

• Jacek Gajdecki Konsumpcja (w) muzeum .....	145
• Radosław Kossakowski Spacerowicz i pacybut, czyli słów kilka o polskim społeczeństwie konsumpcyjnym .....	163
• Tomasz Kozłowski Popnatura i masowa nuda. Czy popkultura wypełni pustkę wolnego czasu .....	183
• Krzysztof Pietrowicz Etyka hackerska. Wyzwanie dla konsumeryzmu? .....	201
• Marcin Ziembkowski <i>Affluenza</i> – społeczna choroba czy warunek <i>prosperity</i> ? .....	215
Bibliografia .....	241
O autorach tomu .....	255

Tomasz Szlendak i Krzysztof Pietrowicz  
szlendak@umk.pl; szkott@umk.pl

## Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału

### Dzień bez zakupów

Co roku, jesienią, w Stanach Zjednoczonych organizacja skupiona wokół antykonsumenckiego pisma „Adbusters Magazine”, założonego przez Kalle Lasna, ogłasza *Buy-Nothing-Day* (zob. Lasn 2000; Schor 1999: 144). Lasn i jego współpracownicy, walczący z pochłaniającym Amerykanów w zastraszającym tempie konsumeryzmem, proszą tego dnia swoich rodaków o „uczestnictwo poprzez nieuczestniczenie”, ogłaszając dwudziestoczterogodzinne moratorium na wszelkie zakupy. Okazuje się, że amerykański styl życia przechodzi gwałtowną metamorfozę, będąc w coraz więk-

szym stopniu uzależniony od wydawania pieniędzy, zdo-  
 bywanych z poświęceniem, mozołem i przy zwiększającym  
 się nakładzie czasu spędzanego w pracy. Juliet Schor,  
 badaczka tzw. nowego konsumeryzmu w Stanach Zjedno-  
 czonych, polegającego, z grubsza rzecz ujmując, na rady-  
 kalnej eskalacji marzeń konsumpcyjnych amerykańskiej  
 klasy średniej, zauważa, że chorobliwe uzależnienie od  
 robienia zakupów i konsumowania coraz to nowszych dóbr  
 może doprowadzić do nieoczekiwanych (niekoniecznie po-  
 żądanych) zmian w amerykańskiej gospodarce w sytuacji,  
 kiedy prawie 63% amerykańskich gospodarstw domowych  
 zaciągnęło jakiś kredyt na cele konsumpcyjne, a każdy  
 odsetek żyje na kredyt, posługując się kartami bankowy-  
 mi (zob. Schor 1999: 3–24).

Amerykański cud gospodarczy związany jest z ogrom-  
 nym, generowanym społecznie popytem na dobra konsump-  
 cyjne, który jednak – spróbujmy to podkreślić – wiąże się  
 z faktem, że Amerykanie przestają cokolwiek oszczędzać, fi-  
 nansując swoje marzenia o jeszcze większych domach na  
 przedmieściu, o lepszych samochodach, o nowym sprzęcie  
 DVD, ogromnych telewizorach i dorocznych wakacjach w Eu-  
 ropie z pieniędzy banków, w których są zadłużeni. Chęć re-  
 alizacji konsumpcyjnych marzeń zmusza Amerykanów do  
 wycięzonej pracy kosztem życia towarzyskiego, rodzinnego,  
 kosztem własnych dzieci, mężów i żon. Jedynym niemal re-  
 medium na ową ciężką pracę są relaksacyjne zakupy, od któ-  
 rych wielu obywateli imperium jest po prostu silnie uzależ-  
 nionych. Z nowym konsumeryzmem wiąże się schorzenie o  
 charakterze cywilizacyjnym – *affluenza* (zob. de Graaf, Wann  
 i Naylor 2001), którego najbardziej widocznymi symptomami  
 są rozbuchane oczekiwania konsumenckie, stres spowodowa-  
 nany nadmiarem, rwące się więzy rodzinne, chłód w spo-  
 łeczności sąsiedzkiej (jednym z głównych bastionów amery-  
 kańskości), gwarantowany brak satysfakcji z przedmiotów,

które tę satysfakcję pozornie mają zapewniać, wyczerpanie  
 zasobów środowiska, natóg robienia zakupów, a wreszcie  
 niechęć i psychiczne dolegliwości związane z kontaktem  
 z czymkolwiek, co ma głębszy sens czy znaczenie.

Wyobraźmy sobie teraz reakcję polskiego przechod-  
 nia na plakat informujący o dniu bez kupowania. Na przy-  
 kład bezrobotnej w dobie recesji łódzkiej szwaczki albo  
 matki pięciorga dzieci z byłego PGR-u. Trudno oczekiwać  
 od Polaków reakcji pozytywnej, skoro dzień bez kupowa-  
 nia zdarza się u nich właściwie co drugi dzień, a nawet  
 – w wypadkach skrajnej biedy – codziennie. Jeśli chodzi  
 o *affluenzę*, to nie ma w Polsce kłopotu, ponieważ oby-  
 watele Rzeczypospolitej nie mają pracy, a co za tym idzie,  
 nie mają pieniędzy. Żaden bank zatem nie poświęci im  
 choćby minuty, nie mówiąc o wystawieniu karty kredyto-  
 wej, która napędzałaby oczekiwany przez władze naszego  
 kraju popyt konsumencki. W USA na zasobność udzielają-  
 cych kredytów banków złożyły się setki lat gromadzenia  
 funduszy w ramach tradycyjnych procedur kapitalistycz-  
 nych. Polacy zaś nie mają liczonych w biliony dolarów  
 oszczędności. U nas bowiem kapitalizmu z prawdziwego  
 zdarzenia nigdy nie było, nie mamy zatem teraz możliwo-  
 ści konsumowania na kredyt. Powtórzmy więc: nie ma  
 w Polsce kłopotu z *affluenzą*, nie ma problemów z nad-  
 miarem i chorobliwym uzależnieniem od kupowania pro-  
 dukowanych przez koncerny dóbr na szeroką, społeczną  
 skalę. Dzień bez kupowania (w zamierzeniu etnocentrycz-  
 nych Amerykanów – międzynarodowy) dotrzeć może je-  
 dynie do sumień wielkomięjskich specjalistów, a ściślej  
 – do ograniczonej od świata towarzyskiej śmietanki na-  
 szej stolicy. Nasz kapitalizm jest bowiem naskórkowy i nie  
 ma „klasycznych” wymiarów kapitalizmu zachodniego. Nie  
 jest to ani ten pierwszy, dziewiętnastowieczny w charakte-

