

Ks. TOMASZ BIEDRZYCKI
GDAŃSKIE SEMINARIUM DUCHOWNE

KONSUMPCJONIZM JAKO NOWA KWESTIA SPOŁECZNA

WSTĘP. TRZY TYPY SPOŁECZEŃSTW. 2. SPOŁECZNE I ETYCZNE SKUTKI
KONSUMPCJONIZMU. ZAKOŃCZENIE – WNIOSKI ETYCZNE.

WSTĘP

Zdążyliśmy już przywyknąć do utyskiwań na wszechogarniający nas konsumpcjonizm. Szczególnie w okolicach świąt Bożego Narodzenia, nazywanych wręcz „świętami konsumpcji”, w mediach pojawiają się tematy dyżurne o konsumpcyjnym nastawieniu „wygłodniałych” Polaków. Zazwyczaj w tych przypadkach zatrzymujemy się na psychologicznej warstwie problemu i przedmiotem naszej krytyki jest nastawienie konsumpcyjne pojedynczych ludzi, którzy ulegają wpływowi „mentalności posesywnej”, hołdując „mieć”, a zapominając o „być”, co spotyka się ze słuszną naszą naganą moralną¹. Mało jednak zastanawiamy się nad głębszymi przyczynami zjawiska konsumpcjonizmu, jakby niedoceniając, że sfera ludzkich pożądliwości może być podsycana, a niekiedy wręcz sterowana przez czynniki społeczne,

¹ Człowiek staje się poniekąd niewolnikiem posiadania i używania, nie bacząc nawet na własną godność, nie bacząc na bliźniego, na dobro społeczeństwa, na samego Boga. Jest to pożądanie zwodnicze. Chrystus mówi: „Cóż bowiem za korzyść odniesie człowiek, choćby cały świat zyskał, a na swej duszy szkodę poniósł?” (Mt 16,26). Zob. Jan Paweł II, *Homilia wygłoszona w czasie Mszy św. w Płocku*, 7.06.1991, 4.

jakieś „zewnątrzne struktury”², które wymuszają takie czy inne zachowania.

Poniższy artykuł będzie bardziej analizą struktur społecznych, które wpływają na postawy ludzkie, niż analizą poszczególnych postaw konsumpcyjnych, którymi zajmuje się etyka indywidualna. W duchu etyki społecznej – etyki struktur, postaramy się dokonać oceny etycznej konsumpcjonizmu jako systemu społeczno-gospodarczego. Będziemy tu mówić o cywilizacji konsumpcyjnej, która wielokrotnie była przedmiotem analiz nauczania społecznego Kościoła. Jan Paweł II mówił o niej: „Jest przecież dobrze znany fakt cywilizacji konsumpcyjnej, która ma swoje źródło w jakimś nadmiarze dóbr potrzebnych dla człowieka, dla całych społeczeństw – a chodzi tu właśnie o społeczeństwo bogate i wysoko rozwinięte – podczas gdy z drugiej strony inne społeczeństwa, przynajmniej szerokie ich kręgi, głodują, a wielu codziennie umiera z głodu, z niedożywienia. W parze z tym idzie jakieś nadużycie wolności jednych, co łączy się właśnie z niekontrolowaną etycznie postawą konsumpcyjną, przy równoczesnym ograniczaniu wolności drugich, tych, którzy odczuwają dotkliwie braki, którzy zostają zepchnięci w warunki nędzy i upośledzenia”³.

Społeczne nauczanie Kościoła, jak dotąd, problem „cywilizacji konsumpcji” przede wszystkim dostrzega w kontekście globalnej dysproporcji podziału dóbr. Jan Paweł II mówi wręcz o dwóch problemach dotyczących dzisiejszy świat: problem niedorozwoju, jak i nadrozwoju. Oba są równie złe i niebezpieczne dla człowieka: „Ogromnie pouczające powinno stać się niepokojące stwierdzenie dotyczące okresu najnowszego: obok nędzy niedorozwoju, której nie można tolerować, stoimy w obliczu pewnego «nadarozwoju», który także jest niedopuszczalny, bowiem, tak samo jak niedorozwój, sprzeciwia się on dobru i prawdziwemu szczęściu. Nadarozwój, polegający na nadmiernej rozporządzalności wszelkiego typu dobrami materialnymi na korzyść niektórych warstw społecznych, łatwo przemienia ludzi w niewolników «posiadania» i natychmiastowego zadowolenia, nie widzących pewnego horyzontu, jak tylko mnożenie dóbr już posiadanych lub stałe zastępowanie ich innymi, jeszcze doskonalszymi. Jest to tak zwana cywilizacja «spożycia» czy konsumizm, który niesie z sobą tyle

² Struktury grzechu, o których mówi Jan Paweł II, to owoc wielu grzechów pojedynczych ludzi, które przyczyniają się do powstania całych struktur ułatwiających replikowanie zła i sprzyjających kolejnym grzechom popełnianym przez innych. Por. Jan Paweł II, *Encyklika „Sollicitudo rei socialis”*, 36-37.

³ Jan Paweł II, *Encyklika „Redemptor hominis”*, 16.

«odpadków» i «rzeczy do wyrzucenia». Posiadany przedmiot, zastąpiony innym, doskonalszym, zostaje odrzucony bez uświadomienia sobie jego ewentualnej trwałej wartości dla nas lub dla kogoś uboższego. Wszyscy z bliska obserwujemy smutne skutki tego ślepego poddania się czystej konsumpcji: przede wszystkim jakiś rażący materializm, przy równoczesnym radykalnym nienasyceciu; jest bowiem rzeczą łatwo zrozumiałą, że jeśli się nie jest uodpornionym na wszechobecną reklamę i nieustannie kuszące propozycje nabycia nowych produktów, wówczas im więcej się posiada, tym więcej się pożąda, podczas gdy najgłębsze pragnienia pozostają niezaspokojone, a może nawet zagłuszone⁴.

