

ELŻBIETA TARKOWSKA  
Warszawa

## KONSUMPCJA PO POLSKU

Konsumpcja i konsumeryzm, ich różne aspekty i wymiary, czyli kompleks zjawisk charakterystycznych, wręcz kluczowych dla współczesności, stały się przedmiotem zbiorowej książki *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału* pod redakcją Tomasza Szlendaka i Krzysztofa Pietrowicza<sup>1</sup>. Na marginesie dyskusji toczącej się wokół problemów społeczeństwa konsumpcyjnego i informacyjnego, na marginesie książek traktujących przede wszystkim o problemach społeczeństwa amerykańskiego autorzy tekstów składających się na omawianą książkę odnoszą tamte ustalenia i interpretacje do polskich realiów. Główną ideą pracy jest pokazanie polskiej odmiany tych zjawisk, czyli osobliwości konsumpcji i konsumeryzmu w tytułowym „kapitalizmie bez kapitału”, w polskiej wersji kapitalizmu określanego w różnych miejscach książki jako „nieprawdziwy”, „naskórkowy”, „pozorny” (s. 10, 9, 79).

W książce grupy młodych socjologów z Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika w Toruniu zostały podjęte kwestie pierwszorzędnej wagi. Refleksja nad miejscem konsumpcji w społeczeństwie polskim, nad zróżnicowany-

mi i zmieniającymi się modelami konsumowania jest sposobem spojrzenia na przekształcające się społeczeństwo polskie: na przemianę struktury społecznej, nową dystrybucję pracy i czasu wolnego, procesy polaryzacji społeczeństwa, ukryte linie potencjalnych konfliktów społecznych. Sfera konsumpcji jest dla autorów książki swoistym kluczem do rozpoznania stanu obecnego, pomaga dostrzec istotne procesy, przekształcenia i wyłaniające się nowe zjawiska. Piszą o tym redaktorzy tomu, Tomasz Szlendak i Krzysztof Pietrowicz, w bardzo dobrym wstępie do całości. Zastanawiają się tam nad charakterem „kapitalizmu po polsku” i kształtem struktury społecznej, której metaforą — jak sądzą — być może nie jest już tradycyjna drabina, lecz na przykład „bezdłany krzak, sieć lub kłacze” (s. 19). Słusznie przyjmują, że do uchwycenia charakterystycznych cech zmieniającego się społeczeństwa polskiego i współczesnego polskiego kapitalizmu szczególnie przydatne i potrzebne jest badanie konsumpcji. Zakładają bowiem, że: „Badanie sposobów konsumpcji i stylów życia powie nam [...] znacznie więcej o polskim społeczeństwie (a konkretniej o ewentualnych podziałach klasowych, polskiej stratyfikacji i uwarstwieniu) aniżeli badanie aktywności obywatelskiej czy politycznej” (s. 24). Teksty zebrane w książce *Na pokaz* rzeczywiście mówią bardzo wiele.

Poszukuje się w nich polskich bobos (piśze o nich Tomasz Szlendak w artykule *Bobo*

---

Adres do korespondencji: etarkows@ifispan.waw.pl

<sup>1</sup>Tomasz Szlendak, Krzysztof Pietrowicz (red.), *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, Wydawnictwo UMK, Toruń 2004, stron 258.