rystykach, etap tego ustroju, ani też późnonowoczesna jego wersja, którą wielu zachodnich myślicieli uznaje za de- grengoladę i wykoślawienie purytańskich cnót, leżących u podstaw kapitalizmu.

### O zachodnim i polskim kapitalizmie nieprawdziwym

Pisząc o współczesnym kapitalizmie należy brać pod uwagę jego specyfikę i to, co różni go od kapitalizmu „klasycznego”. Wartość charakterystyczna dla wczesnego kapitalizmu, czyli indywidualizacja, a więc koncentrowanie się na sobie, własnym rozwoju i zyskach zamieniła się dziś – w epoce konsumpcji – we własną karykaturę. Indywidualizacja doprowadziła w ostatecznym rozrachunku do zaniku fenomenu napędzającego kapitalizm od jego początków, tj. chęci inwestowania. Najlepiej, w naszej opinii, kwestię tę ujmuje Daniel Bell. Mówi on, że w dzisiejszym kapitalizmie zachodnim dążenie do przyjemności komplet- nie wyparło dawne nastawienie na sukces zawodowy i rozluźniło obyczaje. Co więcej – stawia on tezę, że za- tracona została w związku z tym zdolność do wspólnych poświęceń i grupowej solidarności. Jest to dla niego jedna z kulturowych sprzeczności kapitalizmu (Bell 1994: 90–121). Zdaniem tego myśliciela:

Kapitalizm amerykański [...] utracił swą tradycyjną legity- mizację, opartą na moralnym systemie wynagrodzeń, zakorze- nionym w protestanckim uswienięciu pracy. Zastąpił ją hedo- nizm, obiecujący materialny dostatek i luksus (Bell 1994: 120).

Inaczej rzecz ujmując, jednostki koncentrują się dziś tylko i wyłącznie na sobie, tymczasem w kapitalizmie dobro wspól-

ne – na przykład firma – domaga się wyrzeczeń na rzecz wspólnoty. W dzisiejszym zachodnim kapitalizmie kasyno- wym, gdzie fortuny można przegrać lub wygrać na gieł- dach, myślenie wspólnotowe nie jest już potrzebne.

W społeczeństwie późnonowoczesnym dostęp do kon- sumowania (które w szybkim tempie staje się najwyższej ce- nioną wartością) wyznaczony jest przez fakt posiadania pra- cy. Kiedy tracimy pracę, automatycznie wypadamy z kon- sumpcyjnego kierunku. To praca, zdaniem wielu myślicieli, dzieli dziś świat cywilizacji Zachodu na lepszych i gorszych (zob. Rifkin 2001). Ci lepsi, posiadający pracę (choćby mało płat- ną), konsumują. Ci gorsi, którzy pracy nie mają, udają, że konsumują, albowiem dzisiaj nie konsumować naprawdę nie wypada. Kiedy nie konsumujesz, to umarłeś dla świata, wy- pisano cię z wszelkich rejestrów. Kto nie konsumuje, ten nie jest dobrym obywatelem, bo kiedy konsumpcja zastępuje pro- dukcję, dostęp do środków produkcji przestaje być, rzecz jasna, wyznacznikiem przynależności klasowej. Otwiera się tym samym nowe, fascynujące pole dociekań socjologicznych.

Wkraczając na to pole, można na przykład zająć się nowymi symbolami statusu, co czyni choćby George Ritzer:

Klasy średnie i wyższe mają dostęp do kart kredyto- wych i debetowych praktycznie nieograniczony, klasy niż- sze – ograniczony. Ubodzy mogą mieć dostęp jeszcze mniej- szy albo uzyskanie go może ich kosztować więcej od bogat- szych członków społeczeństwa. Weźmy na przykład tak zwa- ne karty zabezpieczone. Proponuje się je ludziom o słabej zdolności kredytowej, czyli tym, którzy na przykład zalegali z uregulowaniem poprzedniego zadłużenia zaciągniętego za pomocą karty kredytowej lub ze splatą innego kredytu, a na- wet tym, którzy kiedyś byli zmuszeni ogłosić niewypłacal- ność. Takie karty wiązały się zwykle z wyższymi opłatami i wyższym oprocentowaniem. [...] Innymi słowy, posiada-

czom kart zabezpieczonych zezwala się na pożyczanie ich własnych pieniędzy na wysoki procent i za znaczne opłaty (Ritzer 2001: 321).

W Polsce nie ma z kartami kredytowymi tego rodzaju problemów. W naszym kraju ludzie ubodzy zyskują dostęp do karty kredytowej co najwyżej w momencie, kiedy wygrają ją w konkursie firmy produkującej margarynę. Dlatego – ze względu na swą osobliwość – zależności między konsumpcją i miejscem w hierarchii społecznej są w naszym „nieprawdziwym” kapitalizmie tak fascynujące, że warto je badać.