Przekładając ten etyczny problem nadrozwoju i niedorozwoju na język ekonomii, należy stwierdzić, że chodzi tu o sytuację nierównowagi rynku. W przypadku niedorozwoju popyt przewyższa podaż, a w sytuacji nadrozwoju podaż przewyższa popyt. O ile w pierwszym przypadku podstawowe potrzeby człowieka są niezaspokojone, to w drugim będzie chodziło o stwarzanie fikcyjnych potrzeb, aby napędzić koniunkturę gospodarczą przez konsumpcję, by pozbyć się nadprodukcji. W społeczeństwach bogatych podstawowe potrzeby ludzkie są już dawno zaspokojone, a rozwój technologiczny umożliwia takie nadwyżki produkcyjne, że społeczeństwo nie jest w stanie ich skonsumować. Wyzwala się poprzez reklamę nowe, czy wręcz fikcyjne potrzeby, dla przywracania równowagi rynku między popytem a podażą. Za przykład może nam tu posłużyć lansowana moda, która zmusza człowieka do zakupu nowego ubrania, czy samochodu, choć stare są jeszcze dobre, tylko po to, aby być modnym, „na fali”, trendy. Tak właśnie rodzi się społeczeństwo konsumpcyjne, nastawione na konsumowanie, którego dochód jest pochodną nie wzrostu produkcji, jak było to w społeczeństwie produkcyjnym, ale jest pochodną wzrostu konsumpcji. Jest to fundamentalna teza, która pomoże nam zrozumieć, dlaczego człowiek dziś musi konsumować coraz więcej. Od tego bowiem zależy rozwój gospodarczy całego społeczeństwa.

1. TRZY TYPY SPOŁECZEŃSTW

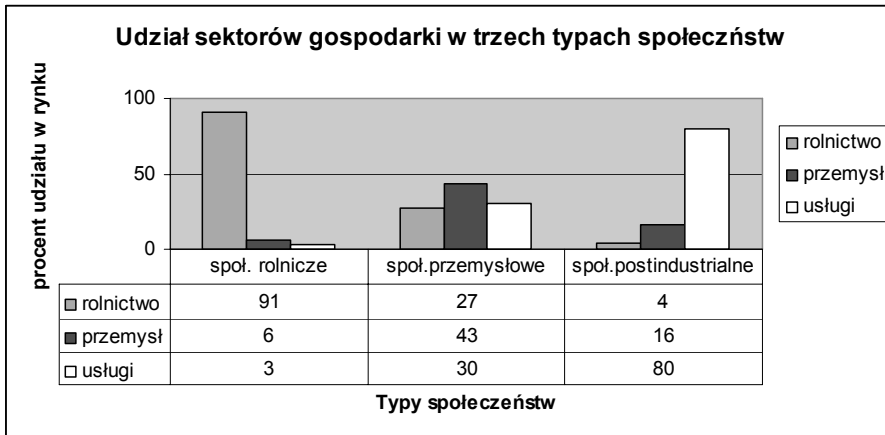
W socjologii wyróżniamy trzy zasadnicze typy społeczeństw: rolnicze, przemysłowe i postindustrialne⁵. Choć wszystkie one po

⁴ Tenże, *Encyklika „Sollicitudo rei socialis”*, dz. cyt., 28.

⁵ Por. A. Giddens, *Socjologia*, tłum. z ang. A. Sulżycka, Warszawa 2005, s. 53-64; B. Szacka, *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa 2003, s. 100-104.

dzień dzisiejszy są obecne na świecie, to w socjologii przyjmuje się tezę o ewolucyjnym przechodzeniu z jednych ku drugim. Społeczeństwo rolnicze to to, w którym podstawę dochodu stanowi rolnictwo. Dziś typowym przykładem może być Wietnam, w którym stanowi ono 91% sektora gospodarki. Przemysł to tylko 6%, a usługi jedynie 2-3%. Należy mieć świadomość, że te proporcje były właściwe dla wszystkich państw w epoce przednowoczesnej, zanim pojawiła się rewolucja przemysłowa, która umożliwiła produkcję masową. Wszystkie państwa były jednakowo biedne. O ich zamożności decydował jedynie dostęp do bogactw naturalnych i siła robocza, stąd w tym czasie silne były zakusy kolonialne i różne formy niewolnictwa.

Wraz z rewolucją przemysłową zmieniły się proporcje w sektorach gospodarki. Rozwój środków produkcji umożliwił produkcję dla odbiorcy masowego. W społeczeństwie rolniczym nieliczni istniejący rzemieślnicy wykonywali daną rzecz zawsze na indywidualne zamówienie. Szewc wykonywał konkretne buty dla konkretnego człowieka. To sprawiało, że produkcja była bardzo droga i ograniczona tylko do niezbędnego minimum. Rozwój techniczny sprawił, że stała się możliwa produkcja seryjna, dla masowego odbiorcy. Obniżyło to bowiem koszty produkcji, co zwiększyło popyt na towary przemysłowe. Tak też zaczął rozwijać się stopniowo sektor produkcji przemysłowej i z czasem to przetwórstwo i produkcja stały się głównym źródłem dochodu społeczeństw. Produkty rolne i surowce straciły na znaczeniu, gdyż dochód gwarantował przemysł. Stąd też z czasem państwa uprzemysłowione zaczęły wyzbywać się swoich kolonii, jako zbędnego balastu, obciążającego rozwój gospodarczy. Od czasu rewolucji przemysłowej wiele krajów Europy zaczęły przechodzić od społeczeństwa rolniczego do społeczeństwa przemysłowego, w którym proporcje międzysektorowe układały się mniej więcej w następujących proporcjach: 20-30% rolnictwo, 40-50% przemysł i 20-30% usługi. Rozwój przemysłowy usprawnił rolnictwo i praca na roli stała się bardziej wydajna. Jednocześnie w miastach powstawały przedsiębiorstwa produkcyjne, które zaczęły przyciągać ludzi ze wsi do miast. Wzrost produkcji powodował z kolei bogacenie się ludzi, którzy chętniej korzystali z usług. Tak więc zmniejsza się zatrudnienie w rolnictwie, a zwiększa w przemyśle i usługach.



