

Iluzoryczna podmiotowość człowieka dorosłego w konsumpcjonistycznej rzeczywistości

The illusory subjectivity of an adult in the consumerist reality

Słowa kluczowe: dorosłość, człowiek dorosły, konsumpcjonizm, podmiotowość, iluzja podmiotowości.

Key words: adulthood, an adult, consumerism, subjectivity, illusion of subjectivity.

Abstract. The issue of man's subjectivity, regardless of one's age or other characteristics, is a subject of deliberations of many researchers. This paper, in which the question of the subjectivity of an adult was related to the characteristic feature of modernity which is the phenomenon of consumerism, is also dedicated to the issue.

Following a general outline of the issues of consumerism and adulthood, subjectivity and its most important determinants were elaborated upon. Threats to this subjectivity which lie in the world surrounding man, and sometimes in himself, were also indicated. This results in an illusion of subjectivity, and also in the objectification of man. It is through a number of mechanisms that are characteristic of them, such as, e.g. the infantilization of adults or „the subjectivization of things”, that consumerism not only makes the subjectivity of an adult illusory, but it also deprives them of „being a subject”. This situation triggers the need to support this group of people through, inter alia various forms of education in identifying mechanisms of manipulation of the market, and breaking free of objectification.

O potrzebie namysłu nad tytułowymi kategoriami. Zawarte w tytule niniejszego tekstu kategorie kluczowe zajmowały i nadal zajmują poczesne miejsce w rozważaniach reprezentantów różnych dyscyplin naukowych. Zainteresowanie nimi ma wiele powodów, które sprawiają, że stają się one formacjami dyskursywnymi wyrażającymi wielość poglądów, podejść, perspektyw postrzegania, analizy i opisu zarówno człowieka dorosłego, jak i podmiotowości, a także konsumpcjonizmu jako swoistego kontekstu, w którym pierwsze dwie kategorie są mocno zakorzenione.

To właśnie procesy zaawansowanego konsumeryzmu, czy konsumpcjonizmu obok takich procesów i zjawisk jak indywidualizm, globalizacja czy cyfryzacja są podło-

żem współczesnych analiz odnoszących się do człowieka (w tym dorosłego) i jego podmiotowości. To w ich kontekście sytuujemy rozważania dotyczące kondycji współczesnego człowieka, jakości jego życia, różnorodnych dylematów etycznych związanych z jego codziennym funkcjonowaniem. Także w optyce tych procesów i zjawisk stawiane są (wprawdzie nie tak często jak dawniej) ważne pytania o ludzką podmiotowość, o to, kto może być i jest podmiotem, jak też pytania o zagrożenia owej podmiotowości tkwiące w tych charakterystycznych rysach rzeczywistości nie tylko otaczającej człowieka, ale tej, której jest on nieodłącznym elementem strukturalnym i współtwórcą.

Jednym z bardziej znaczących rysów współczesności jest wszechogarniające nas zjawisko konsumpcjonizmu, istniejące wprawdzie od dawna¹, ale przybierające obecnie na sile i czyniące z ludzi, niezależnie od wieku, płci, wykształcenia czy innych cech charakteryzujących społeczeństwa „łatwy łup”. Ów konsumpcjonizm, obok wielu zagrożeń, które ze sobą niesie, i z których istnienia nie zawsze zdajemy sobie sprawę, zawłaszcza również to, co niezwykle istotne dla każdego człowieka i jego codziennego funkcjonowania, a mianowicie jego podmiotowość. Bez znaczenia jest, czy mamy do czynienia z dzieckiem, czy z człowiekiem dorosłym, którym w świetle współczesnych teorii przyznaje się podmiotowość i bycie podmiotem, to w warunkach konsumpcjonistycznej rzeczywistości podejmuje się działania tworzące iluzję podmiotowości, mając na uwadze przede wszystkim czyjś interes, zysk, czyjeś cele, często też czyjeś niespełnione dotychczas ambicje i aspiracje.

