

Wojciech Wróblewski

"Konsumowanie życia", Zygmunt Bauman, Kraków 2009 : [recenzja]

Słupskie Studia Historyczne 15, 239-246

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

1871-1918), wydanej w 2004 r. Ponadto autor jest członkiem „Kommission für Geschichte des Parlamentarismus und der politischen Parteien” (Komisji do spraw historii parlamentaryzmu i partii politycznych) w Bonn oraz redakcji wydawnictwa Aschendorff w Münster, specjalizującego się w literaturze historycznej i kulturoznawczej regionu westfalskiego.

KRZYSZTOF RUMIŃSKI

AP SŁUPSK

* * *

Zygmunt Bauman, *Konsumowanie życia*, przekład Monika Wyrwas-Wiśniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, ss. 163 [Tytuł oryginału: *Consuming Life*]

Przemiany współczesnego świata znajdują się w orbicie zainteresowań wielu badaczy reprezentujących nauki humanistyczne i społeczne. Starają się oni w teoretyczny sposób ujmować zagadnienia związane z przeobrażeniami społecznymi, politycznymi i gospodarczymi, z jakimi spotykamy się na przełomie XX i XXI w. W gronie najbardziej twórczych pod tym względem myślicieli znajdują się politolodzy i socjologowie ujmujący współczesność w ramy ponowoczesności i postmodernizmu¹, tacy jak: Jean François Lyotard, Gianni Vattimo, Zygmunt Bauman, Frederic Jameson, Ralf Dahrendorf czy Richard Rorty.

Większość z nich jako podstawę swoich rozważań przyjmuje koncepcję rozwoju społeczeństwa ujmowaną w szeregu: od społeczeństwa tradycyjnego (naturalnego) do

¹ W wydanym w 2006 roku *Słowniku myśli społeczno-politycznej* czytamy, że „ponowoczesność lub postnowoczesność to formacja społeczno-kulturowa czasów najnowszych. Jest to pewien proces, wciąż trwający i rozgrywający się w konkretnym okresie; przełom lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku można przyjąć za cezurę czasową rozpoczynającą ponowoczesność. Nie ma ona jednak stałych, sztywno określonych granic; po części dlatego, iż jest to proces niezakończony. Ponowoczesność narodziła się w postindustrialnych społeczeństwach zachodnich, wcielających w życie doktrynę państwa dobrobytu. Tym, co odzwierciedla charakterystyczne cechy ponowoczesności jest postmodernizm – rozumiany szeroko jako zespół poglądów filozoficznych i światopoglądowych występujących w życiu społecznym, kulturze, sztuce i literaturze. W kręgu zainteresowań myślicieli zajmujących się ponowoczesnością leży głównie teoria społeczeństwa, filozofia polityki, filozofia społeczna, filozofia kultury”. J. Derek, W. Kaute, M. Kaute-Porębska, R. Małek, A. Puszkow, J. Surzyn, P. Świercz, *Słownik myśli społeczno-politycznej*, Bielsko-Biała 2006, s. 494.

społeczeństwa postindustrialnego (poprzemysłowego)². W swoich pracach badacze ci starają się wyszczególnić najbardziej konstytutywne cechy poszczególnych faz rozwojowych. Najwięcej uwagi poświęcają oni przemianom w sferze produkcji (formy i struktury produkcji, zróżnicowanie w zakresie wytwórczości, formy zatrudnienia), roli technologii w przemianach cywilizacyjnych i rozwoju społeczeństwa oraz przeobrażeniom świadomościowym człowieka (np. koncepcja osobowości nowoczesnej – *homo hubris*³).