Polski kapitalizm to kapitalizm „nieprawdziwy”, o ile można posługiwać się takim skrótem myślowym. Kapitalizm „prawdziwy” to po pierwsze system właściwszy dla ludzi z inicjatywą, których u nas – mimo stereotypów na temat legendarnej przedsiębiorczości Polaków – jak na lekarstwo. Minęło już ponad czterdzieści lat od chwili radykalnej transformacji, odsetek zaś prywatnych przedsiębiorców nie wzrasta lawinowo. W roku 1999 było w Polsce około 6,5% ludzi stwierdzających w badaniach ankietowych, że są właścicielami firm, podczas gdy na przykład we Włoszech było to aż 22%. Średnia w krajach rozwiniętego kapitalizmu lokuje się między 10 a 15% całej populacji. Oznacza to, że Polacy nie są raczej skłonni do podejmowania ryzyka gospodarczego na własny rachunek. Wolą, aby miejsce pracy zapewnił im ktoś inny (por. Domański 2002a: 26). Optymizm w kwestii rozwoju przedsiębiorczości w Polsce nie jest zatem uzasadniony.

Polacy życzą sobie dodatkowo – poza zrzuceniem ciężaru innowacyjności oraz inwestycji na kogoś innego – aby miejsce pracy było trwałe. Przyzwyczaili się do nieszczerego dla kapitalizmu modelu pracy w jednym zakładzie przez całe życie. Tymczasem na świecie tendencje są zupełnie inne:

Zamiast kariery polegającej na wspinaniu się po szczeblach jednej organizacji jednostki skaczą na boki; zamiast prostej drogi ku emeryturze czeka je tropienie własnego przetrwania w gąszczu pokrętnych ścieżek, wiodących przez różne instytucje, organizacje i układy (Magala 1999: 49).

Polacy pragną jeszcze, żeby miejsce pracy przynosiło wysokie dochody i zapewniano szereg niezastużonych najczęściej profitów, choćby w postaci przywilejów branżowych czy zasiłków socjalnych. Słuchając działaczy związkowych, można dojść do wniosku, że od ludzi z inicjatywą, od przedsiębiorców, wymaga się w naszym kraju o wiele za dużo. Muszą oni myśleć nie tyle o swoim dalekosiędnym zysku (co byłoby normalne dla kapitalizmu „prawdziwego”, opartego na zdrowym, nieskrzywionym jeszcze indywidualizmie), ile o zapewnieniu teraźniejszego bytu dziesiątkom, setkom, a nawet tysiącom rodaków. Jest to chore, ponieważ najpierw trzeba wymagać od siebie, potem dopiero od innych. Bez tego przekonania nie ma kapitalizmu. Jest za to feudalizm.

Można powiedzieć, że przekonania Polaków dotyczące pracy to relikty feudalizmu. W feudalizmie bowiem poddany nie musi się martwić o swój żywot, gdyż jest to zadanie feudałnego władcy. Polacy mają niestety mentalność feudałnych poddanych. Wolą, żeby martwiła się o nich jakaś wszechmocna zwierzchność. Edmund Mokrzycki ujął to następująco:

Polska demokracja odwarza, w innej instytucjonalnej postaci, tradycyjną strukturę władzy, którą cechuje podział na „władzę” i społeczeństwo – „władzę” w tym charakterystycznym wschodnioeuropejskim sensie, którego nie można oddać w języku angielskim czy francuskim. [...] Społeczeństwo w swej podstawowej masie nadal demokratycznie wybranej „władzy” atrybuty władzy autorytarnej i oczekuje dobrego „rządzenia” w stosownym stylu (Mokrzycki 2001: 148).

Wykorzenienie tej cechy z naszej zbiorowej mentalności będzie bardzo trudne, co zauważa na przykład Henryk Domański (zob. 2002b: 85–100).

Prawdziwy kapitalizm to po drugie system, w którym istnieje szeroki środek drabiny społecznej, czyli klasa średnia. Jest ona – zdaniem licznych badaczy – fundamentem „ładu ekonomicznego, społecznego i politycznego w nowoczesnym kapitalizmie” (Mokrzycki 2001: 68). Zauważmy przy tym, że ów środek drabiny społecznej społeczeństwa kapitalistycznego, jest raczej zespołem pewnych cech, aniżeli klasą w tradycyjnym, socjologicznym rozumieniu tego terminu (por. Domański 2002a). Jedną z tych cech, być może najważniejszą, jest niepoprzestawanie na naszym. Klasa średnia na Zachodzie charakteryzuje się tym, że ciągle dąży do czegoś więcej, do zdobycia kolejnych zasobów, do pozyskania nowych, przydatnych na rynku umiejętności.

Po trzecie prawdziwy kapitalizm to taki, w którym istnieje ustabilizowana klasa wyższa, wskazująca reszcie drabiny społecznej odpowiednie wzorce postępowania i będąca zarazem wzorem osiągnięcia sukcesów. Przedstawiciel takiej klasy, kiedy dochodzi na kilka lat do władzy, nie „przytula się” z reprezentantami mediów i biznesu, bo to rodzi korupcję. Takiej klasy u nas nie ma. W naszym kraju istnieje nieprzeżenikalna kasta politycznych nuworyszy, którzy zarabiają nie tyle na własnych pomysłach gospodarczych, co na styku polityki, instytucji państwowych i biznesu. Mamy zatem w Polsce do czynienia z tym, co Jadwiga Staniszkis określa mianem „kapitalizmu państwowego”, „kapitalizmu sektora publicznego”, czy wreszcie „kapitalizmu niekompletnego” (Staniszkis 2000: 15–18; Staniszkis 2003: 105–115).