po polsku. *Rzecz o „zremasterowanej” klasie próżniaczej*), opisuje się konsumpcję przedstawicieli polskiej *underclass* (Arkadiusz Karwacki w tekście *Underclass na zakupach — czyli paradoksy konsumpcji ubogich Polaków*). Szuka się polskich wzorów konsumpcji i symboli pozycji społecznej, na przykład w takich zjawiskach jak posiadanie psów (Katarzyna Podlaszewska w artykule *O pozycji społecznej czworonogiem podkreślonej*). Przedmiotem refleksji jest też zjawisko wielości i płynności symboli statusu, pełniących funkcję „zasłony dymnej, za którą kryje się dość radykalna polaryzacja społeczeństwa” (s. 77–78, artykuł Krzysztofa Pietrowicza *Nasze gadzety codzienne albo o płynności symboli statusu*). Perspektywa konsumpcji, i szerzej — rynku, okazuje się też płodna w interpretacji edukacji, odsłania bowiem związek między segmentacją systemu edukacji a stylami konsumpcji (tekst Piotra Mikiewicz *Wzrost konsumeryzmu i szkoła. Społeczne różnicowanie wzorów konsumpcji z perspektywy socjologii edukacji*) oraz pokazuje szkolnictwo wyższe jako „matrycę reprodukującą nierówności w strukturze społecznej” (s. 139, artykuł Dominika Antonowicza *Kapitalizm bazarowy. Szkolnictwo wyższe wobec problemu stratyfikacji*). Autorzy zajmują się przemianami czasu wolnego (Tomasz Szlendak we wspomnianym artykule *Bobo po polsku*, a Tomasz Kozłowski w tekście *Popnatura i masowa nuda. Czy popkultura wypełni pustkę wolnego czasu?*), analizują konsumpcyjny wymiar i konsumpcyjne funkcje muzeum (Jacek Gądecki w tekście *Konsumpcja (w) muzeum*), przyglądają się wartościom związanym z użytkowaniem Internetu (Krzysztof Pietrowicz w artykule *Etyka hakerska. Wyzwanie dla konsumeryzmu?*), analizują reklamę i zachowania konsumentów w centrach handlowych (Radosław Kossakowski w eseju *Spacerowicz czy pucybut, czyli kilka słów o polskim społeczeństwie konsumpcyjnym*). Konfrontują ze współczesnymi polskimi realiami z jednej strony klasyczne teorie, takie jak Veblenowska idea ostentacyjnej konsumpcji klasy próżniaczej (Tomasz Szlendak we wspomnianym tekście), z drugiej — nośne współczesne propozycje interpretacji nowych zjawisk ze sfery konsumpcji, takie jak koncepcja *affluenzy* (Marcin Ziemkowski w tekście *Affluenza — społeczna choroba czy warunek prosperity?*). Odwołują

się do wielu interpretacji współczesności z perspektywy zjawisk konsumpcji. Niemal wszystkim tekstom patronuje Zygmunt Bauman i jego spojrzenie na konsumpcję; szczególnie przydatne okazują się też Juliet Schor interpretacje relacji między pracą a czasem wolnym oraz analizy przemian struktury społecznej i ruchliwości społeczeństwa polskiego Henryka Domańskiego.

Mimo bogactwa poruszonych tematów i wielości uwzględnionych podejść *Na pokaz* nie jest tylko zbiorem tekstów, lecz spójną całością, konsekwentną realizacją ciekawego i ambitnego wspólnego pomysłu. Jest to jedna z zalet książki, wcale nie tak częsta w wypadku prac zbiorowych, tym bardziej warta podkreślenia i uznania.

Inspiracją dla większości autorów stały się analizy i interpretacje wybranych problemów społeczeństwa konsumpcyjnego pióra badaczy zachodnich. Były one następnie odnośnie do polskiej rzeczywistości, przy czym, co oczywiste, autorzy w różnym zakresie i z różnym stopniem znajomości rzeczy uwzględniali badania prowadzone na te same lub zbliżone tematy w Polsce. Ich eseje są takim wstępnym przybliżeniem do polskich realiów, dobrym punktem wyjścia do dalszych, pogłębionych studiów i analiz poszczególnych elementów konsumpcji po polsku.

Zderzenie polskich realiów z analizami kultury konsumeryzmu i społeczeństwa konsumpcyjnego powstałymi na gruncie bardziej konsumpcyjnie zaawansowanych społeczeństw przyniosło interesujące i ważne poznawczo rezultaty. Wartością książki są zarówno interpretacje polskiej rzeczywistości w tych kategoriach, jak i przybliżenie polskiemu czytelnikowi ciekawych dyskusji na temat newralgicznych zjawisk współczesności toczących się w naukach społecznych poza Polską. W rezultacie otrzymaliśmy ciekawą i wartościową książkę, informującą o różnych sposobach interpretacji społeczeństwa konsumpcyjnego, a także o konsumpcji i elementach kultury konsumpcyjnej w społeczeństwie polskim.

Książka jest przy tym dobrze napisana, ładnym, lekkim językiem, czyta się ją znakomicie, jest adresowana do szerokiego kręgu odbiorców,

nie tylko do specjalistów. Jest też bardzo starannie wydana, z zupełnie nielicznymi potknięciami (np. na s. 157 Jacek Gądecki miał zapewne na myśli Muzeum Holocaustu w Waszyngtonie, choć podał Nowy Jork).