W sferę rozważań o przemianach współczesnego świata znacząco wpisuje się twórczość Zygmunta Baumana⁴, uważanego za jednego z „tłumaczy” rzeczywistości społeczno-politycznej początku XXI w. Autor ten, znany przede wszystkim z opublikowanej w 2000 r. pracy *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, jest twórcą kilkunastu prac analizujących przemiany społeczne zachodzące w świecie ponowoczesnym. Charakteryzując go, Zygmunt Bauman posługuje się w swoich pracach pojęciem „płynnej nowoczesności”, w której następuje „roztapianie wszystkiego, co stałe”, stopniowe uwalnianie gospodarki z tradycyjnych politycznych, etycznych i kulturo-

² Za twórców koncepcji społeczeństwa postindustrialnego przyjmuje się najczęściej Clarka Kerra i Daniela Bella. W opublikowanej w 1973 r. pracy *Industrialism and Industrial Man* C. Kerr kreśli wyidealizowaną wizję społeczeństwa przyszłości, które w wyniku rozwoju nowych technologii będzie w stanie poradzić sobie z największymi problemami gospodarki kapitalistycznej: kryzysami finansowymi, bezrobociem i biedą. D. Bell natomiast w wydanej w 1974 r. książce *The Coming of Post-Industrial Society* zwraca raczej uwagę na nowe cechy strukturalne społeczeństwa ery poprzemysłowej, czyli: rozwój usług, przeobrażenia w strukturze zatrudnienia, rosnące znaczenie wiedzy i informacji w procesach produkcyjnych. M. Hirszowicz, *Stąd, ale dokąd? Społeczeństwo u progu nowej ery*, Warszawa 2007, s. 19-20.

³ Badacze teorii rozwoju społecznego wskazują na dokonujące się w poszczególnych fazach przemiany świadomości i postawy człowieka. Starają się oni je sklasyfikować i ująć w koncepcje teoretyczne. Jedną z nich jest koncepcja człowieka nowoczesnego – *homo hubris*. Jest to „jednostka wykazująca nowoczesną, kreatywną i hubrystyczną postawę, przeniknięta potrzebą wyczynu i osiągnięcia. Homo hubris to ludzie zdolni i skłonni do transgresji, stałego poszerzania własnych możliwości, przesuwania granic poznania, przełamywania barier, powoływania nowych instytucji i organizacji”. K. Krzysztofek, M. Szczepański, *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*, Katowice 2002, s. 43-47.

⁴ Zygmunt Bauman urodził się 19 listopada 1925 r. w Poznaniu. Studia socjologiczne i filozoficzne rozpoczął jeszcze w okresie okupacji, a po zakończeniu wojny kontynuował je na Uniwersytecie Warszawskim pod okiem prof. Juliana Hochfelda. Z tym też ośrodkiem akademickim związał się zawodowo, uzyskując na początku lat sześćdziesiątych tytuł dr. hab. i stanowisko kierownika Katedry Socjologii Ogólnej. W tym czasie pełnił również funkcję redaktora naczelnego pierwszego polskiego czasopisma socjologicznego „Studiów Socjologicznych”. Pod wpływem wydarzeń marcowych 1968 r. Z. Bauman został zmuszony do emigracji. Początkowo w latach 1969-1971 związał się z izraelskimi uniwersytetami w Tel-Awiiwie i w Hajfie, a następnie po powrocie do Europy z uniwersytetem w Leeds. Był także profesorem wizytującym na wielu innych uniwersytetach, między innymi w Berkeley, Yale, St. John's czy w Canberze. Jest autorem kilkunastu książek i kilkudziesięciu artykułów naukowych oraz esejów ukazujących się w najpoczytniejszych tygodnikach społeczno-politycznych na świecie. Za swoją twórczość Z. Bauman uhonorowany został w 1989 r. prestiżową nagrodą AMALFI a w 1998 r. Nagrodą im. Theodora W. Adorno. We wrześniu 2009 r. pod adresem www.zyciewkontekstach.pl rozpoczął pisanie bloga. D. Smith, *Zygmunt Bauman. Prophet of Post-modernity*, Cambridge 1999, s. 33-38; www.i-ksiazka.pl/ [dostęp: 01.12.2009 r.].

wych zależności⁵. Powstaje zatem pytanie, jakie konsekwencje dla człowieka niesie z sobą wyzwolona z wszelkich więzów gospodarka, jak prawa „nowego” rynku wpływają na zachowania ludzi, czy prowadzą do powstania nowych zjawisk i nowego modelu człowieka?

