

Od Polaka konsumenta do twórcy wspólnotowości?



MARCIN WANDAŁOWSKI

Institut Badań nad Gospodarką Rynkową

Cywilizacja zachodnia żyje dziś w świecie „kultury przyjemnościowej”. Rzeczy i usługi zastępują relacje międzyludzkie, a interes rynku jest stawiany ponad interesem społeczeństwa. Nurt ten dotarł już do Polski i wywiera dużą presję na kształt naszej posttransformacyjnej kultury mentalnej i świadomościowej – nadal jeszcze nieufirmowanej i płynnej. Czy Polacy potrafią wyjść poza myślenie konsumpcyjno-przyjemnościowe i stać się twórcami nowej wspólnotowości?

W kleszczach konsumpcjonizmu

Na początku obecnego stulecia globalizacja i postęp technologiczny przywiodły do Polski nurt kulturowy objawiający się masową konsumpcją „kultury przyjemnościowej”. To świat zbiorowej halucynacji coraz lepiej imitującej i zastępującej całą rzeczywistość – świat supermarketów, reklam, widowisk, showbiznesu, wirtualnych przestrzeni komputerowych, rajów wypoczynkowych, gdzie luksus i piękno są przedstawiane jako najwyższe dobra. Stworzona została iluzja kompletnej przestrzeni dla życia, w której funkcjonowanie opiera się na dokonywaniu wyborów z przedstawionej oferty dóbr. Ich nieskończoną różnorodność gwarantują samonapędzające się siły rynku.

To coś więcej niż strumień tandetnych gadżetów, błyszczących opakowań i kolorowej prasy. Nurt ten jest „wyposażony” w instrumenty ekonomicznej i organizacyjnej skuteczności, pozwalające uzyskać władzę nad ludzkimi umysłami, uczuciami i ciałem – wielu z nas kocha zakupy, bez problemu znajdziemy też takich, którzy rzeczy i usługi obdarzają takim samymi uczuciami jak ludzi. To nowa postawa kulturowa, groźna nie tyle sama z siebie, lecz ze względu na swe roszczenia do wyłączności.

Strażnikiem tej wyłączności jest polityczny wymóg stabilnej gry sił rynkowych, którego „układem krwionośnym” jest aktywny konsument, a niewysychającym źródłem energii są interesy globalnych korporacji. Ów strażnik umacnia swoją pozycję gdy państwo uzależnia swoją politykę od potrzeb rynku. Interes rynku wznosi się wówczas zdecydowanie ponad interesy

jednostki czy społeczeństwa, wynikające z życia zbiorowego, co doprowadza do marginalizacji znaczenia takich obszarów jak edukacja, zdrowie, bezpieczeństwo fizyczne i socjalne czy kultura. Rynek i rządzący nim mechanizm samonapędzającej się konsumpcji staje się zatem ważniejszy od wartości kluczowych dla tworzenia i funkcjonowania wspólnotowości.

“ **Rynek i rządzący nim mechanizm samonapędzającej się konsumpcji staje się dziś często ważniejszy od wartości kluczowych dla tworzenia i funkcjonowania wspólnotowości.**

Wyrażane przez jednostkę pragnienie sukcesu materialnego, choć ma swoje oczywiste wady, związane np. z gonieniem za pieniądzem za wszelką cenę czy skrajnym egoizmem, nie może być jednak odbierane jednoznacznie negatywnie. To dzięki sumie takich indywidualnych wysiłków Polaków przez ostatnie niemal trzy dekady pozytywnie zmieniła się materialna baza naszego kraju. Obfitość towarów i usług, rozwój infrastruktury, ogromne podniesienie standardów wyposażenia gospodarstw domowych, powszechna motoryzacja – to tylko niektóre z efektów.

Patrzenie na cały proces jedynie przez pryzmat konsekwencji *stricte* materialnych nie pokazuje jednak całego obrazu – nie mniej istotna jest kwestia osobowości Polaka, która przez cały czas po transformacji ustrojowej ulega zmianom. Widać tu sporo analogii do dwudziestolecia międzywojennego, gdy budowany wówczas polski kapitalizm rozsadzał tradycję związaną z folwarkiem i mesjanistyczno-męczeńską tożsamością, poszerzając kulturowe pole dla modernizacji – również mentalnej. Obecnie w miejsce człowieka PRL-owskiego, z wyraźnymi akcentami *homo sovieticus* pojawił się Polak witalny, chcący bogacić się, pracowity w indywidualnym wymiarze, otwarty na globalizację oraz przyjmowanie zasad zachodnio-atlantyckiej cywilizacji.

Dzisiejsza modernizacja nie jest jeszcze skończona – nowy charakter polskiego życia zbiorowego dopiero powstaje. Nasza współczesna kultura mentalna i świadomościowa, wynikająca z transformacji ustrojowej jest nieuformowana i płynna, a nowe kody kulturowe polskiego DNA nie są jeszcze w pełni rozpoznane. Jakie skutki dla polskiego życia zbiorowego wnosi dziś „drugi” polski kapitalizm? Jak wobec jego oferty może ustosunkować się obywatel?

“ **Nasza współczesna kultura mentalna i świadomościowa, wynikająca z transformacji ustrojowej jest**

nieuformowana i płynna, a nowe kody kulturowe polskiego DNA nie są jeszcze w pełni rozpoznane.

Kurs na wspólnotowość

Wydaje się, że są ku temu dwie drogi. Pierwszy kierunek to poddanie się sile i atrakcyjności ofert rynku i odnalezienie samorealizacji w przyjęciu tożsamości „konsumenta przyjemności”. W takim podejściu odczuwanie przyjemności konsumpcji, często dotyczące tak naprawdę urojonych potrzeb, stają się w świadomości obywatela sensem życia. Ulegając im, człowiek staje się ich niewolnikiem. By je zdobyć jest gotów stracić czas i pieniądze, nie uzyskując w zamian duchowej satysfakcji ani równowagi wewnętrznej. Gubi po drodze związki rodzinne, koleżeńskie czy własne upodobania hobbystyczne. Taka osoba nie potrzebuje wspólnotowości, ani życia zbiorowego – liczą się przedmioty i wrażenia. Dużo pracuje, dużo wydaje i choć myśli, że jest wolna, staje się więźniem recept na szczęśliwe życie, oferowanych przez organizatorów wirtualnego świata. Przy takim podejściu kanony kulturowe życia zbiorowego ulegają rozsądzeniu.

Druga opcja to w istocie kurs na wzmocnienie wspólnotowości i uzyskanie satysfakcji z podejmowania działań na rzecz szerszej współpracy, a nie tylko ukontentowania siebie jako jednostki. To droga w kierunku nabierania cech obywatelskości i budowania klasy średniej, będącej w stanie przekształcić liberalny kapitalizm w kapitalizm bardziej obywatelski – taki, w którym większego znaczenia nabiera państwo i sprawy związane z życiem zbiorowym. To droga do osiągnięcia dojrzałości przez Polaków.

Dojrzałe życie zbiorowe musi bowiem w poważnym zakresie opierać się na poczuciu wspólnotowości. Nie zbudujemy swej pomyślności bez pomyślności życia zbiorowego, bez wzięcia przez jednostkę odpowiedzialności za problemy wspólnoty.

O autorze

Marcin Wandałowski jest redaktorem thinklettera Kongresu Obywatelskiego oraz Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego. Z Instytutem Badań nad Gospodarką Rynkową związany od 2012 r. Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej.