak sukces z okładki magazynu	148
Rozdział 32 - Dlaczego wdzięczność pojawia się dopiero wtedy, gdy przestajesz wszystko brać za oczywiste.....	152
Rozdział 33 - Dlaczego największy luksus polega na tym, jak się żyje.....	156
Rozdział 34 - Moment, w którym przestajesz potrzebować potwierdzenia	160
Rozdział 35 - Dlaczego życie, które naprawdę ma sens, nie potrzebuje spektaklu	164

INTRO

Pierwszy raz zobaczyłem to w salonie samochodowym, który wyglądał bardziej jak galeria sztuki niż miejsce, gdzie kupuje się coś tak przyziemnego jak środek transportu. Podłoga była biała i tak czysta, że człowiek czuł lekką presję psychiczną, żeby chodzić wolniej, jakby szybki krok był formą wandalizmu. W środku stało kilka samochodów. Każdy w odległości kilku metrów od następnego, jakby były eksponatami muzealnymi, które potrzebują przestrzeni do oddychania. Jeden z nich był czerwony. Tak czerwony, że wyglądał jak kolor wymyślony specjalnie po to, żeby ludzie podejmowali złe decyzje finansowe.

Obok stał mężczyzna w zegarku, który świecił się w sposób bardzo szczególny. Nie był to zwykły błysk metalu. To był błysk, który mówił: „ten przedmiot nie pokazuje czasu, tylko pokazuje historię czyjś konta bankowego”. Zegarek był ciężki. Widać to było po tym, jak jego ręka układała się na ladzie. Nieco poważniej niż ręce ludzi z zegarkami, które kosztują tyle co dobry obiad.

Mężczyzna patrzył na samochód z miną, którą zazwyczaj widzi się u ludzi oglądających noworodka. Wzruszenie, dumę i coś jeszcze - coś pomiędzy zachwytem a przekonaniem, że właśnie dzieje się coś bardzo ważnego dla cywilizacji.

Sprzedawca mówił spokojnie o koniach mechanicznych, przyspieszeniu i jakimś rodzaju skóry, która najwyraźniej pochodziła od zwierzęcia prowadzącego wyjątkowo luksusowe życie. Mężczyzna słuchał, kiwał głową i raz na kilka sekund spoglądał na swój zegarek.

Nie dlatego, że sprawdzał godzinę.

Dlatego, że ktoś mógł go zobaczyć.

I wtedy pojawiło się pytanie, które jest początkiem tej książki.

Dlaczego kupujemy rzeczy, które w praktyce robią dokładnie to samo co tańsze rzeczy, ale kosztują tyle, że bank zaczyna się interesować naszym charakterem?

Dlaczego ktoś kupuje zegarek za cenę małego mieszkania, żeby sprawdzać godzinę, którą i tak ma w telefonie?

Dlaczego ktoś kupuje samochód, który przyspiesza do stu kilometrów na godzinę w trzy sekundy, skoro jedzie nim później trzydzieści pięć kilometrów na godzinę za autobusem?

I najważniejsze pytanie.

Dlaczego kiedy widzimy kogoś w Rolexie, mózg mówi nam coś w rodzaju: „o, to musi być ktoś ważny”?

Nie ma w tym żadnej logiki użytkowej.

Nie ma w tym sensu technicznego.

A jednak działa.

To jest jedna z najbardziej fascynujących rzeczy w ludzkiej cywilizacji: ogromna część rzeczy, które traktujemy śmiertelnie poważnie, działa wyłącznie dlatego, że wszyscy udajemy, że działa.

Rolex nie jest zegarkiem.

Porsche nie jest samochodem.

Są czymś znacznie ciekawszym.

Są zdaniem.

Zdaniem zapisanym w metalu.

Kiedy ktoś zakłada Rolexa, nie mówi: „chcę wiedzieć, która jest godzina”.

Mówi coś zupełnie innego.

Mówi: „moja godzina już przyszła”.

Kiedy ktoś kupuje Porsche, nie mówi: „potrzebuję pojazdu”.

Mówi: „chciałbym, żeby świat wiedział, że mogę”.

I nagle okazuje się, że kupowanie rzeczy przestaje mieć związek z ich funkcją, a zaczyna mieć związek z ich historią. Z historią, którą opowiadają o właścicielu.

To dlatego nikt nie mówi w restauracji:

„Kupiłem nowy zegarek, pokazuje godzinę”.

Ludzie mówią:

„Kupiłem Rolexa”.

To zdanie ma zupełnie inną wagę. Waga nie wynika z mechanizmu w środku. Wynika z opowieści, którą marka budowała przez sto lat, przekonując ludzi, że kawałek metalu na ręce może być symbolem czegoś bardzo głębokiego.

Sukcesu.

Statusu.