Odpowiedzią na te pytania jest opublikowana nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Jagiellońskiego praca Zygmunta Baumana *Konsumowanie życia*. Ta niespełna dwustronicowa książka stanowi uzupełnienie wcześniejszych prac autora prezentujących obraz współczesnego społeczeństwa, takich jak: *Spółczesność w stanie obłąkania* (2006), *Wspólnota* (2008) czy *Zindywidualizowane społeczeństwo* (2008).

Praca składa się ze wstępu oraz czterech rozdziałów. Obszerny, przeszło dwudziestostronnicowy wstęp nie stanowi jedynie przedstawienia głównych założeń książki, lecz jest swego rodzaju formą nawiązania dialogu z czytelnikiem, zainteresowania, a nawet zaintrygowania odbiorcy. Należy zauważyć, iż prace Zygmunta Baumana charakteryzują się eseistyczną formą, pozwalającą autorowi na różnorakie dygresje i odwołania. Dotyczą one zwłaszcza współczesnej myśli politycznej i ekonomicznej oraz teorii socjologicznych. Wymaga to od czytelnika głębokiej wiedzy humanistycznej oraz umiejętności podążania za przyjętym przez autora tokiem dyskursu.

Wstęp, czyli *Najpilniej strzeżony sekret społeczeństwa konsumentów* rozpoczyna Bauman od przedstawienia trzech przykładów aktywnej działalności społecznego człowieka w świecie Internetu. Społeczność XXI w. nazywa społeczeństwem „podłączonym do sieci” lub też „społecznictwem bezprzewodowym”. Pierwszy z przykładów, to powstające i rozwijające się w szybkim tempie internetowe sieci towarzyskie (social networking) czy portale społecznościowe, takie jak: MySpace, MSN czy Bebo.com. Zdaniem Baumana ich powstanie i popularność jest wyrazem zapotrzebowania na oferowane przez nie usługi. Współczesny człowiek nie czuje oporu przed „życiem w sieci”, ujawnianiem ścisłych danych, pokazywaniem zdjęć, utrzymywaniem kontaktów towarzyskich online. Autor powołuje się tu na badania przeprowadzone w Wielkiej Brytanii, z których wynika, iż 61 procent nastolatków pomiędzy trzynastym a czternastym rokiem życia ma osobisty profil w przynajmniej jednym z portali społecznościowych. Społeczność składające się z funkcjonujących w ten sposób jednostek określa Bauman mianem „społeczństwa spowiedniczego”, czyli „społeczństwa z upodobaniem zacierającego granicę dzielącą niegdyś rzeczy prywatne od publicznych, czyniącego cnotą i obowiązkiem publiczne obnażanie prywatności oraz usuwającego z publicznego przekazu wszystko, co nie daje się sprowadzić do poziomu prywatnych sekretów wyznań, i wszystkich tych, którzy nie zamierzają się nimi podzielić”⁶.

Kolejny z przykładów zaprezentowanych we wstępie, to wykorzystanie systemów komputerowych do selekcji i klasyfikacji klientów przez duże przedsiębiorstwa produkcyjne, firmy usługowe i banki. Systemy takie mają usprawnić działalność firm oraz zoptymalizować obsługę klientów na podstawie zapisanych wcześniej danych. Jednocześnie służą one również maksymalnemu zmniejszeniu czasu

⁵ Z. Bauman, *Płynna nowoczesność*, Kraków 2006, s. 8-9.

⁶ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, Kraków 2009, s. 9.

potrzebnego na kontakt z klientem sklasyfikowanym jako „mało wartościowy”, „nie rokujący nadziei na dalszą współpracę”, określanym przez Baumana mianem „klienta wadliwego (chwastu w konsumpcyjnym sadzie, człowieka bez pieniędzy, kart kredytowych, pozbawionego entuzjazmu dla zakupów)”⁷.