Rozwój społeczeństwa przemysłowego trwał do połowy lat siedemdziesiątych XX wieku. Lata 60-te i 70-te to złota era gospodarki fordowskiej, ale w latach 80-tych następuje jej schyłek. Wraz z upowszechnianiem się technologii informatycznej (komputerów) następuje koniec społeczeństwa przemysłowego. Rodzi się społeczeństwo postindustrialne (poprzemysłowe). Posługując się analogią, można powiedzieć, że, tak jak maszyna parowa spowodowała narodziny społeczeństwa przemysłowego, tak komputer spowodował narodziny społeczeństwa postindustrialnego. Technologia cyfrowa umożliwiła wysoki poziom automatyzacji i robotyzacji, co spowodowało, że człowiek przestał być potrzebny w procesie produkcji. Ilość wytworzona nie zależy już od ilości zatrudnionych ludzi, ale od sprawności maszyn. Człowiek jest potrzebny jedynie do ich obsługi. Fakt ten sprawił, że znowu zmieniły się relacje pomiędzy sektorami gospodarki. W społeczeństwie postindustrialnym rolnictwo zajmuje jedynie 3-5%, przemysł 16-18%, a pozostała część to usługi. W najbardziej zaawansowanym rozwojowo społeczeństwie – w Japonii, sektor usług to 80%. W pewnym sensie można powiedzieć, że ludzie nie są już potrzebni do produkcji, ale do konsumpcji. Bogactwo produkcyjne jest wytwarzane przez automaty produkcyjne, a głównym zadaniem człowieka jest konsumpcja. W ten sposób przeszliśmy od społeczeństwa producentów do społeczeństwa konsumentów. PKB jest pochodną nie produkcji, ale konsumpcji. Kiedyś ten, co nie chciał pracować, był „pasożytem społecznym”, gdyż z powodu jego lenistwa zmniejszał się dochód krajowy. Dziś „pasożytem społecznym” staje się ten, kto nie

chce konsumować⁶. To dlatego po ataku na WTC prezydent George Bush zwrócił się do swoich rodaków z patriotycznym apelem, by przełamali strach i wyszli do sklepów, bo załame się cała gospodarka narodowa. Konsumpcja stała się aktem patriotyzmu.

Handel w niedzielę nie ma już być tylko udogodnieniem dla zapominalskich, którzy nie zdążyli kupić chleba, ale stał się strategią czasu wolnego, który ma służyć napędzaniu koniunktury gospodarczej poprzez konsumpcję. Nowe potrzeby rodzi czas wolny. Idealny człowiek społeczeństwa konsumpcyjnego na spacer niedzielny idzie nie do parku, ale do nowoczesnego centrum handlowego. Jest ono konstruowane na kształt nowoczesnych centrów miast, w których człowiek ma się przechadzać jak po parku albo po starym mieście – alejami pomiędzy fontannami, kawiarniami, restauracjami, sklepami, kinami i rozmaitego rodzaju punktami usługowymi. Dla kompletności nowego centrum miasta coraz bardziej postuluje się, aby obecny był tam także i kościół. Nowoczesny człowiek nie ma już bezowocnie marnować czasu na spacer po lesie. Ma przechadzać się pomiędzy regałami sklepów i ladami punktów usługowych, aby, konsumując, napędzać koniunkturę gospodarczą.

Tak jak oświecenie chciało religię zastąpić sztuką, używając dla niej sakralnych określeń (np. „na ołtarzu sztuki”), tak dziś próbuje się sakralizować ekonomię. Coraz częściej nowoczesne centra handlowe nazywa się „świątynią konsumpcji”, a samą konsumpcję nową religią⁷. Na fali laicyzacji bogatych społeczeństw powstały nawet takie teorie jak Thomasa Luckmanna, który uważa, że tradycyjna religijność kościelna wyczerpała już swoją legitymizację i nie jest w stanie określić tak zwanych indywidualnych systemów znaczenia ostatecznego (życie, śmierć, zbawienie), a funkcje religii przejmują inne instytucje. Religia jest u niego rozumiana jako „święty kosmos”. W nowoczesnym społeczeństwie religia jest mocno sprywatyzowana, a religijność nie jest już determinowana przez jakiś oficjalny model instytucjonalny. Nowe religie nie tworzą jakiegoś spójnego oficjalnego modelu, dlatego są „niewidzialne” i są realizowane przez rozmaite instytucje wtórne, np. przez system ekonomiczny, a w jego ramach przez konsumpcję jako praktykę społeczną dającą ogromne możliwości samorealizacji i samoekspresji. Tu Luckmann upatruje źródeł nowej religijności – np. sposób spędzania wolnego czasu. Centrum handlowe speł-

⁶ Z. Bauman, *Praca, konsumpcjonizm, nowi ubodzy*, tłum. z ang., Kraków 2006, s. 54-55.