Czynią tak niejednokrotnie rodzice, dla których np. dziecko jest inwestycją² i dzięki której rekompensują sobie niekiedy własne niedostatki w zakresie dóbr, usług, osiągnięć, będąc przekonanymi, że czynią to dla swoiście pojmowanego dobra dziecka, nie zawsze – niestety – licząc się z jego potrzebami, możliwościami i aspiracjami. Czyni to też i wobec dzieci, i wobec dorosłych ogromny rynek producentów wszelakich dóbr i usług, wspierany przez bardzo licznych marketerów (marketingowców), market-platformy, wszechobecne reklamy, a także tych wszystkich, którzy naukowo „rozpracowują” potencjalnych klientów (np. trenerów NLP³) i to wszystko, od czego zależy powodzenie sprzedaży, powodzenie tego, by właśnie spośród bogatej oferty towarów został wybrany ten a nie inny, by klient był tym zainteresowany i by chciał go mieć, bo jest mu „potrzebny”, a z wyboru będzie z pewnością zadowolony.

¹ Podkreśla to m.in. A. Borkowski, twierdząc, że „konsumpcja ma charakter stały i powszechny we wszystkich społeczeństwach, podobnie w czasach obecnych, jak i w przeszłości historycznej”, zob. tenże, *Konsument, jego potrzeby i motywacje*, <http://andrzejborkowski.pl/23.pdf> (dostęp z 22.05.2016). Zob. też A. Borowska, *Spoleczeństwo konsumpcyjne – charakterystyka*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej – Ekonomia i Zarządzanie”, 2009 z. 14.

² Zob. B. Łaciak, *Komercyjne przemiany współczesnego dzieciństwa*, [w:] *Nowe społeczne wymiary dzieciństwa*, B. Łaciak (red.), Wydawnictwo Akademickie ŻAK, Warszawa 2011, s. 83–85.

³ Skrót NLP utworzony został od pierwszych liter nazwy „NeuroLingwistyczne Programowanie”. NLP jest podstawą dynamicznie rozwijającej się w USA i Kanadzie (ale nie tylko) dziedziny określanej mianem „Technologii Motywacyjnych”, stosowanych przez największe firmy i organizacje. Z usług doradców motywacyjnych korzystają m.in. szefowie największych koncernów na świecie różnych branż.

W kontekście tych stwierdzeń jawi się pytanie czy tak „rozpracowany” podmiot jest rzeczywiście podmiotem czy też mamy do czynienia z jego uprzedmiotowieniem, z jego iluzoryczną podmiotowością niezależnie od tego, czy dotyczy to dziecka, czy też młodego człowieka, dorosłych osób nie wyłączając. Wydaje się więc, że warto podjąć refleksję dotyczącą tegoż pytania i zastanowić się nad tym, czy w konsumpcjonistycznej rzeczywistości człowiek dorosły jest podmiotem w pełni tego słowa znaczenia, czy jest podmiotem iluzorycznym, czy też może powinno mu się przypisać określenie „konsumencki podmiot”⁴, które w istocie jest wskazaniem na jego przedmiotowość?

Odpowiedź na to pytanie wymaga choćby krótkiego zarysowania owej konsumpcjonistycznej rzeczywistości a także dorosłości.

O konsumpcjonistycznej rzeczywistości i dorosłości. Konsumpcjonizm (od łac. *consumptio* – spożycie) to termin ściśle związany ze zjawiskiem konsumpcji, które – jak zauważa Jean Baudrillard – dzisiaj wszędzie rzuca się w oczy (...) będąc wynikiem rosnącej liczby przedmiotów, usług i dóbr materialnych, stanowiąc rodzaj fundamentalnej mutacji w obrębie ekosystemu, w jakim funkcjonuje gatunek ludzki⁵. Konsumpcja, gdyby odnosić ją do codzienności naszego bycia i funkcjonowania, jest czymś naturalnym, co przynosi nam radość i satysfakcję, co jest wyrazem i warunkiem naszego istnienia niezależnie od tego, w jakim czasie historycznym żyjemy i w jakiej przestrzeni się poruszamy. Staje się ona – jak twierdzi Zygmunt Bauman – zjawiskiem brzemienne w skutki z chwilą przekształcenia się w konsumpcjonizm, czyli wtedy, kiedy jak zauważa autor cytujący Colina Campbella – konsumpcja stała się sprawą „szczególnie ważną, o ile nie centralną” w życiu większości ludzi, stała się „celem ich egzystencji”, kiedy „nasza zdolność do chcenia, pożądania i tęsknienia za czymś, a już szczególnie nasza zdolność do powtarzającego się przeżywania takich emocji, stała się w istocie podkładem ekonomiki” ludzkiego życia pospołu⁶.