## Kapitalizm bez kapitałów

Model społeczno-gospodarczy, z którym mamy do czynienia dziś w Polsce, można też nazwać kapitalizmem bez kapitału<sup>1</sup>. Oznacza to, że istniejej formalne reguły wolnego rynku, nie ma jednak kapitału, który mógłby być w ramach tych reguł angażowany przez aktywne jednostki, niebędące krezusami, politykami ani przestępcami. Trudno, żeby taki kapitał szybko pojawił się w kraju, w którym kolejne rządy drenują niemilosiernie kieszeń podatnika. Nie ma on szans zainwestowania nadwyżek swojej pracy, bo albo musi je oddać państwu, albo ukryć pod łóżkiem. Skąd też taki kapitał ma się brać po kilkudziesięciu latach realnego socjalizmu?

Należy w tym kontekście wspomnieć o jeszcze jednej rzeczy:

Nie jest [...] prawdą – jak zauważył Edmund Mokrzycki – że socjalistyczna „inicjatywa prywatna” stanowiła teren, na którym rozwijał się duch kapitalizmu w Weberowskim sensie. Był to raczej teren kształtowania się mentalności i umiejętności charakterystycznych dla drobnego podziemia gospodarczego i „szarej strefy” (Mokrzycki 2001: 78).

Dodajmy, że pieniądze lokalnych miliarderów są raczej „zabawne” w porównaniu z fortunami zachodnich inwestorów czy zasobami ponadnarodowych korporacji (zob. Domański 2002a: 147). Lokalni inwestorzy – drobna złośliwość jest tutaj konieczna – mogą co najwyżej sfinansować budo-

<sup>1</sup> Jest to tylko jedna z propozycji. Można też, poza wspomnianymi już kategoriami Jadwigi Staniszkis, nawiązując do koncepcji Immanuela Wältersteina, mówić o istnieniu w naszym kraju kapitalizmu peryferyjnego (por. Krzysztofek i Szczepański 2002: 126–130).

wę sześćdziesięciu kilometrów autostrady. Jasne, że w tej sytuacji dokapitalizowanie polskiej gospodarki może przebiegać jedynie z zewnątrz, co rodzi jak wiadomo cały szereg kłopotów.

Nie mamy też w Polsce do czynienia z kapitalizmem prawdziwym w sensie świadomościowym i w sferze wartości. W trakcie wszelakich transformacji ustrojowych, nie tylko naszej, najszybciej zmieniają się formalne reguły gry. W miarę łatwo można zastąpić reguły gry socjalistycznego feudalizmu grą kapitalistyczną. Wystarczy zmienić zapisy prawne i respektować je. Jednak za zmianami formalnych reguł niekoniecznie pójdą nieformalne zasady, takie jak przyzwyczajenia ludzi, wyznawane przez nich wartości i normy, które nie są zapisane w kodeksach. Tak więc odpowiadając na pytanie o różnice między kapitalizmem w naszym kraju i na Zachodzie, nie należy uwzględniać wskaźników formalno-prawnych, ale podobnie jak Mokrzycki, trzeba szukać czynników rozwoju i zacołania w

samej tkance społecznej: w kulturze, w całokształcie stosunków międzyludzkich, w strukturze społecznej i mechanizmach różnicowania społecznego (Mokrzycki 2001: 127).

Można też spojrzeć na to z drugiej strony i wskazać na inny powód, dla którego system społeczno-gospodarczy w Polsce jest, jaki jest. Chodzi tu mianowicie o tempo zmian społecznych. Radykalna transformacja społeczna powoduje kryzys więzi moralnych i w konsekwencji zaufania, które jest konieczne w zdrowej gospodarce rynkowej (zob. Sztompka 1999; Fukuyama 1997). Jest z tym związana kwestia kapitału społecznego, którego deficyt odczuwamy. Dzieje się tak ponieważ, jak ujmuje to Francis Fukuyama:

Kapitał społeczny będący podstawą zaufania i zdrowej gospodarki wyrasta z korzeni kultury (Fukuyama 1997: 48).

W naszej kulturze tego kapitału nie ma zbyt wiele.

Mamy zatem w Polsce formalny ustroj kapitalistyczny, w którym ludzie są przekonani, że wszyscy powinni zarabiać podobnie (choć wiedzą, że za lepszą pracę należą się większe pieniądze, co jest już paradoksem – por. Domański 2000a i 2002a) i że wszystkich powinno być na wszystko stać. Są to przekonania rodem z PRL-u, które świetnie się mają w kapitalistycznej rzeczywistości. Kapitalizm nie zdolal tych przekonani zmodyfikować. Funkcjonują u nas związki zawodowe, które walczą nie tyle ze swoim pracodawcą, ile z administracją państwową. Dlaczego z nią? Odpowiedź może być następująca: może w polskim, dziwnym kapitalizmie pracownicy słusznie upatrują właściciela w rządzie? Może gospodarka nie zerwała się jeszcze u nas ze smyczy centralnego, ręcznego sterowania? Dowodziłyby tego sytuacje, w których rząd stara się zapewnić świadczenia socjalne czy utrzymywać miejsca pracy, ingerując w funkcjonowanie prywatnych przedsiębiorstw. Zatem ani elita polityczna w Polsce, ani przeciętny Polak nie wierzą regułom kapitalizmu i wolą rozwiązywać problemy po staremu, tj. ręcznie. Władza nadal w Polsce znaczy więcej niż kapital.

