

## KONSUMPCJA: MIĘDZY TERRORYZMEM A ZNAWSTWEM<sup>1</sup>

### I.

Widmem wywołanym przez wszechobecność konsumpcji w społeczeństwie późno-kapitalistycznym, w kapitalizmie doby alterglobalizmu, nie jest widmo rewolucji i komunizmu, lecz raczej widmo zniewolenia i ubezwłasnowolnienia *homo sapiens* spontaniczną instrumentalizacją własnego ciała i własnego życia w pogoni za realizacją misji konsumenta. Oczywiście prawdziwy konsument jest nienasycony i żądny nowych wrażeń, a ponieważ w swej najbardziej idealnej formie konsumpcja nie wiąże się z konsumpcją realną i sprowadza się w swej istocie do aktu kupna-sprzedaży, a w konsekwencji do nieskończonej kreacji popytu, to pojawiająca się w wyniku dominacji takiego paradygmatu kulturowego figura nowego człowieka musi budzić i budzi niepokój. Dla każdego humanisty zastąpienie *homo sapiens* konsumentem musi budzić grozę, podobnie jak wypieranie *cogito ergo sum* przez „kupuję więc jestem”.

Dlatego też jesteśmy świadkami wielobarwnej społecznej krytyki konsumpcjonizmu. Społeczeństwo konsumpcyjne krytykowane jest przez konserwatystów, jako społeczeństwo zdemoralizowane, porzucające wszelkie wartości na rzecz kultu posiadania i bogacenia się, satysfakcji z konsumpcji i indywidualnych przyjemności, stają się one jedynym celem i sensem życia, wobec którego Bóg, Honor, Ojczyzna, ale także Dobro, Prawda i Sprawiedliwość okazują się być zwietrzalymi atrapami upadłej tradycji kulturowej. Nie mniej zdecydowanie kształtuje się lewicowa krytyka społeczeństwa konsumpcyjnego. Sięga ona do bardziej złożonych argumentacji i teorii. Wszystkie one jednak są mniej lub bardziej zaawansowanymi formami krytyki sprzeczności, paradoksów, logiki późnego kapitalizmu. Odwołują się one zarówno do tradycyjnych i ugruntowanych adaptacji młodomarksowskiej teorii alienacji, poszukujących przyczyn dehumanizacji i deracjonalizacji stosunków społecznych w istnieniu gospodarki towarowo-pieniężnej i kapitalistycznej własności prywatnej, jak i do późnomarksowskich analiz fetyszyzmu towarowego. W dalszym ciągu żywe są nawiązania do koncepcji jednowymiarowego społeczeństwa i jednowymiarowego człowieka stworzonej przez Herberta Marcusego. Zdumiewająco aktualne są również krytyki społeczeństwa konsumpcyjnego pochodzące z kręgów ekologicznych, krytyki kontynuujące doskonale w nowoczesnych formach związane z postępowaniem cywilizacyjnym niepokojem J. J. Rousseau. Zagrożenie katastrofami ekologicznymi i związanymi z nimi kryzysami społecznymi i politycznymi ujawnia, że wynikająca z reprodukcji rozszerzonej liberalnego społeczeństwa konsumpcyjnego globalizacja turbokapitalizmu grozi nie tylko „duszy” człowieka i jego zdehumanizowanej, wyalienowanej, ujednowymiarowanej „istocie gatunkowej”, lecz prowadzić może wprost do rozpadu ekosystemów czy nawet wręcz zagrażać istnieniu gatunku ludzkiego.

Przedmiotem krytyki jest nie tylko społeczeństwo konsumpcyjne jako całość. Analizuje się i krytykuje różne jego fragmenty i procesy: komercjalizację, reifikację, macdonaldyzację, homogenizację... Centralne znaczenie ma jednak chyba kryzys podmiotu racjonalnego i racjonalności w ogóle. Oznacza on w swej istocie rozpad i totalną klęskę człowieka oświeceniowego, świadomego podmiotu indywidualnego, który w oparciu o naukowy, racjonalny obraz świata staje się nie tylko prawdziwym *homo sapiens sapiens* wyrosłym z wcześniejszej niedojrzałości (I. Kant<sup>2</sup>), ale także

<sup>1</sup> Tekst ten był wygłaszany na The 38<sup>th</sup> IIS World Congress, Budapest, June 26-30, 2008. Ukazał się drukiem w wersji angielskiej jako: „Consumption: Between Terrorism and Connoisseurship”, (w:) *Capitalism and Capitalisms*, red. J. Tittenbrun, 2009, ss. 175-182.