Jako trzeci przykład „sekretów społeczeństwa konsumpcyjnego” posłużył autorowi projekt nowego systemu imigracyjnego, zaproponowany przez brytyjskiego ministra spraw wewnętrznych Charlesa Clarka. Zakładał on dokonanie selekcji i wyboru imigrantów, osób, które ze względu na posiadane środki inwestycyjne, umiejętności oraz wykształcenie będą mogły ubiegać się o przyjazd i osiedlenie się na terenie Wielkiej Brytanii. Zdaniem Baumana jest to kolejny przykład zastosowania w sferze działań społecznych marketingowej zasady wybierania najlepszego towaru na półce.

Te na pozór odmienne przykłady mają według badacza wspólny mianownik. Jest nim pojawiająca się we współczesnym świecie tendencja do traktowania zarówno przedmiotu czy usługi, jak i człowieka jako towaru. Musi on być atrakcyjny, pożądaný, widoczny na rynku i na tyle wartościowy, by mógł zostać „kupiony”. Analizując to zjawisko, odnosi się Z. Bauman do poglądów wybitnych myślicieli reprezentujących nauki społeczne i ekonomiczne, wskazując, iż współczesność można analizować, posługując się teoriami powstałymi nawet na przełomie XIX i XX w. Zwraca się chociażby ku teorii liberalizacji społecznej Siegfrieda Kracauera, obserwującego przeobrażenia stylu życia na początku lat dwudziestych XX w. czy koncepcjom Jürgena Habermasa. Ten niemiecki socjolog, filozof i teoretyk nauki już w latach siedemdziesiątych przedstawił koncepcję utowarowienia kapitału i pracy, jako podstawową funkcję państwa kapitalistycznego. Stwierdził on, iż „reprodukcja społeczeństwa kapitalistycznego odbywa się za pomocą powielanych nieskończone mnóstwo razy transakcyjnych spotkań między kapitałem w roli kupującego a pracą w roli towaru”⁸.

Utowarowienie pociągnęło za sobą kolejne procesy społeczno-ekonomiczne: deregulację i prywatyzację. Ich najbardziej charakterystycznym przykładem jest utowarowienie pracy, widoczne zwłaszcza na rynkach wysoko uprzemysłowionych krajów zachodnioeuropejskich i Stanów Zjednoczonych. W tym miejscu Z. Bauman odniósł się obserwacji Arlie Russel Hochschild, amerykańskiej badaczki analizującej zmiany wzorca zatrudnienia w najbardziej zaawansowanych sektorach amerykańskiej gospodarki. Zauważyła ona, iż Amerykańscy pracodawcy zaczęli posługiwać się nowym pojęciem „zerowego oporu”. Termin ten oznacza najbardziej pożądanego pracownika – „niezwiązanego” rodziną, pozbawionego zobowiązań, gotowego porzucić jedną pracę dla drugiej, chętnego do przyjęcia dodatkowych zleceń. Warto przytoczyć przedstawiony przez Z. Baumana opis idealnego pracownika: „Idealny pracownik to taki, który nie ma żadnych zobowiązań, nie jest do niczego przywiązany, nie jest w związkach uczuciowych i stroni od ich nawiązywania. Jest to osoba gotowa przyjąć każde zadanie, jakie się pojawi, bez wahania zmienić swoje skłon-

⁷ Tamże, s. 10.

⁸ Tamże, s. 13.

ności, porzucić stare priorytety i przyjąć nowe, a wszystko to w bardzo krótkim czasie. Osoba przywykła do układu, w którym przywyknęła jako takie – do pracy, umiejętności czy sposobu wykonywania danej czynności – nie jest stanem pożądanym, a zatem nie jest też rozsądne. I w końcu osoba, która nie skarżąc się ani nie procesując, wyniesie się z firmy, kiedy przestanie być jej potrzebna. Osoba, która uważa perspektywy długookresowe, wytyczone ściśle ścieżki kariery i wszelką stabilizację za rzeczy rodzące większą niechęć i przerażenie, niż ich brak⁹.