Zwróćmy uwagę na jeszcze jedną sprawę. Jak zauważa Róża Milic-Czeraniak, we współczesnej Polsce postawy ludzi aktywnych (czyli tych wylamujących się pozytywnie od reguły) są przejęte z kapitalizmu współczesnego. Tymczasem społeczeństwa

dobrobytu nie kultywują już wszystkich postaw opisywanych przez M. Webera sprzyjających onegdaj powstawaniu kapitalizmu. [...] Sposobem życia znacznych grup społecznych stał się hedonizm wspierany przez system marketingowy (Milic-Czeraniak 1997: 253; por. Weber 1994),

w związku z czym

[motorem] przemian rozszerzania się postaw aktywnych staje się w procesie transformacji nie praca jako taka oraz jej odniesienia do sfery *sacrum*, lecz wyższy indywidualny poziom życia (Milic-Czerniak 1997: 253).

Mamy zatem do czynienia ze sztucznym przeniesieniem i ukorzeniem się myślenia hiperindywidualistycznego, charakterystycznego dla klasy średniej na Zachodzie, w sytuacji, kiedy właściwy (w sensie – „protestancki”) kapitalizm jeszcze się w naszym kraju nie ukształtował. Sprzecznosc na tym poziomie skutkuje zatem uformowaniem się specyficznego charakteru kapitalizmu po polsku. Bez wykształcenia się etyki pracy trudno bowiem mówić o kapitalizmie. Nie mamy też w Polsce nagromadzonego kapitału społecznego, by móc z niego korzystać w okresie, gdy dominują wzorce konsumpcji totalnej i przerysowanego indywidualizmu. Takie korzystanie z rezerw – o czym już wspominaliśmy – można zaobserwować na przykład w Stanach Zjednoczonych (Fukuyama 1997: 21).

### Konsumpcja i stratyfikacja po polsku

Chcielibyśmy teraz przedstawić kilka hipotez odnoszących się do konsumpcji i stratyfikacji w rodzimym wydaniu, a jednocześnie wyjaśnić cel powstania niniejszej książki. Konsumpcja (i co za tym idzie style życia czy symbole statusu) wydaje się świetnym wskaźnikiem przeobrażenia społecznego, o ile w Polsce w ogóle można mówić o tradycyjnie rozumianych klasach społecznych. Sposoby konsumpcji wskazują naszym zdaniem trop, jakim winny pójść analizy drabiny stratyfikacyjnej, która nie wygląda w Polsce tak jak na Zachodzie. Nie ma w naszym kraju na przykład kategorii zwanej klasą średnią, przynajmniej nie w takim

wydaniu, w jakim występuje w krajach Zachodu. Henryk Domański, wytrawny badacz stratyfikacyjnej drabiny, ma wiele wątpliwości związanych z terminem „klasa średnia”, który jego zdaniem stanowi wybieg słowny oznaczający w gruncie rzeczy nie tyle pewnego typu grupę społeczną czy kategorię, ile cały, złożony zespół zjawisk (Domański 2002a). W takim razie po co to tropienie w Polsce przejawów stylu klasy średniej, czy stylu *underclass*? Może nie jest to w wypadku polskiej parodii kapitalizmu działanie uzasadnione? Może kategorie takie jak klasa średnia czy wyższa po prostu nie istnieją w naszym kraju, przynajmniej nie w takim sensie, w jakim da się je wychwycić w krajach o ugruntowanej gospodarce kapitalistycznej państw Zachodu? Może mamy w Polsce do czynienia z różnorodnymi sposobami funkcjonowania w ramach o wiele bardziej złożonej drabiny stratyfikacyjnej? Może polska drabina ma dziesiątki, zamiast czterech zasadniczych szczebli? Może ma wiele odgałęzień, które niekoniecznie prowadzą z góry na dół i z dołu do góry? Może niektóre prowadzą w bok, a inne w poprzek? Może drabina tak naprawdę nie jest już drabiną tylko bezładnym krzakami, siecią albo kłaczem? Może dopatrujemy się formalnego porządku tam, gdzie go nie ma? Oto pytania, na które chcielibyśmy uzyskać przynajmniej częściowe odpowiedzi.

Naszym zdaniem warto tak zaprojektować badania struktury społecznej w Polsce, by uciekły od standardowego schematu poszukiwania klas społecznych w ich modernistycznym, starokapitalistycznym kształcie. Istnieje bowiem wiele strategii radzenia sobie w życiu, które nie mieszczą się w klasowej typologii. Dostrzec je można choćby w zachowaniach ludzi młodych. Pierwsza strategia w wypadku tej kategorii wiekowej to wycofanie z udziału w demokracji i w życiu publicznym. Choć dzi o wycofanie rodzące coraz to nowsze subkultury. Można więc mówić tu o tworzeniu różnego rodzaju nisz kulturowych.

Dругa strategia to rzecz charakterystyczna na większą skalę choćby dla dwudziestokilku-, trzydziestoletnich Francuzów czy Amerykanów; chodzi tu o zjawisko, które można nazwać „syn-dromem wiecznego rozwodziela pizzy”. Przez długi czas ludzie tacy przemieszkują u rodziców, pracują dorywczo w mało skomplikowanych zawodach, uczą się na kolejnych fakultetach, słowem: unikają dorosłości. Zjawisko to w Stanach Zjednoczonych dobrze zobrazował Douglas Coupland w książce *Pokolenie X* (Coupland 1999) albo Kevin Smith w filmach *Clerks* i *Mallrats*<sup>2</sup>. W tym ostatnim obrazie tytułowe *mallouwe* szczury to grupa dwudziestokilkuletnich przyjaciół obojga płci, którzy nie pracują, a czas spędzają snując się (czasem dosłownie) po niezliczonych sklepach i sklepikach amerykańskiej świątyni konsumpcji od rana aż do zamknięcia. Całe życie upływa im w *mallouwych* windach, gdzie uprawiają seks, w *mallouwych* barach szybkiej obsługi, w których jadają obiady, między ustawioną pośrodku *mallu* sceną, na której odbyć się ma telewizyjny show, a sklepami z odzieżą, w których przymierzają bielelinę. *Mall* zabija im czas, choć część z nich jest wobec tej świątyni amerykańskiego konsumeryzmu krytyczna. W zasadzie nikt z bohaterów filmu niczego w *mallu* nie kupuje. Po prostu tam są.