Na konsumpcjonizm, zdaniem Olega Leszczaka, możliwe są trzy zasadniczo różne spojrzenia. Pierwsze, społeczno-psychologiczne, w którym można go pojmować jako nastawienie światopoglądowe sprzężone z odpowiednimi doń zachowaniami społecznymi konkretnej osoby; drugie, historyczno-socjologiczne, ujmujące konsumpcjonizm ponadosobowo jako cechę typologiczną i tendencję rozwojową społeczeństwa informacyjnego, czy społeczeństwa wiedzy i trzecie najszerze,

⁴ Termin „konsumencki podmiot” został zaczerpnięty z tekstu M. Boguni-Borowskiej, *Infantylizacja kulturowa. Adolescencja dzieci oraz infantylizacja dorosłych*, [w:] *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, M. Bogunia-Borowska (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 29.

⁵ J. Baudrillard, *Spoleczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, Wydawnictwo Sic! s.c., Warszawa 2006, s. 7.

⁶ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 34.

filozoficzno-antropologiczne, w którym „może on być pojęty jako ogólna typologiczna cecha ewolucyjna człowieka jako gatunku”⁷.

O ile więc konsumpcję można by traktować bardziej indywidualnie, jednostkowo, by nie powiedzieć osobowo i odnosić ją do zaspokajania wszelkich potrzeb, marzeń, pragnień, zainteresowań, tęsknot człowieka, o tyle konsumpcjonizm jest przede wszystkim swoistym atrybutem ludzkości, atrybutem społeczeństw. Zgodnie z Baumanowskim ujęciem: Aby społeczeństwo mogło uzyskać ten atrybut, ściśle indywidualna zdolność do odczuwania potrzeb, pożądania i pragnienia musi zostać (...) odłączona (wyalienowana) od jednostek i przetworzona/urzeczowiona w zewnętrzną siłę, która wprawia „społeczeństwo konsumentów” w ruch i nim kieruje jako specyficzna forma więzi międzyludzkiej, a równocześnie, z tych samych powodów, ustala określone kryteria skutecznej strategii życiowej jednostki i na inne też sposoby manipuluje prawdopodobieństwem indywidualnych wyborów i zachowań⁸. Konsumpcjonizm jest innymi słowy trendem naruszającym swoistą harmonię pracy i konsumpcji (wysiłku egzystencjalnego i konsumpcji) „w stronę wyraźnego uszczuplenia wysiłku i zdominowania go przez konsumpcję. W przypadku gdy konsumpcjonizm staje się trendem społeczno-populacyjnym (...) można mówić o powstaniu konsumpcjonistycznego typu cywilizacji”⁹ czy też konsumpcjonistycznej rzeczywistości.

Tym, co powoduje nami głównie w konsumpcjonistycznej rzeczywistości, są przede wszystkim potrzeby, ale nie te podstawowe, które znamy najczęściej z piramidy potrzeb A. Masłowa, nie te, które uznajemy za istotne dla naszego bycia w świecie ludzi i przedmiotów, ale te, które są związane z zawłaszczaniem i gromadzeniem różnorodnych rzeczy (mających często postać gadżetów), bez których nie wyobrażamy już sobie naszego życia, które niejako definiują nas samych, naszą tożsamość, ustalają naszą pozycję w hierarchii społecznej, wyznaczają nasze miejsce w przestrzeni życia codziennego niezależnie od tego czy dotyczy ono sfery osobistej, rodzinnej czy zawodowej. Za „najprzemowniejszą” jednak z potrzeb cytowany wcześniej Z. Bauman uznaje potrzebę pozbywania się rzeczy, które zgromadziliśmy i zawłaszczaliśmy oraz ich zastępowania¹⁰. Oznacza to specyficzny stosunek człowieka do rzeczy (pytanie czy tylko do rzeczy, czy przypadkiem też nie do drugiego człowieka, którego uprzedmiotawia).