⁷ Por. G. Makowski, *Świątynia konsumpcji. Geneza i społeczne znaczenie centrum handlowego*, Warszawa 2004, s. 62-84.

nia rolę podobną do świątyni – organizuje „rytuał spędzania wolnego czasu”, jest miejscem, w którym można „obcować z bóstwem – produktami”. Konsumpcja, jako jeden ze sposobów spędzania wolnego czasu, zostaje zrytualizowana, jako zespół trzech czynności – zakupów, zabawy i posiłku. W zasadzie centra handlowe spełniają dziś te same funkcje, co kiedyś kościoły – są miejscem spotkań lokalnych społeczności⁸.

Tak rozumiane społeczeństwo postindustrialne wymaga jednak głębszej refleksji etycznej. Redukuje ono bowiem człowieka jedynie do „mieć”, a zysk staje się „bożkiem”, któremu nie wolno nie służyć. Można mieć wrażenie, że zysk staje się jedynym kryterium ludzkiego postępowania w nowoczesnym społeczeństwie, co powinno powodować etyczny alert, aby troska o rozwój gospodarczy i społeczny nie spowodowała degradacji etycznej człowieka. Prawdziwy rozwój, jak zauważył to już Paweł VI, ma bowiem zawsze charakter integralny: dotyczy człowieka we wszystkich jego wymiarach i wszystkich ludzi. Nie wyklucza nikogo i nie redukuje się tylko do wymiaru materialnego⁹. Dziś natomiast można mieć wrażenie, że we współczesnym społeczeństwie wszystko musi się opłacać. Nawet polityka społeczna. Choć ze swej natury ma ona powodować rozwój społeczny, a nie gospodarczy, to i tu próbuje się wszystko kalkulować jedynie zyskiem.

Tak jak pojawienie się społeczeństwa przemysłowego spowodowało narodziny kwestii robotniczej, na którą odpowiedzią było powstanie katolickiej nauki społecznej i *Rerum Novarum* Leona XIII, tak dziś, narodzenie się społeczeństwa postindustrialnego i pojawienie się nowej kwestii społecznej, jaką jest konsumpcjonizm, zmusza do podjęcia na nowo refleksji, by poddać etycznej analizie ten nowy system społeczno-gospodarczy. Nie sposób zanegować zmiany społecznej, jaka się dokonała. Samo krytykowanie „szalu” przedświątecznych zakupów podobne jest do „płaczu nad rozlanym mlekiem”. Ludzie stali się bogatsi i, bez względu na „zawodzenia” kaznodziejów, będą kupować. Potrzeba raczej kompleksowej refleksji etycznej, która pomoże człowiekowi nie zagubić się w nowej rzeczywistości.

2. SPOŁECZNE I ETYCZNE SKUTKI KONSUMPCJONIZMU

„Człowiek epoki dostatku nie egzystuje już, jak uprzednio i odwiecznie, w środowisku innych ludzi, lecz otoczony jest przez przed-

⁸ Por. T. Luckmann, *Niewidzialna religia*, tłum. z ang. L. Bluszcz, Kraków 1996.

⁹ Paweł VI, *Encyklika „Populorum Progressio”*, 6-11.

mioty” – zauważa J. Baudrillard¹⁰. Jego codzienne funkcjonowanie nie spełnia się już w stosunkach z bliźnimi, lecz coraz bardziej sprowadza się do odbioru dóbr i informacji oraz manipulowania nimi. Począwszy od urządzeń technicznych organizujących życie gospodarstwa domowego, poprzez wszechobecny komputer i rozmaite komunikatory zastępujące bezpośrednią relację „ja-ty”, po rozrywkę i sport. Można powiedzieć, że żyjemy w epoce tzw. „singli”. Człowiek jest całkowicie skoncentrowany na sobie i zaspakajaniu swoich potrzeb. Urządzenia techniczne sprawiają, że nie potrzebuje już do tego nikogo innego. Jest samowystarczalny i samotny w relacji, jedynie „ja i przedmioty”. „Ty” jest już niepotrzebne.

Dość ciekawej i wnikliwej obserwacji społeczeństwa konsumpcyjnego dokonał znany socjolog, Z. Bauman, w swojej książce *Praca, konsumpcjonizm, nowi ubodzy*. Jego tezom, choć niekiedy przerażającym w swym brzmieniu, trudno jednak odmówić słuszności. Jako typowa obserwacja socjologiczna, książka ta stanowi ogromne wyzwanie dla etyka i dla tych, którzy poprzez politykę mogą wpływać na kształt życia społecznego. Z. Bauman dokonuje w niej ciekawego porównania społeczeństwa produkcyjnego i konsumpcyjnego. Zauważa w niej między innymi, że w epoce produkcyjnej praca miała charakter kolektywny. Konsumpcja ma zawsze wymiar indywidualny¹¹. Nie istnieje konsumpcja kolektywna, stąd też społeczeństwo konsumpcyjne preferuje indywidualizm. W epoce konsumpcyjnej nawet praca staje się coraz bardziej samotnicza, co umożliwiają rozmaite formy telepracy. Aby pracować, człowiek nie musi się nawet ruszać ze swojej „samotni”. Nawet sporty, dotychczas tradycyjnie uchodzące za gry zespołowe, dzięki grom komputerowym, stają się możliwe w pojedynkę. Ta samotniczość coraz bardziej wychodzi ze świata wirtualnego i wchodzi w świat realny. Dziś nawet gra w tenisa jest możliwa w pojedynkę dzięki piłeczce umocowanej na gumce do podłoża. Wszystko po to, aby człowiek mógł być samowystarczalny. By nie potrzebował nikogo dla osiągnięcia przyjemności. Do osiągnięcia szczęścia potrzebuje już jedynie samej konsumpcji. To między innymi dlatego tak bardzo upowszechnia się dziś kultura „singli”, czyli życie samotne, tak, aby nie ograniczać własnej wolności przez wiązanie się z innymi życiem rodzinnym. Stąd dzisiejsza moda na wolne związki, aby bez zobowiązań zawsze móc się rozstać, by nic nie stracić z moż-

¹⁰ J. Baudrillard, *Spółeczeństwo konsumpcyjne – jego mity i struktury*, tłum. z fr. S. Królak, Warszawa 2006, s. 7.