Zauważmy, że tego rodzaju strategia wygląda na zachowanie „antykonsumenckie”. I rzeczywiście jest takie, ale tylko w stosunku do dominujących wzorów konsumpcji. Jeśli przyjrzeć się bliżej, jest to tylko pozór, ponieważ wśród osób przyjmujących tę strategię można zaobserwować zaawansowaną konsumpcję specyficznego muzyki, filmów, książek, strojów i innych symboli statusu. Oczywiście pojawia się pytanie, na jaką skalę zjawisko to występuje w Polsce? Zapewne nie na dużą; nie zmienia to jednak faktu, że tego rodzaju przedłużanie sobie młodości już u nas występuje.

<sup>2</sup> Film znany jest w Polsce pod tytułem *Szczury z supermarketów*.

Trzecia strategia, paradoksalnie najgroźniejsza, to czynny udział w polityce, charakterystyczny dla janczarów partii zwyciężających w wyborach. Takim ludziom wszystko jedno jakie wartości będą reprezentować – czy to klasy średniej, czy też wykrzykującej populistyczne hasła podklasy – byle tylko przynależeli do nowej kasty rządzących. Dzisiaj to najatrakcyjniejsza ścieżka kariery, bo strasznie łatwo wymaga tylko ukreślenia łba własnemu sumieniu. Ile tego rodzaju zachowań, nie dających się łatwo upchnąć do przegródki klasowej, umyka naszemu socjologicznemu oku ze względu na wadliwą konstrukcję lunety?

### Przez grubą szybę

Wydaje się nam, że związki między konsumpcją a stratyfikacją mogą być w Polsce sygnalizatorem podstawowego konfliktu społecznego: między światem pracy i światem bezrobocia, między światem konsumpcji i światem bez zakupów (przymusowym rzecz jasna). Upraszczając można powiedzieć, że są w Polsce biedni i bogaci. Co więcej, uszywniają się bariery społeczne i coraz trudniej awansować (zob. Domański 2000a). Naszym zdaniem istotę tego podziału bardzo dobrze opisuje Ewa Naujalis, laureatka konkursu „Res Publici Nowej” na dziennik „prowincjusza”. Dwudziestego wczesnia Naujalis notuje:

Czasami mam wrażenie, że tkwię w jakiejś kleistej maźi, z której nie można wyjść, a ruchy są ograniczone do minimum. Cokolwiek wymyślę, gdziekolwiek pójdę, z kimkolwiek się umówię, porozmawiam, zaproponuję – wszystko kończy się na początku. Jest miło, ale zapada cisza – „zadzwoń do ciebie, odezwe się!” i koniec. Nikt nie odzywa się, nie dzwoni. Ci, którzy umieścili się w układzie, unikają tych, którym się nie



udłalo. Ba, chyba ich jakoś nienawidzą. Niby pełno możliwości, tyle że to zawsze akurat nie ta. A nieustannie trzeba płacić, by żyć. [...] Ciekawe jest to, że każdy dupek, któremu się powiodło, powie ci, że to twoja wina, bo przecież nie wykazałeś dość energii i tej sławetnej przedsiębiorczości, życiowego wigoru i czegoś tam jeszcze. U swoich znajomych i mniej znanych widzę, że ten „wigor” to po prostu dobrze ustawieni krewni i znajomi. Ci, co mieli cokolwiek, dziś radzą sobie dobrze, ci, co nie mieli nic prócz swej pracy, mogą umrzeć i najlepiej niech to zrobią, bo inaczej mogą być co najwyżej przedmiotem filantropii tych ludzi „o dobrych sercach”. Obrzydzenie bierze. Nikt zresztą nie pędzi z ową osławioną filantropią do takich jak ja, którzy jeszcze w śmietnikach nie grzebią, ba, jeszcze mają co do nich wrzucać; żeby doznać filantropii, trzeba stoczyć się na dno. [...] Podział świata teraz się dla mnie zmienił. Między światem gorszym i lepszym istnieje kontakt wyłącznie wzrokowy (dzięki mediom), coś jak „cukierek za szybą”, tylko że cukierek coraz większy, a szyba coraz grubsza. Zmartwienia ludzi mających pracę, pozycję i pieniądze wydają mi się urojone. To złudzenie, zapewne. Ale ja też chciałabym mieć ich zmartwienia, byle nie moje własne (Naujalis 2001: 11–12).

Pojawia się więc pytanie, czy pogłębiające się różnice między grupą najlepiej i najgorzej zarabiających Polaków przełożą się w najbliższym czasie na jakieś zdecydowane działania o charakterze konfliktowym? Inaczej rzecz ujmując: czy konsumenci „pozorni” się zbuntują? Próby odpowiedzi na to pytanie nie odnajdziemy niestety w pracach akademickich, znajdziemy ją za to w wywiadzie, jakiego Henryk Domański udzielił Adamowi Willmie, dziennikarzewi „Gazety Pomorskiej”<sup>3</sup>. Willma starał się sprowokować Domańskiego, zadając pytanie w sposób następujący:

<sup>3</sup> Wywiad ukazał się w „Gazecie Pomorskiej” 24 stycznia 2003 roku.