W społeczeństwie konsumpcyjnym charakterystycznym dla konsumpcjonistycznej rzeczywistości różnorodna oferta dóbr i produktów, w tym luksusowych, którym nadaje się często znaczenie symboliczne za pomocą znaków i obrazów, ma służyć nie tylko zaspokajaniu potrzeb, stymulowanych i wzmacnianych przez modę, reklamę, marketing, ale także, a może przede wszystkim zaspokajaniu przyjemności

⁷ O. Leszczak, *Paradoksy konsumpcjonizmu. Typologia i lingwosemiotyka*, „The Peculiarity of Men”, 2012 nr 15, s. 12–13 (numer nosi podtytuł: Życie w konsumpcji – konsumpcja w życiu – konsumpcja życia. Współczesny człowiek w społeczeństwie konsumpcyjnym).

⁸ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, ... op. cit., s. 36.

⁹ Por. O. Leszczak, *Paradoksy...*, op. cit., s. 15.

¹⁰ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, ... op. cit., s. 43.

i życzeń konsumenta, który staje się sprawcą zmian społecznych¹¹. Temuż społeczeństwu przypisane są – jak twierdzi przywoływany wcześniej O. Leszczak – koncepty rzeczy, standardu, zysku i konsumpcji oraz ściśle z nimi powiązane modele uprzedmiotowienia, homogenizacji, komercjalizacji i konsumeryzacji wartości¹². Stosunek konsumenta do otaczającego go świata, zwyczajów, obyczajów, kultury, tradycji, polityki, obywatelstwa określają – jak zauważa J. Baudrillard – w znacznym stopniu nie „interes, zaangażowanie, podjęta odpowiedzialność (...) lecz CIEKAWOŚĆ (...) oraz NIEZROZUMIENIE”¹³. Stosunek ten – nazywany niekiedy postawą „zblazowania” – trafnie określał już wiele lat temu Georg Simmel, pisząc: istotą zblazowania jest obojętność na różnorodne bogactwo przedmiotów nie w tym sensie, że zblazowany nie przyjmuje do wiadomości ich istnienia, ale w tym, że znaczenie i wartość różnorodności, a co za tym idzie i samych przedmiotów, odczuwana jest jako nieistotna (...) ¹⁴, stąd też łatwo się ich pozbyć i zastąpić innymi, co wykorzystują oczywiście producenci dóbr wszelakich.

Kierując te dobra do odbiorców, posiłkują się zasadą „dla każdego coś miłego, przyjemnego i dobrego”. Każdy znajdzie coś dla siebie, co pragnie mieć, co go zadowolą, uczyni szczęśliwym, a jeśli nie znajduje tu i teraz, to cała machina reklamowa przy udziale wszechobecnych mediów przekona go do czegoś, co warto pożądać, posiadać, zawłaszczyć, by potem się pozbyć i zastąpić czymś innym. Odbiorca, bez względu na wiek, płeć, status społeczny, wykształcenie, posiadane zasoby ekonomiczne (choć te ostatnie stają się coraz ważniejsze) itp. włączony w maszynę konsumpcjonizmu to nowy konsument, którego Benjamin Barber charakteryzuje następująco: chciałby, by przybywało mu lat, ale nie godności, ceni sobie nieformalny ubiór, seks bez reprodukcji, pracę nieujęta w karby dyscypliny, zabawę pozbawioną spontaniczności, nabywanie bez celu, pewność bez wątpliwości, życie bez odpowiedzialności, narcyzm aż do późnych lat, aż do śmierci, bez odrobiny mądrości czy pokory. W epoce, w której żyjemy, cywilizacja nie jest ideałem, nie jest czymś, do czego się aspiruje – stała się grą video¹⁵. Znaczącym elementem tej „gry video” są nie tylko dzieci, których próbuje się przekształcić w „dorosłych” konsumentów, ale także osoby dorosłe, które z kolei infantyilizuje się jako konsumentów (przy ich przyzwalającej postawie), obniżając kryteria młodości i zaszczepiając im cechy wiecznej dziecięcości czy młodości.

Człowiek dorosły, w rozumieniu słownikowym, oznacza tego, który osiągnął odpowiedni wiek i stopień rozwoju¹⁶ lub inaczej stał się dojrzałym. Oczywiście niewiele to mówi o człowieku, bowiem można by przyjąć, że każdy kto skończył lat 18 jest

¹¹ Por. F. Byłok, *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005, s. 60–63.