<sup>2</sup> Jak pisał Kant: „Oświeceniem nazywamy wyjście człowieka z niepełnoletności, w którą popadł z własnej winy.

obywatelem, społeczeństwem, państwem. Struktura społeczeństwa obywatelskiego z wszystkimi formami jego zinstytucjonalizowanej racjonalnej komunikacji zdaje się być rozbita przez podmiot konsumencki. Logika działania podmiotu konsumenckiego wydaje się być bliższa logice reakcji psa Pawłowa czy też śliniącej się na widok dzieciaka jedzącego cytrynę orkiestry dętej. Wobec perspektywy zakupu, pełnego wózka w supermarkecie pękają normy moralne, ustawodawstwo pracy, prawo międzynarodowe, nakazy i zakazy religijne...

To nie bomby i zdesperowani straceńcy są największymi terrorystami naszej epoki, nie są nimi nawet prezydenci, łamiący prawa człowieka, prawo międzynarodowe, kartę ONZ i wywołujący pod fantazyjnymi pretekstami wojny w różnych częściach naszego globu. Super terrorystą współczesnego zglobalizowanego świata jest konsumpcja, rozbudowany aparat napędzający procesy reprodukcji kapitału globalnego. Penetruje i terroryzuje on świat makro – co może owocować wojnami toczonymi w celu zapewnienia możliwości napełniania baków wielocylinrowych pozeraczy benzyny... ale penetruje też naszą subiektywność, wyznaczając hierarchie wartości, konstytuując naszą wrażliwość i kształtując ostatecznie człowieka jako konsumenta<sup>3</sup>.

Rzeczywiście jest się czym martwić...

Jest tak dlatego, że – jak widać – konsumpcja nie da się współcześnie sprowadzić do prostego zjawiska fizjologicznego, ekonomicznego czy nawet kulturowego. Współczesne znaczenie konsumpcji wiąże się bowiem z podstawowymi przemianami w relacjach między produkcją i konsumpcją. Symptomem zmian jest fakt zatrudnienia w szeroko rozumianej sferze usług większej ilości pracowników, niż w produkcji. Sprawia to, że właśnie w sferze konsumpcji powinniśmy poszukiwać standardów, modeli i wzorców określających paradygmaty funkcjonowania wszelkich sfer życia społecznego. Degradacja produkcji i rozbudowa konsumpcji sprawiają, że to właśnie wzorce, kanony, matryce i typy racjonalności ze sfery konsumpcji stają się powszechnie obowiązującymi.

Cały system społeczny, jego fundamentalna ontologia zostaje związana z racjonalnością konsumencką. Świat nie zapośredniczony przez konsumpcję nie istnieje<sup>4</sup>. To, co konsumenckie staje się w sposób imperialny zasadą reprodukcji całego systemu społecznego, włącznie z funkcją reprodukcji gatunku w sensie biologicznym<sup>5</sup>. Jednostka jest już od samego początku socjalizowana w świat konsumpcji i dlatego od razu staje się on dla niej światem naturalnym i obiektywnym,

---

Niepełnoletność to niezdolność człowieka do posługiwania się własnym rozumem, bez obcego kierownictwa. Zawiniona jest ta niepełnoletność tylko wtedy, gdy przyczyną jej jest nie brak rozumu, lecz decyzji i odwagi posługiwania się nim bez obcego kierownictwa. *Sapere aude!* Miej odwagę posługiwać się własnym rozumem". (I. Kant, „Co to jest Oświecenie?”, przeł. A. Landman, w: I. Kant, *Przypuszczalny początek ludzkiej historii i inne pisma historyozoficzne*, Toruń 1995, s. 53.)