Pogłębia się zjawisko ubożenia biednych i bogacenia bogatych. Czy grozi nam model latynoamerykański?

Domański zaś – bardzo konkretnie – odpowiada:

Czeka nas model typowy dla gospodarki rynkowej. Kapitalizm przybiera ludzką twarz, ale wyłącznie w krajach za-możnych. W kraju biednym kontrasty są codziennością. Nie sądzę jednak, żeby powielony został w Polsce model latyno-amerykański. Zbyt silne jest przyzwyczajenie do opieki so-cjalnej, czego nie ma w Ameryce Południowej. Oczywiście o tym, żeby zwalczyć biedę, należy pamiętać. To się niko-mu w historii na dłuższą metę nie udało. Warto jednak próbo-wać zrównać polską biedę do biedy europejskiej.

Oczywiście z tezą Domańskiego niekoniecznie trze-ba się zgadzać. Potencjalnie jest to konflikt, który może zostać wyartykułowany. Na razie jednak jest pacyfikowa-ny choćby przez namiastki konsumpcji (np. różnego ro-dzaju podróbki) oraz iluzoryczny świat mediów (o czym wspomina cytowana Naujalis). Wydaje się, że można wska-zać na jeszcze jeden element przyczyniający się do niwe-lowania tego konfliktu. Chodzi tu o możliwość zdobycia środków do życia (na konsumpcję) poprzez działalność w szarej strefie gospodarki czy po prostu dzięki przestęp-stwom. W związku ze stanem polskiego sądownictwa (a także organów ścigania), taka możliwość „zarobkowa-nia” jest łatwiejsza niż na Zachodzie. Podobnie dzieje się także w innych krajach peryferyjnych i semi-peryferyjnych, a w szczególności na obszarach, które straciły znaczenie dla współczesnego kapitalizmu – chodzi tu np. o rozległe

Korzystałm tutaj z fragmentu opublikowanego w „Polityce” nr 6 z 8 lutego roku 2003, na stronie 96.

obszary w Afryce czy różnego rodzaju slumsy i getta w wielkich miastach (por. Castells 2000: 168). Jak pisze Manuel Castells,

odważni, osiągnący sukces przestępcy zaczęli pełnić rolę wzoru dla młodego pokolenia, które nie widzi łatwej drogi wyjścia z nędzy i z pewnością nie ma szansy cieszenia się konsumpcją i życiem pełnym przygód. Od Rosji do Kolumbii obserwatorzy podkreślają fascynację lokalnej młodzieży mafiosami (Castells 2000: 210).

Zanim przejdziemy do omówienia zawartości tomu, warto zwrócić uwagę na jeszcze jedną sprawę powiązaną z konsumpcją. Jak zauważa Andrzej Rychard,

Polacy są bardziej krytyczni wobec rynku niż wobec demokracji – gdy rozważamy ich deklaracje, natomiast, gdy analizujemy zachowania, wówczas widać, że to w rynku uczestniczą bardziej niż w demokracji. [...] Powiedzieć, że Polacy są w większym stopniu konsumentami niż obywatelami, byłoby może nadmiernym uproszczeniem, ale jakiś element prawdy jest chyba w tym stwierdzeniu (2002: 160).

Pamiętajmy też, że konsumenci to jedni z głównych aktorów zmiany ustrojowej w Polsce (por. Sikorska 1998). Badanie sposobów konsumpcji i stylów życia powie nam zatem znacznie więcej o polskim społeczeństwie (a konkretniej o ewentualnych podziałach klasowych, polskiej stratyfikacji i uwarstwieniu), aniżeli badanie aktywności obywatelskiej czy politycznej. Warto tym tropem, naszym zdaniem, podążać. Staraliśmy się, aby niniejszy tom był tego dowodem.

Książkę otwiera esej Tomasza Szlendaka. Zajmuje się on nową klasą próżniaczą, która pojawiła się niedawno

w Stanach Zjednoczonych. Istotna jest tu jednak próba odwołania do pytania, czy *bourgeois bobemians*, bo o nich tu mowa, możemy znaleźć w Polsce. Arkadiusz Karwacki patrzy na dół hierarchii społecznej, próbując opisać i zinterpretować wzory konsumpcji najuboższych Polaków. Teksty Krzysztofa Pietrowicza i Katarzyny Podlaszewskiej dotyczą symboli statusu. Pierwszy z nich jest próbą naszkicowania tego, jak wygląda rola symboli statusu w dzisiejszej Polsce, drugi dotyczy specyficznego ich rodzaju, jakim są psy. Kolejne dwa artykuły analizują interesujące nas tu tematy w kontekście sfery edukacji. Piotr Mikiewicz, na podstawie własnych badań, próbuje wskazać na zależności między typem szkoły średniej a wzorami konsumpcji i miejscem jednostki w hierarchii społecznej. Dominik Antonowicz zastanawia się nad zmianami, jakie zaszły w polskim szkolnictwie wyższym w ciągu ostatnich lat. Ważna jest tu kwestia relacji między stratyfikacją społeczną a dostępem do edukacji na poziomie studiów wyższych, a także sprawa „mcdonaldyzacji” uczelni. Artykuł Jacka Gądeckiego porusza problem ogarniania przez masową konsumpcję obszaru muzeów, które do dziś jeszcze kojarzą się z kulturą wysoką. Pojawiają się tu ciekawe problemy: kto „konsumuje muzea” i jakie są wzory teże konsumpcji. Radosław Kossakowski w dość pesymistycznym tonie zastanawia się nad specyfiką polskiego społeczeństwa konsumpcyjnego. Tomasz Kozłowski z kolei prezentuje być może najbardziej uniwersalistyczne w tym zbiorze tezy. Próbuje przeanalizować fenomen konsumeryzmu (szczególnie w kontekście faktu masowej nudy) wychodzi od psychologii ewolucyjnej i paradygmatu neodarwinowskiego, a jego prze-myślenia można odnieść nie tylko do naszego społeczeństwa. Książkę zamykają dwa teksty będące próbą znalezienia alternatywy dla konsumeryzmu. Krzysztof Pietrowicz zastanawia się, czy tego rodzaju alternatywą może być etyka