Wygranej w jakiejś niewidzialnej grze, w którą wszyscy gramy od momentu, kiedy ktoś w jaskini pierwszy raz powiedział:

„Mój kamień jest większy”.

Ta gra nigdy się nie skończyła.

Zmieniły się tylko kamienie.

Dzisiaj kamienie są zrobione ze stali, złota, włókna węglowego i marketingu.

Najciekawsze jest to, że wszyscy wiemy, że to jest trochę absurdałne.

Człowiek może powiedzieć z pełną powagą:

„To tylko zegarek”.

A potem zobaczyć cenę i przez chwilę poczuć coś bardzo dziwnego. Coś pomiędzy szokiem a fascynacją.

Bo w głębi głowy pojawia się myśl, która jest niewygodna, ale bardzo szczerza.

„Jeśli ktoś może sobie na to pozwolić, to znaczy, że wygrał”.

Nie wiemy w czym.

Nie wiemy jak.

Ale mózg natychmiast buduje historię.

I nagle okazuje się, że luksus nie polega na funkcji.

Luksus polega na opowieści.

To dlatego ludzie kupują torebki, które nie mieszczą więcej niż torebki za sto złotych.

To dlatego ludzie kupują buty, które nie chodzą szybciej.

To dlatego ktoś kupuje samochód, który w mieście spala tyle paliwa, że planeta zaczyna kaszleć.

Nie chodzi o rzeczy.

Chodzi o komunikaty.

Każdy luksusowy przedmiot jest zdaniem napisanym do świata.

Niektóre zdania brzmią:

„Zobaczcie, dokąd doszedłem”.

Inne brzmią:

„Chciałbym, żebyście myśleli, że doszedłem”.

A jeszcze inne są najciekawsze.

Brzmią:

„Sam już nie wiem, czy doszedłem, ale bardzo bym chciał”.

I właśnie w tym miejscu zaczyna się prawdziwa komedia ludzkiego życia.

Bo jeśli przyjrzymy się bliżej temu systemowi, zobaczymy coś absolutnie fascynującego.

Ludzie kupują rzeczy, które mają pokazać sukces.

Ale sukces jest definiowany przez ludzi, którzy też kupują rzeczy, żeby pokazać sukces.

To trochę tak, jakby wszyscy grali w grę, w której zasady są napisane ołówkiem, a każdy udaje, że to kamień.

Rolex jest drogi, bo ludzie uznali, że Rolex jest drogi.

Porsche jest symbolem sukcesu, bo ludzie uznali, że Porsche jest symbolem sukcesu.

To ogromny, globalny teatr, w którym wszyscy znamy scenariusz, ale nikt nie chce przyznać, że to teatr.

Bo w momencie, w którym ktoś powie na głos:

„Hej, przecież to tylko samochód”.

Magia trochę znika.

Dlatego luksus jest jedną z najbardziej kruchych konstrukcji psychologicznych w historii cywilizacji. Wystarczy, że kilka milionów ludzi przestanie wierzyć w opowieść, a cała konstrukcja zaczyna się chwiać.

Ale dopóki wierzą.

Dopóki patrzymy na zegarek i widzimy historię.

Dopóki patrzymy na samochód i widzimy status.

Dopóty ten system działa perfekcyjnie.

I trzeba przyznać jedno.

To jest genialne.

Genialne nie dlatego, że jest racjonalne.

Genialne dlatego, że jest ludzkie.

Bo ludzie od zawsze robili jedną rzecz wyjątkowo dobrze.

Budowali symbole.

Symbole plemienia.

Symbole władzy.

Symbole sukcesu.

Symbole tego, kto stoi gdzie w tej dziwnej hierarchii, którą sami wymyśliliśmy.

Dawniej był to pierścień, miecz, pałac.

Dzisiaj jest to zegarek, samochód i kilka bardzo konkretnych logo.

Zmieniły się materiały.

Mechanizm pozostał identyczny.

I to właśnie ten mechanizm jest bohaterem tej książki.

Nie będziemy tu analizować mechanizmów zegarków.

Nie będziemy porównywać silników.

Nie będziemy też udawać, że luksus jest czymś złym.

To byłoby zbyt proste.

Zamiast tego zrobimy coś znacznie ciekawszego.

Przyjrzymy się temu wszystkiemu tak, jakbyśmy zobaczyli to pierwszy raz w życiu.

Człowiek w zegarku za pięćdziesiąt tysięcy euro.

Człowiek w samochodzie za milion złotych.

Człowiek, który mówi: „to inwestycja”.

Człowiek, który mówi: „pracowałem na to całe życie”.

Człowiek, który mówi: „to po prostu jakość”.

A potem zobaczymy, jak wszyscy inni patrzą na to i myślą coś bardzo prostego.

„Może kiedyś ja też”.

To jest moment, w którym luksus przestaje być przedmiotem, a zaczyna być marzeniem.

A marzenia mają jedną bardzo ciekawą właściwość.