<sup>3</sup> Na temat konstytuowania podmiotowości w epoce postmodernizmu pisałem w książce *Wolność i interpelacja* (Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004, zwłaszcza ss. 263-305; książka jest dostępna także w całości *on-line*: [http://www.nowakrytyka.hg.pl/article.php3?id\\_article=127&var\\_mode=recalcul](http://www.nowakrytyka.hg.pl/article.php3?id_article=127&var_mode=recalcul)).

<sup>4</sup> Nie tylko „to, czego nie ma w telewizji, nie istnieje”. Także to, co darmowe, tzn. nie zapośredniczone przez akt kupna-sprzedazy nie ma wartości, nie istnieje. Porównajmy odbiór społeczny wczasów spędzonych na Majorce i „u babci na wsi”. Choć wczasy u babci na wsi mogą swą niepowtarzalną jakością być o niebo lepsze od skoszarowanego wypoczynku fabrycznego organizowanego przez firmy turystyczne (np. czyste jezioro, „mleko prosto od krowy”, zbieranie grzybów w lesie, pianie koguta o poranku, koszenie kosą, no i wreszcie... sama babcia), to ich społeczny status jest niski, a nawet kompromitujący, bo sugerujący brak sukcesów zawodowych i finansowych. Jakże często na pytanie „Gdzie byłeś na wakacjach?” usłyszeć można: „Nigdzie, byłem u babci”.

<sup>5</sup> Niska lub ujemna stopa urodzeń w najbardziej rozwiniętych i najbogatszych krajach świata jest przede wszystkim funkcją uznania, że dzieci stanowią obciążenie w konsumpcji indywidualnej, bądź w partycypacji w konsumpcji społecznej, albo też oceny niemożliwości zapewnienia potomkom pożądanego przez rodziców poziomu konsumpcji. W pierwszy wypadku chodzi o ograniczenie konsumpcji rodziców, w drugim o przewidywaną konsumpcję ich dzieci.

światem, którego reguły podlegają uniwersalizacji i zupełnej subiektywizacji. Trudno tu mówić nawet o kolonizacji dzieciństwa przez konsumpcję, dzieciństwo jest już przez konsumpcję strukturyzowane i określane bez reszty i bez możliwości pojawienia się alternatywy.

## II.

Ponura i domknięta perspektywa społeczeństwa konsumpcyjnego poddaje się jednak także i innej interpretacji. Człowiek konsumujący będąc – jak się czasami sądzi – klęską oświeceniowego projektu człowieczeństwa okazuje się być nie do końca tylko porażką. Dopełniające i eufunkcjonalne wobec historycznie wcześniej występujących systemów społecznych formy zespalań świadomości społecznej i ekonomii, takie jak religia czy ideologia (nacjonalistyczna albo rewolucyjna), także nie mają przecież za sobą chlubnej przeszłości. Religia w ramach feudalizmu chroniła rzeczywistość społeczną trudną współcześnie do zaakceptowania, czyniła to na dodatek akceptując zbrodnie, przemoc, śmierć i wojnę jako formy dyscyplinowania społecznego<sup>6</sup>. Wojny religijne, te związane z wyprawami krzyżowymi i ewangelizacją najbardziej nawet odległych geograficznie regionów świata, jak i te prowadzone w centrum Europy, wstrząsały ówczesnym światem i pustoszyły całe regiony. Nie lepiej było w epoce zastępowania religii przez świeckie ideologie. Zderzające się nacjonalizmy wygenerowały dwie wojny światowe i ludobójstwo już na przemysłową skalę. Również konfrontacje ideologiczne w łonie społeczeństw narodowych, burzliwe walki klasowe dziewiętnastego i dwudziestego wieku to pasmo wojen, powstań i często rzezi. Przypadek Komuny Paryskiej jest tu szczególnie drastyczny<sup>7</sup>.

Religijność, patriotyzm i rewolucja społeczna – jakby dobrze i miło nie brzmiały dla naszego ucha – okazują się być z tej perspektywy historycznie kosztownymi społecznie i jednocześnie okrutnymi formami zapewniania społecznej reprodukcji, społecznej spójności czy społecznego postępu. W zestawieniu z nimi demon konsumpcji okazuje się być jakby nie taki znów straszny.