hakerska. Marcin Ziemkowski, omawiając zjawisko *affluency*, zajmuje się ruchem na rzecz „dobrowolnej prostoty”, który można potraktować jako alternatywną systemową dla rozbuchanej konsumpcji. Warto dodać, że choć te dwa artykuły odwołują się do doświadczeń państw Zachodu, to poruszane w nich kwestie, staną się zapewne wkrótce zauważalne w naszym kraju.

U autorów niniejszego tomu łatwo można zaobserwować różnorodność podejść tematycznych, jak i teoretycznych: od reinterpretacji klasyki myśli społecznej (koncepcja Thorsteina Veblena u Szlendaka), poprzez coś co można nazwać „współczesną klasyką” (teoria Pierre’a Bourdieu u Mikiewiczza), aż po całkiem nowe trendy z pogranicza nauk społecznych (artykuł Kozłowskiego). Mamy jednak nadzieję, że dzięki temu zebrane tu teksty doskonale się uzupełniają i składają na interesującą całość.

\*

Redaktorzy tomu pragną serdecznie podziękować Pani Profesor Elżbiecie Tarkowskiej i Panu Profesorowi Krzysztofowi Piątkowi za głębokie i szczegółowe recenzje tekstów zawartych w tym tomie, które pozwoliły (w co redaktorzy mocno wierzą) na uczynienie tej książki znacznie lepszą i dojrzalszą. Gorące podziękowania należą się również Mariuszowi Urbankowi, redaktorowi czasopisma „Odra”, dzięki któremu krótsze, popularnonaukowe wersje sześciu zawartych w tym tomie tekstów ukazały się w numerze trzecim z roku 2003. Profesorowi Henrykowi Domańskiemu serdecznie dziękujemy za kibicowanie tej książce na etapie jej „produkcji”.

## Consumption and stratification in capitalism without a capital

In this article a few arguments have been defended, arguments which are not evident in the contemporary Polish sociology. The first argument is that the Polish version of capitalism this is a kind of “fictitious” capitalism, a capitalism without capital, and that Polish society is a society of immature or “defected” consumers. If the Western version of capitalism is also, in the author’s opinion, a kind of “fictitious” capitalism (where consumer hedonism replaced the cult of working), grafted consumerism not supported by capital accumulated by many years characterizes capitalism in Poland which takes special effects in the cultural plan. This article describes these effects in detail. The second not evident argument concerns social structure in the Polish version of capitalism. If researchers are looking all the time for the beginnings and symptoms of a rising middle class, the authors suggest that the Polish structure is not any classical “ladder” understood as a social scale. Subsequent questions appear: Does the Polish stratification “ladder” not have tens instead of four basic rungs? Does it have many offshoots leading not only from bottom to top but from top to bottom? Do some of them lead crosswise? Is this ladder is not a ladder but just a disorderly shrub, web or a rhizome?

# NA POKAZ

## O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału

pod redakcją

Tomasza Szlendaka i Krzysztofa Pietrowicza



Wydawnictwo  
Uniwersytetu Mikołaja Kopernika  
TORUŃ 2004

Recenzenci

*Elżbieta Tarkowska*  
*Krzysztof Piątek*

Projekt okładki

*Krzysztof Skrzypczyk*

Na okładce wykorzystano ilustrację Agaty Wajer

Redakcja

*Magdalena Mordauska*

Korekta

*Anna Bulko*

## Spis treści

• Tomasz Szlendak i Krzysztof Pietrowicz Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału .....	7
• Tomasz Szlendak Bobo po polsku. Rzecz o „zremasterowanej” klasie próżniaczej	29
• Arkadiusz Karwacki <i>Underclass</i> na zakupach – czyli paradoksy konsumpcji ubo- gich Polaków .....	47
• Krzysztof Pietrowicz Nasze gadżety codzienne albo o płynności symboli statusu	67
• Katarzyna Podlaszewska O pozycji społecznej czworonogiem podkreślonej .....	83
• Piotr Mikiewicz Konsumeryzm i szkoła. Społeczne zróżnicowanie wzorów konsumpcji z perspektywy socjologii edukacji .....	103
• Dominik Antonowicz Kapitalizm bazarowy. Szkolnictwo wyższe wobec problemu stratyfikacji .....	125

© Copyright by

Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika  
Toruń 2004

ISBN 83-231-1699-7

Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika  
ul. Gagarina 39, 87-100 Toruń  
tel.: (056) 611 42 95, fax: 611 47 05  
dwyd@uni.torun.pl

Dystrybucja: Biuro Promocji, ul. Reja 25, 87-100 Toruń  
tel./fax: (056) 611 42 38, books@umk.pl  
[www.wydawnictwo.uni.torun.pl](http://www.wydawnictwo.uni.torun.pl)

Wydanie pierwsze. Nakład 500 egz.

Lamanie: Dział Wydawnictw UMK

Druk: Zakład Usług Poligraficznych DRUK-TOR,  
ul. Nieszawska 33, 87-100 Toruń