¹¹ Z. Bauman, dz. cyt., s. 65. Por. A. Aldridge, *Konsumpcja*, tłum. z ang. M. Żakowski, Warszawa 2006.

liwości konsumpcji rozmaitych atrakcji życiowych, które coraz hojniej oferuje bogaty rynek. Rodzina była w modzie w epoce przemysłowej, kiedy człowiek był związany miejscem pracy, a rynek nie oferował jeszcze tylu atrakcji życiowych, bądź nie były one jeszcze tak dostępne. Niechęć do ograniczenia możliwości konsumpcji sprawia, że w bogatych społeczeństwach decyzję o założeniu rodziny odkłada się na coraz później – dopiero wówczas, gdy się już „użyje życia”.

Spółeczeństwa konsumpcyjne, w przeciwieństwie do społeczeństw rolniczych, czy łowców-zbieraczy, nie pojmują już czasu cyklicznie, nie istnieje podział na dzień i noc, przednówek, wiosnę, lato, jesień, zimę, czas żniw i zbiorów. Społeczeństwa nowoczesne w pełni poddały się tyranii i uzależnieniu od czasu zegarowego. Nastąpiła synchronizacja działań miliardów ludzi i niewyobrazalny jest już powrót do rytmu czasowego wyznaczanego przez cykle przyrodnicze. Człowiek uniezależnił się od rytmu natury. Dostępność i niska cena energii elektrycznej sprawiła, że stał się on panem czasu. To wszystko umacnia jego samodzielność i samowystarczalność. Dyktat zegarka, powodujący odejście od czasu naturalnego, choć daje wiele możliwości, to jednocześnie niewoli człowieka. Nigdy dotąd nie było możliwe, aby człowiek tak intensywnie mógł pracować, będąc pozbawionym naturalnego wypoczynku. To właśnie odejście od naturalnego rytmu czasu umożliwiło zrodzenie się ery pracoholików. Naturalny rytm przyrody zmuszał do wypoczynku¹².

Nowoczesne środki komunikacji paradoksalnie oddaliły, a nie zbliżyły ludzi do siebie. Wiemy, co dzieje się na drugiej półkuli, ale nie wiemy, co dzieje się u sąsiada za ścianą. Człowiek pozostaje w całkowitej relacji „ja-telewizor”. Drugi człowiek, żyjący nieopodal, jest anonimowym sąsiadem, z którym relacje często bywają bardzo ograniczone (chyba że zakłóca moją prywatność).

Inny środek komunikacji – telefon, który powinien ułatwiać kontakt, paradoksalnie przyczynił się do zaniku spontanicznych kontaktów międzyludzkich. Nie wypada dziś przyjść do kogoś niezapowiedzianym. Zapowiedź wizyty zobowiązuje natomiast do wcześniejszego przygotowania się, co sprawia, że wielu ogranicza liczbę kontaktów do minimum, zadowolając się kontaktami na odległość – poprzez samą tylko rozmowę telefoniczną, albo wręcz jedynie ogranicza je do świata wirtualnego.

¹² P. Grabczyk, *Nasza ziemia*, (www.nawzniesieniach.bajt.net.pl/arch_artykul.php?idart=530; 30.05.2007).

Podwaliny społeczeństwa konsumpcyjnego zostały już położone w epoce przemysłowej, kiedy próbowano zmusić pracowników do pracy, aby nie zadowalali się stanem swojego posiadania, ale by zawsze chcieli mieć więcej. Organizacja łańcucha produkcyjnego nie dopuszczała, że ktoś mógł przerwać produkcję, zadowolając się tym, co ma, by powrócić do pracy wówczas, kiedy mu zabraknie. Człowiek musiał zawsze chcieć mieć więcej, aby stale pracował. Po dzień dzisiejszy dla wielu inwestorów w krajach Afryki dużym kłopotem są nawyki społeczne tubylców, przyzwyczajonych do naturalnego rytmu pracy tylko wówczas, kiedy czegoś brakuje. Zupełnie inaczej była ukształtowana mentalność ludów Północy, które zawsze musiały pracować na zaś, odkładając latem, by przeżyć zimę. Pojawienie się społeczeństwa przemysłowego definitywnie stworzyło przymus ciągłej pracy, niezależnie od potrzeb. Motywem do pracy miały być stale rosnące potrzeby.