Zamieszczone na końcu książki informacje o autorach pokazują, że tak udana publikacja jest efektem samodzielnej pracy młodych i bardzo młodych ludzi nauki, świetnie przygotowanych, znakomicie zorientowanych w literaturze, którzy skupili się wokół wspólnego zadania i spróbowali je konsekwentnie rozwiązać. Warto podkreślić rzeczywiście zespołowy charakter pracy, co jest w dzisiejszych czasach rzadką, a bardzo cenną praktyką.

Oczywiście nie ze wszystkimi tezami zawartymi w książce można się zgodzić, tym bardziej że wiele problemów zaledwie dotknięto, zamarkowano, a ze swej istoty wymagają one głębokiego, wnikliwego wglądu. Takim problemem jest kwestia związków konsumpcji i czasu wolnego, kwestia relacji między pracą, której miejsce w świecie współczesnym gwałtownie się zmienia, a konsumpcją i czasem wolnym czy między tzw. społeczeństwem pracy a społeczeństwem konsumpcji. Są to wielkie tematy i nie sposób oczekiwać rozprawienia się z nimi w niewielkiej książce o polskiej wersji konsumpcji i konsumeryzmu. Książkę *Na pokaz* należy raczej traktować jako zachętę do dalszej dyskusji na te tematy.

Można jednak mieć zastrzeżenia do pewnych braków i jednostronności tu i ówdzie obecnych. Gdy autor tekstu *Popnatura i masowa nuda. Czy popkultura wypełni pustkę wolnego czasu* pisze: „Można postawić zasadną tezę, że czas wolny jest w ludzkim społeczeństwie stosunkowo nowym wynalazkiem” (s. 187), „postawienie zasadnej tezy” wydaje się zajęciem cokolwiek spóźnionym i jałowym w stosunku do poczyniń wielu badaczy, klasyków socjologii czasu wolnego (niegdyś bardzo popularnej subdyscypliny socjologii), którzy wiele lat temu pisali, że czas wolny jest zjawiskiem historycznym, produktem rewolucji przemysłowej i nieodłącznym aspektem społeczeństwa industrialnego. Być może zawiñiła tu ewolucyjna teoria czasu wolnego Yareda Diamondsda, którą autor uczynił punktem wyjścia (i nie tyl-

ko) swego tekstu. Przyznam, że trudno zrozumieć, dlaczego wybrał akurat tę koncepcję i, co gorsza, ograniczył się do niej, mając do dyspozycji ogromną literaturę na temat czasu wolnego, jego dziejów, historycznego charakteru, przemian i statusu w świecie współczesnym.

Inną wielce dyskusyjną sprawą jest bezkrytyczny stosunek do ustaleń Juliet Schor, która w bardzo popularnej książce o znamienym tytule *The Overworked American* przedstawiła twierdzenie o wydłużaniu się czasu pracy Amerykanów, o ich rosnącym przepracowaniu i wynikającym stąd „głodzie czasu”<sup>2</sup>. Pogląd ten wszedł do powszechnego obiegu, powtarza go między innymi Jeremy Rifkin, który powołując się na książkę Schor twierdzi, że Amerykanie pracują dziś dłużej niż przed czterdziestoma laty<sup>3</sup>. Tymczasem z badań budżetów czasu przeprowadzanych na wielkich reprezentatywnych próbach, badań najbardziej miarodajnych, gdyż opartych nie na poglądach i odczuciach, lecz na codziennej rejestracji przebiegu dnia w tzw. dziennikach budżetów czasu, wynika jednoznacznie coś przeciwnego: otóż czas pracy Amerykanów stopniowo ulega skróceniu, a zasoby czasu wolnego są większe niż przed czterdziestu laty i nadal się powiększają. Podobne wnioski wyprowadza się z badań prowadzonych w innych krajach. Wynika z nich, że w skali całego globu rozmiary czasu pracy maleją, a zasoby czasu wolnego wzrastają. Jednak odczucie społeczne jest inne: ludziom wydaje się, że mają mniej czasu do dyspozycji niż dawniej. W 1992 r. 38% badanych Amerykanów odpowiedziało, że mają mniej czasu wolnego niż pięć lat wcześniej. Wiele osób ma poczucie, że pracuje dłużej; powszechne jest zjawisko przeszacowywania czasu pracy, gdy w rzeczywisto-

<sup>2</sup>J. Schor, *The Overworked American. The Unexpected Decline of Leisure*, New York 1991.