Oto producent socjalizowany bezpośrednio w konsumpcję w jednowymiarowym społeczeństwie zglobalizowanego turbokapitalizmu przekształca się w konsumenta, a więc w podmiot o w pełni zsubiektywizowanym i uznanym za swój imperatywem kupowania i konsumowania jako podstawowej zasady własnej egzystencji. Potrzeba konsumpcji atomizuje jego ogląd świata, separuje go od rozwiniętych światopoglądów i ideologii, oddziela od świata polityki i świata *sacrum*, włącza w społeczny wyścig szczurów i w upozorowaną różnicę, upozorowaną różnię spektaklu społecznej konsumpcji. Jest to spektakl masowej kultury i masowej wyobraźni odległy od ambitnych wizji Oświecenia i być może kiczowaty, ale też i naznaczony pewną charakterystyczną dla kiczu niewinnością. Oczywiście i tu mamy swoistą dramaturgię i odpowiednie tragedie, wzloty i upadki, porażki i niezasażone sukcesy, antagonizmy, konflikty i sprzeczności społeczne. Ale czyż jednak w zestawieniu z klęskami towarzyszącymi dominacji religii i ideologii konsumpcja nie okazuje się być jakościowo wyższą formą kontroli i dystrybucji dóbr, formą mniej okrutną i bardziej cywilizowaną?

Badacze zwracają uwagę, że w społeczeństwach konsumpcyjnych nawet tradycyjne

---

<sup>6</sup> Relikty tego faktu możemy dostrzec współcześnie w Polsce, gdzie tradycyjnie katolickie konserwatywne partie polityczne są orędownikami utrzymania kary śmierci, choć jednocześnie są obrońcami każdej zygoty traktowanej jako święta „istota ludzka”. Więcej o stosunku katolicyzmu do wojny piszę w książce *Życie codzienne w matrixie* (Warszawa 2007, Wydawnictwo Scholar, ss. 86-94).

<sup>7</sup> Jego drastyczność nie wynika dla mnie z liczby ofiar. Pod tym względem są przykłady bardziej drastyczne. Dotyczą one jednak zdarzeń w planach kolonialnego bądź peryferyjnego kapitalizmu, gdzie siłą rzeczy konflikty i sprzeczności mają zazwyczaj radykalniejszą formę. Komuna Paryska to zjawisko z serca kulturalnej Europy i z ulic stolicy „pierwszej córki kościoła katolickiego”.

dramatyczne wydarzenia uliczne przybierają nową formę. Miejsce walk ulicznych i ataków na urzędy i budynki władzy zajmuje rabowanie sklepów. Wolność zostaje bowiem w społeczeństwie konsumpcyjnym utożsamiona z wolnością do konsumpcji, także konsumpcji luksusowej, prestiżowej. Upośledzenie w konsumpcji traktowane jest jako pozbawienie wolności i generalna degradacja człowieczeństwa. Konsumpcja, reklama, moda, logo wytwarzają nową płaszczyznę komunikacji społecznej, poprzez którą możliwa jest jakakolwiek komunikacja.

Odnosi się to także do twórczości naukowej. Jak pisał już przed laty Jean Baudrillard teoria nie jest już właściwie teorią, jest jedynie wydarzeniem<sup>8</sup>. To znaczy, że jako teoria może zaistnieć tylko wtedy, jeśli stanie się wydarzeniem a więc towarem, produktem medialnym. Znika *Index Librorum Prohibitorum*<sup>9</sup>, znika cenzura, barierą obecności jest bycie spektaklem na konsumenckim rynku, bycie wydarzeniem.