Podobnie dziś, jak zauważa Z. Bauman, w społeczeństwie konsumpcyjnym jest potrzeba ciągłego motywowania człowieka do tego, by chciał konsumować. Celem społeczeństwa konsumpcyjnego nie jest więc, aby człowiek był usatysfakcjonowany, gdyż wówczas przestaje konsumować. Celem jest, aby pożył. Można powiedzieć, że w społeczeństwie konsumpcyjnym pożywanie nie pożywa zaspokojenia, ale pożywa pożywanie. Człowiek syty to najgorsza wiadomość dla społeczeństwa konsumpcyjnego. Idealny konsument to ten, który natychmiast nudzi się zakupioną rzeczą i pożywa następnej. Społeczeństwo konsumpcyjne rozbudza więc pożywanie¹³. Służyć temu mają coraz to dogodniejsze formy wydawania pieniędzy. Karta kredytowa została stworzona po to, aby człowiek miał wrażenie, że dostaje coś za darmo. Konsumenta kusi się łatwo dostępnym kredytem konsumpcyjnym. Wystarczy uświadomić sobie zmianę w mentalności społeczeństwa, jaka dokonała się w tym względzie. Kiedyś kredyt służył jedynie inwestycjom, a rzeczą społecznie naganną było zaciąganie kredytu na konsumpcję. Dziś życie na kredyt stało się normą, a kredyt konsumpcyjny stał się motorem rozwoju gospodarki. Można powiedzieć, że, o ile społeczeństwo przemysłowe było społeczeństwem książeczek oszczędnościowych, to społeczeństwo postindustrialne stało się społeczeństwem kart kredytowych.

W świecie konsumenta nie ma miejsca na nudę. Zawsze musi się coś dziać. Czas wolny jest organizowany przez rozmaite formy atrakcji, jakie proponuje rynek. Stąd też człowiek dzisiaj przestaje potrafić

¹³ Z. Bauman, dz. cyt., s. 56-59.

wypoczywać i nawet urlop coraz częściej wygląda jak odrabianie zadania domowego – „muszę to zobaczyć, tamto zaliczyć, tego doświadczyć”. W społeczeństwie konsumpcyjnym szczęśliwe życie definiuje się jako korzystanie z rozlicznych szans. Stąd bezustanna pogoń za nowymi zdobyczami. Człowiek bezustannie goni za coraz to nowymi bodźcami. Bezustannie zalewany jest potokiem informacji. Łatwość komunikacji sprawia, że do człowieka dociera dziennie ogromna ilość informacji, których nie jest w stanie wchłonąć. Społeczeństwo postindustrialne nazywane jest więc również społeczeństwem informacyjnym. To wszystko sprawia, że człowiek epoki konsumpcyjnej żyje bardzo płytko. Nie ma czasu na dogłębną refleksję i kontemplację, która pozwalała starożytnym odkrywać głębokie prawdy filozoficzne, czy Ojcom Kościoła tajemnice Transcendencji. Człowiek dziś zalany jest informacją, ma nieograniczony dostęp do wiedzy, której nawet nie jest w stanie ogarnąć, ale brakuje mu czasu na refleksję i interioryzację zasłyszanych prawd. To powoduje płytkość przeżycia emocjonalnego. Jednocześnie dziś wielu ludzi coraz częściej poszukuje głębi duchowości, gdyż płycizna konsumpcji ich nie zadowala. Tym można tłumaczyć coraz większe zainteresowanie różnymi formami duchowości i życiem kontemplacyjnym.

Można powiedzieć, że społeczeństwo konsumpcyjne przechodzi od etyki pracy do estetyki konsumpcji. Etyka jest zastępowana przez estetykę. Nie liczy się to, co jest dobre, ale to, co mi się podoba. Relatywizm sprawia, że dobro jest traktowane w kategoriach estetycznych. Dobro jest subiektywne i dobre jest to, co mi się podoba. Nie ma obiektywnego porządku wartości, ale o tym, co dobre, decydują moje osobiste upodobania. Nawet praca musi mi się podobać. W chrześcijańskiej etyce pracy, każda praca rozwija człowieka. W rozumieniu estetyki konsumpcji liczą się tylko „profesje wzniosłe”, z których czerpie się satysfakcję. To dlatego w bogatych społeczeństwach, przy istniejącym bezrobociu, brakuje rąk do pracy. Są prace, których nikt nie chce wykonywać i potrzeba importować siłę roboczą, otwierając się na coraz liczniejszą liczbę imigrantów, którzy będą gotowi wykonywać prace, które nie podobają się obywatelom społeczeństwa konsumpcyjnego¹⁴.

Rygor konsumpcji wprzega człowieka w pewien kierat zachowań. Człowiek społeczeństwa konsumpcyjnego pracuje ponad siły, aby zarobić na konsumpcję, a cały czas wolny poświęca konsumowaniu. To sprawia, że dziś, pomimo rosnącej wydajności pracy, dzięki

¹⁴ Tamże, s. 69-70.

wysokim technologiom, człowiek pracuje coraz więcej, zamiast coraz mniej. Nowe technologie podnoszą jakość usług, co sprawia, że człowiek ma coraz większe wymagania. Gdyby przy obecnie istniejących technologiach człowiek zadowolił się poziomem życia sprzed lat, to istotnie jego zaangażowanie zawodowe by się zmniejszyło. Tak jednak nie jest. Nowe technologie dają nowe możliwości i człowiek chce z nich korzystać. Jego zaangażowanie zawodowe nie kończy się więc nawet w czasie wolnym. Nowe środki komunikacji sprawiają, że człowiek jest dostępny zawsze. Rośnie więc tempo życia i pogoń za konsumpcją. To sprawia, że nie wszyscy nadążają za tym tempem. W społeczeństwie konsumpcyjnym rodzi się więc nowa grupa społeczna – „nowi ubodzy”, którzy nie chcą w obłędzie gonić za zyskiem, by kupować i konsumować.