<sup>3</sup>J. Rifkin, *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, Wrocław 2001, s. 281. Podobną opinię wyraził w wywiadzie dla „Gazety Wyborczej”: „Dziś Amerykanin pracuje w ciągu roku o tydzień dłużej niż dziesięć lat temu”. *Globalny fajrant* (wywiad Jacka Żakowskiego), „Gazeta Wyborcza”, 29–30 grudnia 2001.

ści czas pracy maleje<sup>4</sup>. Trzeba bowiem pamiętać, że poczucie braku czasu, ów słynny „głód czasu”, ma różne źródła i niekoniecznie musi to być wzrost czasu pracy. Źródła tego poczucia wiążą się z kulturą teraźniejszości, w której *time-famine society* żyje — kulturą pośpiechu i przyspieszenia, wymuszającą jednoczesne wykonywanie wielu różnych czynności<sup>5</sup>. Ponadto ze wszystkich badań wynika, że wszelkie przyrosty i nadwyżki czasu (spowodowane między innymi skracaniem czasu pracy) zużywane są na oglądanie telewizji. Gdy w ten sposób traci się czas, zapewne trudno dostrzec przyrost czasu do własnej dyspozycji.

W tak syntetycznej pracy jak książka *Na pokaz*, która podejmuje jednocześnie wiele wątków, trudno o wszystkie szczegóły i konkretyzacje, które tu i ówdzie jednak by się przydały. Na przykład Tomasz Szlendak opisuje bezrobotnych jako ludzi bardzo zajętych, którzy

„wykonują ciężką, niewidoczną dla postronnych — nieuzbrojonych w socjologiczne szkiełko — robotę, polegającą na codziennej walce w poszukiwaniu czegoś do zjedzenia dla dzieci, czegoś do ubrania, czegoś do wypicia, aby zabużyć choć na pół godziny koszmarny obrazek za oknem” (s. 35). Oczywiście jest to twierdzenie słuszne, które z łatwością można poprzeć empirią, ale jest to tylko jedna strona medalu. Bezrobotni to jednocześnie kategoria ludzi, którzy w największym zakresie deklarują nadmiar czasu — tak wypowiedziało się 61% bezrobotnych w sondażu CBOS z 1994 r.; istnieje też wiele świadectw tej sytuacji w innych badaniach<sup>6</sup>, także w materiałach pamiętnikarskich<sup>7</sup>.

Książka *Na pokaz* jest nie tylko ciekawym głosem w dyskusji toczącej się wokół konsumpcji i konsumeryzmu, ale — jak widać — także inspiruje do dalszej wymiany poglądów, co jest kolejną z jej wielu zalet.

<sup>4</sup>J. P. Robinson, G. Godbey, *Time for Life. The Surprising Ways Americans Use Their Time*, University Park 1999, s. 49 i nast. Autorzy ci od blisko czterdziestu lat prowadzą badania budżetów czasu w Stanach Zjednoczonych.

<sup>5</sup>Por. na ten temat S. Bertman, *Hyperculture. The Human Cost of Speed*, Westport, Conn. 1998. Technikę „pogłębiania czasu” (*time-deepening*), czyli jednoczesnego wykonywania maksymalnie wielu czynności, oraz konsekwencje tych praktyk świetnie opisali Robinson i Godbey, dz. cyt., s. 39 i nast.

<sup>6</sup>Por. E. Tarkowska, *Nierówna dystrybucja czasu — nowy wymiar zróżnicowania społeczeństwa polskiego*, w: H. Domański, A. Rychard (red.), *Elementy nowego ładu*, Warszawa 1997. Piszę tam (jak i w innych miejscach) o braku lub nadmiarze czasu, a nie czasu wolnego, co w wypadku bezrobotnych nie ma oczywiście większego sensu.

<sup>7</sup>Znakomitą ilustracją zarówno sytuacji braku czasu bezrobotnych, jak i jego nadmiaru są *Pamiętniki bezrobotnych*, IGS, Warszawa 2003.