Przytoczone powyżej przykłady i analizy zjawisk posłużyły autorowi do sformułowania koncepcji społeczeństwa konsumentów, którego głównym elementem jest budowanie szczególnej sieci relacji międzyludzkich. Są one kształtowane zgodnie z wzorcem i na podobieństwo relacji między konsumentami a obiektami ich konsumpcji. Następuje zatem zatarcie różnicy między podmiotem a przedmiotem konsumpcji oraz wymieszanie ich ról. Z. Bauman mówi wręcz o przekształceniu się konsumentów w towary.

Idąc dalej, autor stara się jeszcze we wstępie ukazać mechanizm utowarowienia i daleko posuniętej konsumpcji nastawionej na pozyskiwanie coraz to nowszych i lepszych „towarów”. Główną zasadą jest tu reguła wymiany – „starego” na „nowe”, przy czym „stare” nie musi oznaczać „towaru” wadliwego, zniszczonego, nie nadającego się do użytku. „Stare” utożsamiane jest z „przestarzałym”, nie przystającym, nie pasującym do „dzisiaj”. „Nowe” bardziej atrakcyjne, świeże, nieznanne musi zastąpić „stare”. Jeśli zasada ta do tej pory była powszechnie stosowana w sprzedaży produktów przemysłowych, to obecnie została ona przeniesiona na grunt relacji międzyludzkich. Z. Bauman analizując to zjawisko, powołuje się na pracę wybitnego socjologa Anthony’ego Giddensa. W książce *Przemiany intymności* Giddens przedstawia coraz powszechniejszy wzorzec „czystego związku”, w którym panują zasady rynkowej konsumpcji, możliwość zmiany partnera, jeśli nie spełnia on oczekiwań, jeśli pojawia się inna, bardziej atrakcyjna i odpowiadająca „zapotrzebowaniu” osoba. Istnienie tego typu form relacji jest odzwierciedleniem występującej we współczesnym społeczeństwie obojętności moralnej, neutralnego podejścia do zrywania więzi, do pozbywania się odpowiedzialności za los drugiego człowieka.

Rozdział pierwszy, zatytułowany *Konsumpcjonizm a konsumpcja* poświęcony jest przedstawieniu charakterystycznych cech konsumpcjonizmu. Z. Bauman zauważa różnicę między konsumpcją, która jest zajęciem i cechą jednostek a konsumpcjonizmem, będącym atrybutem społeczeństwa. Te dwa pojęcia są jednak nierozłączne, bowiem aby powstało społeczeństwo konsumentów, jednostki muszą przekształcić się w „zbiorowego konsumenta”, jednostkowe pragnienia muszą być coraz większe i silniejsze. Produkt musi trafiać do coraz szerszej rzeczy konsumentów i coraz szybciej. Aby scharakteryzować owo przyspieszenie „sprzedaży”, Z. Bauman odnosi się do zaproponowanego przez Stephena Bertmana terminu „kultura terazistyczna” i „kultura pośpiechu”. Pojęcia te nie tylko trafnie określają sposób życia współczesnego człowieka, ale i chwytają naturę płynnie nowoczesnego

⁹ Tamże, s. 16.

zjawiska konsumpcjonizmu. Głównym motywem pośpiechu w ujęciu konsumpcjonizmu jest konieczność pozbywania się starych rzeczy i zastępowania ich nowymi. To zastępowanie ma uczynić człowieka szczęśliwym. Z. Bauman pisze: „Społeczeństwo konsumentów jest zapewne jedynym w historii ludzkości, które obiecuje szczęście w życiu ziemskim, szczęście tu i teraz, jak również w każdym kolejnym »teraz«. Krótko mówiąc, szczęście natychmiastowe i nieustające. Jest to również jedyne społeczeństwo, które uparcie odmawia usprawiedliwienia i/lub uprawomocnienia jakiegokolwiek odmiany nieszczęścia (wyjawszy ból zadawany kryminalistom jako »należna kara« za ich zbrodnie), nie ma zamiaru go tolerować i przedstawia go jako ohydę wołającą o ukaranie winnych i odszkodowanie dla cierpiących”¹⁰.