Ta grupa społeczna jest ponadto zasilana liczną rzeszą ludzi nie nadążających za szybkim rozwojem technologii. Automatyzacja produkcji sprawiła, że z rynku pracy zniknęła praca niewymagająca, którą dziś wykonują roboty. Wzrost wymagań konsumpcji sprawia, że nawet proste prace budowlane trzeba wykonywać z artyzmem. Od najprostszego fachowca wymaga się kreatywności w działaniu, aby sam wiedział, co należy zrobić. Musi być elastyczny i z łatwością dostosowywać się do nowych wyzwań. To wszystko sprawia, że są ludzie, których to przerasta i dobrowolnie wycofują się z rynku pracy, czując, że nie są w stanie sprostać jego rygorom. Społeczeństwo konsumpcyjne nie uwzględniło, że w społeczeństwie są także ludzie, którzy otrzymali tylko jeden talent. Dla społeczeństwa konsumpcyjnego ci bezrobotni, to nadliczbowa siła robocza, to ci, którzy mieli pecha, że urodzili się w pełnym i sytym społeczeństwie i nie są mu do niczego potrzebni. To nadliczbowi, nieprzydatni, którzy stali się zbędni z powodu postępu technologicznego. Ich prosta praca, mało kreatywna, nie jest już nikomu do niczego potrzebna. Zastąpiły ją roboty.

W społeczeństwie konsumpcyjnym zarówno wzrost gospodarczy, jak i recesja pogłębiają ubóstwo. W czasie recesji wszyscy biednieją. Wzrost gospodarczy powoduje natomiast większy dostęp do dóbr, do których ubodzy i tak nie mają proporcjonalnie większego dostępu, co sprawia, że, widząc zwiększające się bogactwo innych, jeszcze boleśniej przeżywają swoją biedę. Nawet jeśli ich poziom życia jest wyższy niż kiedyś, to dotyka ich rosnąca dysproporcja. W społeczeństwie konsumpcyjnym „nowi ubodzy” są rozumiani jako ci, którzy nie mają dostępu do rozmaitych szans, jakie oferuje społeczeństwo konsumpcyjne. Ich „uciecha konsumpcji” jest ograniczona i dlatego, nawet jeśli

mają zabezpieczone podstawowe potrzeby życiowe, boleśnie przeżywają swoje ubóstwo¹⁵.

ZAKOŃCZENIE – WNIOSKI ETYCZNE

Wiele z tych powyższych obserwacji socjologicznych, dotyczących społeczeństwa konsumpcyjnego, może wręcz szokować człowieka wyrobionego etycznie. Są to wyzwania etyczne, jakie stawia nowy system społeczno gospodarczy. Szukanie skutecznych rozwiązań dla poszczególnych zagadnień jest wyzwaniem, jakie stoi przed społeczeństwem postindustrialnym, które nie może wygodnie uciekać od problemu, mówiąc o istnieniu podklasy społecznej, która sama sobie jest winna i sama wyklucza się ze społeczeństwa swoją postawą. Powszechne przeznaczenie dóbr przypomina nam, że w społeczeństwie musi być miejsce także dla tych, którzy otrzymali tylko jeden talent.

Podjęcie tych wyzwań będzie jednak możliwe tylko wówczas, gdy powróci się od estetyki do etyki, gdy odejdzie się od relatywistycznego subiektywizmu wartości i uzna się istnienie obiektywnych prawd i wartości. Tylko wówczas społeczeństwo postindustrialne będzie mogło zdefiniować swoje priorytety i możliwe będzie odejście od absolutyzacji, i wyłączności zysku. Gdy nie ma obiektywnych wartości, liczy się tylko to, co mi się podoba i to, co mi przynosi korzyść. Dopiero uznanie innych wartości umożliwi nadanie konsumpcji ludzkiego oblicza.

Już dziś badania społeczne pokazują, że wszechogarniająca samotność, którą rodzi konsumpcja, powoduje wielką tęsknotę za wspólnotą i rodziną. Konsumpcja koncentruje na sobie i dlatego potrzeba rozwoju rozmaitych form życia wspólnotowego i wolontariatu, który będzie uczył ducha służby. Naukę służenia innym trzeba rozpocząć już od formacji dzieci w rodzinie. Dziś, niestety, wielu rodziców popełnia zasadniczy błąd wychowawczy, stawiając dziecko w centrum. Często to rodzice służą dziecku i we wszystkim mu ustępują, choć powinno być odwrotnie. Dziecko musi mieć świadomość konieczności wkładu swego zaangażowania w życie rodzinne, a nie tylko brać, nabywając w ten sposób postawę roszczeniową. Czasem proste gesty uczą właściwych ról społecznych – np. nalewanie zupy przy obiedzie rozpoczyna się od współmałżonka, a nie od dziecka. Duch dawania i ofiary może być jedynym antidotum dla mentalności konsumpcyjnej. Na nowo potrzeba więc odkryć sens wyrzeczenia i postu,

¹⁵ Tamże, s. 77.128.

który zdaje się być zapomniany w społeczeństwie konsumpcyjnym. Dziś często jest on bagatelizowany i marginalizowany nawet w nauczaniu wielu duchownych. Wielu ludzi nawet się nie spowiada z zaniedbywania postu piątkowego.