Brzmi to dalej dramatycznie, ale uwolnione od spersonifikowanej przemocy i poddane demokratycznej woli konsumenckiej szanse na sukces (w dowolnej dziedzinie) pozwalają każdemu na cieszenie się przypadkiem, którego siostrą syjamską jest nadzieja. Przymus reprodukcji rozkłada się na demokratyczną publiczność i zindywidualizowane chcenie, podmiotowe poszukiwanie przyjemności. Oczywiście to czego się chce, co się pożąda, co może być źródłem przyjemności nie jest niczym naturalnym, lecz stanowi zawsze element terroryzmu świata konsumpcji, zinterioryzowanego i w sposób spontanicznie dyspozycyjny aktywnie akceptowanego. Trudno jednak nie uznać, że mamy tu do czynienia z zasadniczą odmiennością jakościową napięć i konfliktów. Z konsumencką łagodnością konfliktów. I co z tego, że projekt oświeceniowego wyrastania na podmiot racjonalny legł w gruzach, a w jego miejsce wszedł do powszechnego użytku zahipnotyzowany nabywca inscenizowanych przyjemności. Nie mamy przecież złudzeń co do podmiotowości wcześniejszych, tych wykształconych historycznie we wspólnocie pierwotnej, epoce starożytnego niewolnictwa, feudalizmu czy wcześniejszego kapitalizmu. Relatywnie rzecz biorąc nowoczesny konsument jest mniej krwiożerczy, a warunki jego egzystencji nieporównywalnie lepsze. Świadczy to o historycznej, relatywnej wydajności systemu masowej konsumpcji, dającej się mierzyć choćby wielkością populacji, śmiertelnością noworodków, średnią długością życia obywateli, ale także likwidacją kary śmierci czy równouprawnieniem obywateli. To wszystko przywraca wiarę w postęp i rozum na innym o wiele bardziej generalnym poziomie, co wydaje się być doskonałą rekompensatą różnych kłopotów i krytykowanych powszechnie cech społeczeństwa konsumenckiego, utraty naiwnego wyobrażenia racjonalności z początków wieku pary i elektryczności.

Akceptacja społeczeństwa konsumpcyjnego i aprobatą konsumpcji jako silnika społecznej reprodukcji całego systemu społecznego przychodzić może tym łatwiej, że w wypadku wielu społeczności dopełnieniem społeczeństwa konsumenckiego są instytucje i formy organizacji życia społecznego, które stwarzają bezpieczne ramy dla rynkowego żywiołu i konsumenckiego szału. Tak jak w boksie do walki wytycza się ring, zakłada zawodnikom kaski i rękawice, aby otrzymywanie ciosów i ich zadawanie za bardzo nie bolało, otacza się ring linami, powołuje sędziów, zapewne określoną ilość rund i przerwy na odpoczynek, trenerów i lekarzy, wreszcie ubezpieczenie i emerytury... tak i w podobny sposób zaprzęga się całe społeczeństwo i państwo, a także organizacje wielonarodowe, międzynarodowe czy ponadnarodowe do łagodzenia i racjonalizacji żywiołów rynku. Cała koncepcja i realizacja społeczeństwa opiekuńczego, państwa dobrobytu jest niczym innym, jak właśnie taką praktyką nadbudowaną przeciwko właśnie nad społeczeństwem konsumpcyjnym. Stawia to w ogóle pod znakiem zapytania możliwość istnienia społeczeństwa

---

<sup>8</sup> J. Baudrillard, *Forget Foucault*, New York 1987, s. 125.

<sup>9</sup> Ostatnie trzydzieste drugie wydanie *Indeksu* zostało opublikowane w 1949 roku i zawierało cztery tysiące tytułów umieszczonych w nim z różnych przyczyn: herezja, amoralność, polityczna niepoprawność, itd.

konsumpcyjnego bez takiego jego dopełnienia.

### III.

Jeżeli prawdą jest, że mniej lub bardziej spontaniczne krytyki konsumpcjonizmu są reakcją alergiczną, w swej genezie i jakości refleksji związaną z naturalistycznym niepokojem wobec zagrożenia trudnym do ogarnięcia molochem dynamicznie rozwijającej się cywilizacji, to, z drugiej strony, można je traktować jako normalny produkt nowoczesnej cywilizacji, pełniący funkcję kontrolera, krytyka i korektora życia społecznego, jako swoistą formę społecznej autorefleksji. Podobnie, te sposoby odnoszenia się do konsumpcji i społeczeństwa konsumpcyjnego, które polegają na kompletnej zataceni w paradygmacie konsumpcjonizmu można sklasyfikować jako z kolei bezrefleksyjne wpisanie się w reguły systemu. Jest to zresztą postawa dominująca i w historii, i współcześnie. Już stary Hegel pisał przecież, że większość ludzi bierze w pysk od historii nie wiedząc od kogo i za co.