Autor wymienia również inne cechy społeczeństwa konsumentów. Są nimi między innymi daleko posunięty indywidualizm, odejście od wymagających współpracy i solidarności przedsięwzięć zbiorowych ku działaniom jednostkowym. Zjawisko to jest jednocześnie formą ochrony gospodarki konsumpcyjnej. Pragnący daleko posuniętej indywidualizacji konsument poszukuje produktów niepowtarzalnych, przygotowanych właśnie dla niego, określających jego pozycję w grupie.

Prezentacji modelu społeczeństwa konsumentów służy rozdział drugi pracy *Konsumowanie życia*. Na samym jego początku Z. Bauman definiuje społeczeństwo konsumentów jako „zestaw warunków życiowych, w jakich wysokie jest prawdopodobieństwo przyjęcia przez większość ludzi kultury konsumpcjonistycznej i postępowania w większości przypadków zgodnie z jego nakazami. Innymi słowy »społeczeństwo konsumentów« to takie społeczeństwo, które promuje wybór konsumpcyjnego stylu życia i strategii życiowych, zachęca do niego lub przymusza, pogrążając w niełasce wszelkie jego kulturowe alternatywy”¹¹.

Stworzenie społeczeństwa konsumentów wymagało przekształceń w środowisku życiowym człowieka. Pojawiły się w nim miejsca, w których szuka się dóbr, znajduje je i nabywa – centra handlowe, pasáže czy galerie. Człowiek wychowany w świecie konsumpcjonizmu traktuje przestrzeń handlową jako naturalny element otoczenia. Zdobywa umiejętność poruszania się w tej przestrzeni i z biegiem lat kształtuje swoje zachowania konsumpcyjne. Jest to swego rodzaju „konsumpcyjna socjalizacja”.

W społeczeństwie konsumentów występują jednak również jednostki niewygodne i skazane na wykluczenie – tak zwani wadliwi konsumenci. Zatem przynależność do tej formy społeczeństwa podyktowana jest koniecznością. W jednostce musi zostać zaszczerpiona nieodparta chęć, wręcz przymus konsumpcji, zastępowania jednych rzeczy drugimi, sprawnego poruszania się w przestrzeni współczesnego świata. Jednocześnie wymusza to konieczność poddania się regułom konsumpcji i własnego utowarowienia. Jak pisze Z. Bauman – „prawa rynku odnoszą się do rzeczy wybieranych i do osób je wybierających”¹².

W rozdziale drugim autor nie tylko odnosi się do sfery ekonomii, ale również podejmuje próbę przeanalizowania wpływu przemian globalizacyjnych na kondycję

¹⁰ Tamże, s. 51-52.

¹¹ Tamże, s. 61-62.

¹² Tamże, s. 70.

współczesnego państwa. Porównuje zachowania jednostki w erze industrialnej i postindustrialnej. Zdaniem Z. Baumana proces indywidualizacji spowodował zmianę postaw wobec zbiorowości, w tym państwa. „Narodobudownictwo”, tak charakterystyczne jeszcze dla początków XX w. i skłonność jednostki do ograniczenia swojej wolności na rzecz dobra ogółu zastąpione zostało dobrem jednostki. Formą łączności jednostek jest „rój”. Roje nie są zespołami są „wyłącznie »sumą części« czy raczej zbiorem samonapędzających się elementów złączonych jedynie przez »solidarność mechaniczną« wyrażającą się w powielaniu tych samych wzorów zachowania i poruszania się w tym samym kierunku”¹³. Tym wzorem i kierunkiem jest oczywiście konsumpcja.

Rozdział trzeci poświęcony jest omówieniu kultury konsumpcyjnej. Z. Bauman przedstawia tu cały katalog zachowań oraz wartości składających się na zjawisko kultury konsumpcyjnej. Rozpoczyna od określenia warunków przynależności „towarzystwa”, „czółówki” – elity społeczeństwa konsumpcyjnego. Wejście do niego gwarantuje posiadanie widocznych oznak członkostwa, emblematów przynależności, które autor porównuje z totemami plemion pierwotnych. Zatem owa przynależność to „uzewnętrzzona” samoidentyfikacja jednostki. Poprzez posiadanie i utrwalanie zachowań konsumpcyjnych jednostka uzyskuje pewność uznania, aprobaty i akceptacji.