W społeczeństwie konsumpcyjnym zupełnie nowego znaczenia nabiera Dekalogowe wezwanie „nie pożądaj”. Człowiek musi być panem siebie. Nie może służyć „mamonie”. Kościół, w trosce o rozwój gospodarczy, w swym nauczaniu społecznym nie może ulegać argumentom hołdującym jedynie zwiększaniu zysku. Zysk nie może być za wszelką cenę. Nie może być kosztem siódmego dnia, w którym nawet Pan Bóg musiał odpocząć. Argument, że zamknięcie supermarketów w niedzielę zmniejszy zyski i zwiększy bezrobocie jest niewystarczający. O ile w społeczeństwie produkcyjnym walczyło się o dzień wolny od pracy, to w społeczeństwie konsumpcyjnym trzeba podjąć walkę o dzień wolny od konsumpcji. A przynajmniej o ograniczenie konsumpcji jedynie do dóbr kulturalnych, w szerokim tego słowa znaczeniu, w które będą wchodzić także rozrywka i cała kultura czasu wolnego. Handel jednak, pomimo silnych zakusów dzisiejszych menagerów, nie jest formą kultury wolnego czasu. Człowiek nie może funkcjonować jak zwierzęta, jedynie w dwóch wymiarach – w systemie „praca – odpoczynek”. Człowiek, z racji swego człowieczeństwa, potrzebuje jeszcze trzeciego wymiaru: „praca – odpoczynek – świętowanie”. Wymiar świętowania jest fundamentalny dla człowieczeństwa. Człowiek potrzebuje odpoczynku od rytmu praca-konsumpcja i dla pełnego rozwoju potrzebuje czasu na refleksję, na kontakt z innymi, którego nie będzie zakłócać konsumpcja. Potrzebuje wspólnego przeżywania święta, wyrazu życia wspólnotowego i koncentracji na relacji ze społecznością, w której żyje. Nie może koncentrować się jedynie na przedmiotach. Handel w niedzielę powinien być zakazany z głębokich powodów antropologicznych, by człowiek nie zaprzepaścił w konsumpcji całego swego człowieczeństwa. Podnoszony za otwarciem centrów handlowych w niedzielę argument, że wyjazd do supermarketu jest formą spędzania wolnego czasu z rodziną, świadczy o tym, jak mocno konsumpcjonizm upośledził relacje międzyludzkie. Ludzie nie potrafią już koncentrować się wzajemnie na sobie, co najwyżej potrafią wspólnie koncentrować się na przedmiotach. Społeczeństwo konsumpcyjne potrzebuje więc odbudowywania relacji „ja-ty”, „ja-oni”, „my-oni”.

Już w encyklice *Centesimus Annus* Jan Paweł II zauważył, że konsumpcjonizm niewiele różni się od komunizmu. Oba są formą czystego materializmu. Píše o tym w ten sposób: „Inną jeszcze prak-

tyczną formę odpowiedzi na komunizm stanowi społeczeństwo dobrobytu albo społeczeństwo konsumpcyjne. Dąży ono do zadania klęski marksizmowi na terenie czystego materializmu, poprzez ukazanie, że społeczeństwo wolnorynkowe może dojść do pełniejszego aniżeli komunizm zaspokojenia materialnych potrzeb człowieka, pomijając przy tym wartości duchowe. (...) Jeżeli w rzeczywistości prawdą jest, że ten model społeczny uwydatnia niepowodzenie marksizmu w swoich zamiarach zbudowania nowego i lepszego społeczeństwa, to równocześnie, na tyle na ile odmawia moralności, prawu, kulturze i religii autonomicznego istnienia i wartości, spotyka się z marksizmem w dążeniu do całkowitego sprowadzenia człowieka do dziedziny ekonomicznej i zaspokojenia potrzeb materialnych”¹⁶.

Nie jest rzeczą naganną pragnąć lepszego poziomu życia, ani rzeczy, które sprawiają przyjemność. Problem etyczny konsumpcjonizmu polega na budowaniu właściwej hierarchii wartości, aby dostrzec, że są wartości wyższe. Oprócz świata materii jest świat ducha. Obok ziemskich uciech jest także życie wieczne i cały świat Transcendencji. Budowanie właściwych proporcji zdaje się więc być największym wyzwaniem etycznym dla społeczeństwa konsumpcyjnego.

SOMMARIO

CONSUMISMO COME LA NUOVA QUESTIONE SOCIALE

Il presente articolo affronta un nuovo problema etico sociale della società postindustriale – il problema del consumo – della cosiddetta società dei consumi. Questo problema viene affrontato alla luce dei principi etici della dottrina sociale della Chiesa. Il consumo non viene trattato qui soltanto come individuale atto della persona, ma come un sistema socio-economico. Oggi, l'aumento del PIL non è più l'effetto dell' aumento della produzione, ma è l'effetto dell'aumento del consumo. In questo senso, non la produzione ma il consumo porta lo sviluppo economico. L'apertura dei centri commerciali la domenica non significa soltanto dare l'opportunità di comprare i prodotti necessari per quelli che hanno dimenticato di fare la spesa, ma significa portare allo sviluppo tutta l' economia.

¹⁶ Jan Paweł II, *Centesimus Annus*, 19.

Il nuovo sistema economico sociale – il consumismo, cambia la società e la mentalità della gente, e diventa quindi una società di “single”. L’uomo si concentra soltanto sui propri bisogni, e rimane soltanto nel rapporto “io-oggetti”, anziché nel rapporto “io-tu”, in questo modo nasce una mentalità possessiva.

Il messaggio cristiano deve ricordarci che non si può ridurre lo scopo della vita sociale soltanto all’ “avere” anziché all’ “essere”. Lo sviluppo economico non è lo scopo principale della vita. Senza dubbio, lo sviluppo economico è indispensabile per lo sviluppo sociale e etico, ma ha il carattere del “mezzo” mai quello dello “scopo”. L’uomo non può mai limitarsi soltanto ai propri bisogni materiali. Nella società di oggi si vuole riscoprire il senso del diguno e del sacrificio, il senso della comunità umana, della collaborazione e del valore del rapporto reciproco diretto. Come nella società della produzione, abbiamo fatto la lotta per il giorno libero dal lavoro, così, nella società dei consumi dobbiamo fare la lotta per il giorno libero dal consumo. Questa è una lotta per preservare l’uomo dalla riduzione del valore umano solo al consumo.