

memento „máš cenu jen podle *posledního* úspěchu“ (ne však podle předposledního). Instituce éry „zkušenostní ekonomiky“, které upřednostňují subjektivitu, hravost a performativnost, musejí zakazovat, chtějí zakazovat a také zakazují dlouhodobé plánování a hromadění zásluh. Díky tomu jsou obyvatelé vskutku neustále v pohybu a v jednom kole – hořečnatě hledají stále nové doklady toho, že jsou vítáni...

Ano, „synoptikon“ vychází tomuto novému požadavku dokonale vstříc. Když synoptikon nahradilo panoptikon, není již potřeba budovat mohutné zdi a vztyčovat strážní věže, aby se chovanci udrželi uvnitř, ani najímat nespočetné zástupy dozorců kvůli tomu, aby dodržovali předepsanou rutinu (další náklady přitom vyplývaly z utišování neustále dřímajícího rozhořčení a z překonávání neochoty spolupracovat, k nimž obvykle vede monotónní rutina, a také z potřeby utíkat již v zárodku náznaky vzpoury proti potupě otroctví). Samotné objekty manažerské disciplinace nyní zajišťují sebe-kázeň a nesou její fyzické i duševní náklady. Očekává se, že sami vybudují zdi a že v nich z vlastní vůle zůstanou. Bič byl nahrazen cukrem (resp. jeho příslibem), lákání a svádění převzalo funkce kdysi zajišťované normativní regulací, nákladný a resentment vzbuzující dohled nahradila péče o vlastní vzhled a vypilovávání tužeb, čímž došlo k privatizaci strážních věží (a veškerých pozůstatků strategie zaměřené na zajištění žádoucího a eliminaci nežádoucí chování) a k deregulaci procesu jejich výstavby. Nutnost již neprónásleduje své oběti: dobrovolníci se nyní chytají každé příležitosti k otroctví („dobrovolnému otroctví“ Étienna de la Boétie trvalo čtyři století, než se stalo cílem každodenní manažerské praxe). Mimochodem: všiml jste si, že v každém dalším kole firemního „snižování nákladů“ jsou vždy první na ráně „střední manažeři“ (tzn. někdejší vedoucí řadových pracovníků)?

Základní součástky pro kompletaci mobilních, přenosných, osobních minipanoptik ve stylu „udělej si sám“ samozřejmě

dodává trh. Budoucí chovanci nesou zodpovědnost za jejich výběr, nákup, sestavení a uvedení do provozu. Monitorování, sbírání a zpracovávání individuálních synoptických iniciativ sice vyžaduje profesionály, sami „uživatelé“ služeb Googlu a Facebooku však vytvářejí „databázi“ – hrubý materiál, který profesionálové přetvářejí do podoby Gandyho „cílových kategorií“ potencionálních kupců – svými rozptýlenými, zdánlivě autonomními, ovšem synopticky pre-koordinovanými aktivitami. Abychom se tedy vyhnuli nedorozumění, raději bych v tomto kontextu přestal používat pojem panoptika. Dotyční profesionálové rozhodně nejsou starými dozorci sledujícími jednotvárnost závazné rutiny; jsou spíše stopaři či slídiči, kteří jdou po naprosto proměnlivých vzorcích touhy a po chování, jež tyto přelétavé touhy vyvolávají. Jsou takříkajíc „dokončovacím oddělením“ synoptika, které je již v provozu a které sami nenavrhli ani nevystavěli. Možná bychom mohli říci, že tito inženýři, kteří se starají o „zpracování databází“, působí kdesi mezi synoptikem a ban-optikem, nakolik jsou výsledky jejich práce nutnou podmínkou ziskového využití ban-optických technik. Je to tak a nemůže tomu být jinak, vezmeme-li v úvahu, že každé efektivní obchodování vyžaduje znalost toho, kteří zákazníci jsou nevhodní, a také průzkum toho, jaké jsou nejslibnější „cíle“ komerčního snažení. Efektivní obchodování vyžaduje *jak* synoptikon, *tak* ban-optikon. „Inženýři na zpracování dat“ obstarávají komunikační kanál mezi oběma.

Dobrym, ba archetypálním příkladem rozhraní mezi těmito dvěma typy institucionalizovaných dohlížecích technik je firemní software, který zajišťuje zpracování příchozích hovorů. Tento software třídí volající, jimž se následně dostává různého zacházení: podle toho, jakým jsou příslibem se zřetelem k zisku dané firmy. Slibní zákazníci se nenechávají čekat: jsou přímo spojeni s nadřazeným operátorem, který rozhoduje na místě. Beznadějně naopak donekonečna „visí na drátě“, zahlcování nudnými informacemi přehrávanými