Wydaje się, że między tymi dwoma wersjami, odrzuceniem i mimikrą, pojawia się pole dla odmiennego potraktowania konsumpcji i społeczeństwa konsumenckiego z perspektywy indywidualnego podmiotu, dla podejścia kreującego nowy typ racjonalności, będący swoistą kontynuacją oświeceniowego marzenia w przestrzeni społeczeństwa konsumpcyjnego. Obok kontestatora i apologety powinien pojawić się w tym nowym polu znawca, *koneser*. Ktoś, kto na podobieństwo znawcy sztuki odróżnia to, co dobre, od tego, co złe. To, co przydatne, cenne, mądre, piękne, smaczne, świeże, zdrowe od tego, co zbędne, liche, brzydkie, kiczowate, szkodliwe, niezdrowe, niesmaczne... przeterminowane...

*Koneser* sztuki to nie tylko znawca przedmiotu, to także gracz posługujący się kodami kulturowymi wytworzonymi przez sztukę do komunikacji z innymi. Zapośredniczenie komunikacji przez sztukę wysubtelnia język komunikacji, wzbogaca dostępne treści i przekazy, czyni je plastycznymi i podatnymi na indywidualizację i jednorazowe, niepowtarzalne spożytkowanie. Podobny charakter ma wolność konsumencka *konesera* w świecie towarów. Różnia świat konsumpcji jest strukturyzowana przez zindywidualizowaną praktykę konsumencką *konesera*, który poprzez realizację swego „chcę” i towarzyszącego mu „kupuję więc jestem” dokonuje nie tylko wyboru i zaspokojenia, ale także zapośredniczonej przez konsumpcję autokreacji, zamieniając siebie samego w konsumpcyjny twór kulturowy, bogaty w treści i społeczne przekazy.

Jaki masz samochód? Jaki ładny sweterek? Jaką muzykę lubisz? Którą gazetę kupujesz? Gdzie mieszkasz? Dokąd jedziesz na wakacje? Do której szkoły chodzi twój syn? Czy zapisałeś go na basen? Jesteś wegetarianinem? Pijesz piwo czy whisky? Bojkotujesz firmową odzież? To Nike czy Adidas? Grasz w kosza?

Odpowiadając na te pytania... i masę innych... odpowiadając werbalnie i praktycznie poprzez decyzje konsumenckie konstruujemy sami siebie jako podmiot konsumencki, a poprzez to jako pomiot kulturowy i podmiot w ogóle. Nasza umiejętność autokreacji zależy od stopnia naszego zorientowania w świecie konsumpcji i zapośredniczonej przez konsumpcję kulturze. Nasze znawstwo przekłada się na kreatywne nadawanie znaczeń w wyniku korzystania z otwartego przez konsumpcję pola znaczeniowego towarów i przekazów kulturowych, które możemy fragmentaryzować, sklejać, redefiniować z pełną świadomością, że nie mamy tu do czynienia z własną wolnością i autentycznością, lecz tylko z wybieraniem z oferty lub co najwyżej z wariacjami realizowanymi na elementach tej oferty. Niemniej jednak, z tej zadanej materii lepimy swoją tożsamość, wrażliwość i niepowtarzalność, a także komunikujemy o nich społecznie wchodząc w interakcje w polu znaczeń, przez które kształtuje się nasza życiowa strategia, nasz los, nasze życie.

Sytuacja znawcy, *konesera*, konsumenta przypomina pod pewnymi względami sytuację

aborygenu w pustynnej Australii albo mieszkańca puszczy Amazonii. W pełnym niebezpieczeństwie światem porusza się on ze swobodą i gracją, widząc to, czego inni nie widzą, czytając to, co inni nie dostrzegają. Wykorzystuje on przy tym wszystko, co stworzyła natura i dominującym wrażeniem z jego obserwacji jest odczucie jego organicznego zdomowienia, jego bycia u siebie. Ale to nie puszcza, ani pustynia otacza konsumenta: idzie on między półkami popychając przed sobą wózek na zakupy, tropi nie po śladach odcisniętych w piasku, lecz po cenach, promocjach, terminach ważności, opisach na metkach towarów... rozpoznaje gdzie lokuje go w społecznej przestrzeni kolczyk w uchu, gdzie tatuaż, gdzie gruby złoty łańcuch, a gdzie bezpretensjonalnie noszony po ulicach dres...