Drugim z elementów kultury konsumpcyjnej jest specyficzna koncepcja czasu. Z. Bauman używa tu pojęcia puentylistyczności czasu, złożonego z chwil, krótkotrwałych epizodów i nowych początków. W speuntylizowanym świecie jednostka powinna skupić się na dogłębnej penetracji i wyzyskaniu bieżącej chwili.

Kolejna z cech tej formacji to wolność jednostki w wyborze „stylu”. Wolność ta jest jednak ograniczona do kilku kategorii. „Możesz wybierać swój styl. Wybór jako taki – wybór któregoś stylu – nie podlega dyskusji, wybrać musisz, a zaprzestać albo uniknąć wyboru możesz jedynie pod groźbą wykluczenia”¹⁴. Jednostka zostaje również „zmuszona”, by uczynić dokonany wybór publicznie rozpoznawalnym, przypisującym ją do określonej kategorii. Raz dokonany wybór nie musi być wyborem ostatecznym, wręcz przeciwnie, nie może on mieć charakteru trwałego. Zdaniem Z. Baumana płynnie nowoczesne społeczeństwo konsumpcyjne nawołuje, zachęca do zmiany tożsamości, do jej ulepszania, daje możliwość „stania się kimś innym” chociażby przez wizytę w najbliższym centrum handlowym.

Za główne narzędzie szybkiej możliwości zmiany tożsamości autor uważa Internet. Za pośrednictwem sieci jednostka bez żadnych nakładów finansowych może dowolnie kształtować swoją tożsamość, być inżynierem własnej wirtualnej osobowości.

Ostatni rozdział pracy, zatytułowany *Straty współbieżne konsumpcjonizmu*, jest swego rodzaju podsumowaniem prowadzonego przez autora dyskursu, próbą ukazania zjawiska konsumpcjonizmu przez pryzmat „konsekwencji”. Z. Bauman określa

¹³ Tamże, s. 85.

¹⁴ Tamże, s. 95.

je mianem „strat/szkód współbieżnych”, czyli zachodzących jednocześnie na wielu płaszczyznach życia społecznego, gospodarczego i politycznego. Zdaniem autora do najważniejszych z nich należy powstanie tak zwanej „podklasy”. „Ludzie trafiają do podklasy, ponieważ postrzegani są jako całkiem bezużyteczni – po prostu utrapienie, bez którego reszta z nas znakomicie by się obyła. W społeczeństwie konsumentów – w świecie oceniającym wszystko i wszystkich na podstawie towarowej wartości – są to ludzie pozbawieni wartości rynkowej, ludzie »nieutowarowieni«, w których wypadku nieudolność w uzyskaniu statusu towaru występuje z nieudolnością do wywiązania się z obowiązków konsumenta z prawdziwego zdarzenia”¹⁵. Kolejnym efektem konsumpcjonizmu jest zjawisko apatii politycznej. Jednostki wychowane w świecie wartości kultury konsumpcyjnej w pierwszej kolejności czują się konsumentami. Zaangażowanie polityczne i społeczne utożsamiane jest z elementami solidaryzmu społecznego i znajduje się na uboczu zainteresowań płynnie nowoczesnego konsumenta.

Konsumowanie życia Zygmunta Baumana to niezwykle interesująca książka, charakteryzująca przeżywające obecnie swój największy rozwój społeczeństwo konsumpcyjne. Praca zawiera wiele refleksji autora popartych europejskimi i amerykańskimi badaniami socjologicznymi i ekonomicznymi. Książka ma charakter esejistyczny, co przejawia się w licznych dygresjach i wielotorowości narracji. Przeszkodę dla czytelnika może stanowić, podkreślająca erudycję autora, ilość odniesień do klasycznych i współczesnych teorii filozoficznych i socjologicznych.

WOJCIECH WRÓBLEWSKI

AP SŁUPSK

¹⁵ Tamże, s. 133-134