Ale dotychczasowy opis *konesera* – co prawda szkicowy i nieco anegdotyczny – obciążony jest oświeceniową czy nawet kartezjańską perspektywą indywidualnego podmiotu. Współczesny konsumeryzm jest zasadniczo niezgodny z epistemologiczną robinsonadą Kartezjusza, zakłada on bowiem, jak zostało już powiedziane, socjalizację w świat konsumpcji przez złożone i rozpisane na różne głosy, nie dające się sprowadzić tylko do szkolnictwa, praktyki pedagogicznej. Analogicznie kształtowanie *konesera* jako nowoczesnego podmiotu konsumenckiego przekracza indywidualny podmiot i rozkłada się na złożony świat komunikacji społecznej i kulturowej. Zostaje rozpisane na instytucje i media, sztukę i szkolnictwo, politykę i samokształcenie. Nowoczesne konsumenckie *ratio* zakłęte jest w makropraktykach społecznych, których tylko agentami jawią się indywidualne podmioty.

Istnienie *konesera* jako znaczącej kulturowo postawy społecznej zakłada istnienie rozbudowanych form organizacji woli i kształcenia konsumentów, możliwości ich przekształcania w wolę zbiorową i polityczną, w bogactwo form istnienia społeczeństwa obywatelskiego.

#### IV.

Można by więc – przyjmując pozę optymisty – mówić o postępie w dziejach ludzkości, która nauczyła się wreszcie pacyfikować swoje konflikty i rozwiązywać je na drodze pokojowej, a nawet więcej, bo w sposób, który daje się opisywać w kategoriach estetyki, smaku, znawstwa, bycia *koneserem*. W perspektywie zsubiektywizowanej prowadzić to może prosto do traktowania siebie jako dzieła sztuki, a swojej egzystencji jako swoistego przeżycia estetycznego, ekstatycznej estetycznej autokreacji. Nie jest to iluzja. Rzeczywisty wyraz teoretyczny i społeczny takim opcjom dają zarówno filozofowie, specjaliści od nauk społecznych, jak i kontestujące ruchu kontrkulturowe.

No i w pewnym sensie bardzo dobrze. Ujawniają one dynamiczne tendencje przenikające współczesną kulturę, być może w dużym stopniu pokazują już teraz fragmenty przyszłej rzeczywistości społecznej. Czas jednak chyba na (jakby to powiedział Michael Moore): *The Awful Truth*<sup>10</sup>.

Problem konsumpcji jako znawstwa i figura *konesera*, pojawia się tutaj w moim świecie, w rzeczywistości globalnego kapitalizmu początku dwudziestego pierwszego wieku, kiedy to nie nadmiar konsumpcji, nadkonsumpcja, superkonsumpcja, hiperkonsumpcja, turbokonsumpcja jest problemem większości ludzi, lecz głód, nędza, brak perspektyw, brak dostępu do wody zdatnej do picia, szalejąca epidemia AIDS, wojny, deklasacja mas ludzi i ekologiczne katastrofy pustoszące wielkie obszary Ziemi. Społeczne antagonizmy i relacje wyzysku w zglobalizowanym świecie wołają o nowy alternatywny porządek, nowy alternatywny świat i nową alternatywną kulturę. I nie chodzi tu tylko o tak zwany „trzeci świat”. Fawele lub ich odpowiedniki są za oknem, a trzeci świat obecny jest w metropoliach i na ich przedmieściach. W Polsce 59% społeczeństwa ma dochody na

---

<sup>10</sup> Okropna, naga prawda.

poziomie poniżej minimum socjalnego (800 złotych na osobę miesięcznie), a 11% poniżej minimum egzystencji (oblicza się je hojnie na 300 złotych na osobę miesięcznie). Trudno w tych warunkach nie podlegać terroryzmowi konsumpcji, trudno zdobyć się na bycie znawcą, *koneserem*.

Gdy uwzględnimy fakt, że rozważania o znawstwie i byciu *konsumentem-koneserem* toczą się w określonej również i w ten sposób scenerii społecznej, to nabierają one swoistego, specyficznego znaczenia... Trochę analitycznego, trochę ironicznego, trochę futurystycznego...