¹² Por. O. Leszczak, *Paradoksy...*, op. cit., s. 15–16.

¹³ J. Baudrillard, *Spoleczeństwo...*, op. cit., s. 21.

¹⁴ G. Simmel, *Mentalność mieszkańców wielkich miast*, [w:] tegoż: *Socjologia*; tłum. M. Łukasiewicz, PWN, Warszawa 1975, s. 121.

¹⁵ B.R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyilizuje dorosłych i polyka obywateli*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2009, s. 15.

¹⁶ Słownik języka polskiego PWN, <http://sjp.pwn.pl/slowniki/doros%C5%82y.html> (dostęp: 27.05.2016).

dorośli, ale cóż to oznacza w rzeczywistości poza tym magicznym przekroczeniem pewnej granicy wiekowej i wejściem, w sensie metrykalnym, w wiek dorosłości ustalony poglądami np. reprezentantów różnych dyscyplin naukowych, w tym głównie biologii, psychologii, socjologii czy prawa na podstawie przyjętych kryteriów.

Owa „dorosłość”, którą Mieczysław Malewski określa mianem kategorii kłopotliwej (andragogiki)¹⁷, jest trudna do jednoznacznego zdefiniowania. Niezależnie bowiem od tego, jakimi kryteriami byśmy się posługiwali, to zawsze pojawią się fakty, wydarzenia, okoliczności czy cechy, które sprawiają, że dane kryterium okaże się być niewystarczającym do tego, by na jego podstawie wyznaczyć osiągnięcie dorosłości a tym bardziej dojrzałości. Dlatego też przyjęto – jak pisze Ewa Gurba – że stawanie się dorosłym to proces długotrwały, rozgrywający się powoli i stopniowo, „w którym pewne zdarzenia życiowe mogą odegrać znaczącą, ale nie decydującą rolę”¹⁸. Przywołana autorka dorosłością określa tę fazę życia, w którą wkracza człowiek po gwałtownych zmianach rozwojowych prowadzących do dojrzałości biologicznej i społecznej, wyrażającej się w zdolności do prokreacji oraz odpowiedzialnego podejmowania nowych ról społecznych związanych z zakładaniem własnej rodziny, rodzeniem i wychowywaniem dzieci, podejmowaniem i rozwijaniem aktywności zawodowej, a przede wszystkim w autonomicznym kierowaniu własnym życiem¹⁹.

Nieco inaczej definiuje dorosłość wspomniany wcześniej M. Malewski. Przywołując z dyskursu naukowego (głównie andragogicznego) zakreślone dotychczas granice analizy dorosłości w wymiarze opisowym i normatywnym i uzupełniając je skalą epistemologiczną wyrażaną dwoma stanowiskami – realistycznym i konstruktywistycznym, wyodrębnia cztery aspekty kategorii „dorosłość”. Aspekt pierwszy (opisowo-realistyczny) wyrażany pytaniem: Jacy są ludzie dorośli? wiąże dorosłość „z wolumenem stałych i uniwersalnie ważnych cech, których nosicielami są ludzie dorośli”²⁰. Aspekt drugi (normatywno-realistyczny) z kolei jest wyrażany pytaniem: Jakimi ludźmi dorośli chcą być? ujmując dorosłość jako „pozytywnie wartościowane i pożądane stadium rozwoju osobowościowego i społecznego jednostki, jakościowo odmienne od poprzedzającego ją stadium przed-dorosłości (niedorosłości)”²¹. Dorosłość w tym aspekcie staje się swoistym autorytetem czy wzorem osobowym.

Z odpowiedzią na pytanie: Jakimi ludźmi dorośli mogą być? związany jest aspekt trzeci – konstruktywistyczno-opisowy. W tej perspektywie dorosłość jest procesem i istnieje w sposób biograficzny a jej dynamikę współwyznaczają oczekiwania formułowane przez społeczeństwo wobec jednostek. Dorosłość nie jest – jak twierdzi Malewski – indywidualnie określonym celem ani fakultatywnym, podmiotowo

¹⁷ M. Malewski, „Dorosłość” – kłopotliwa kategoria andragogiki, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja”, 2013 nr 3, s. 23.

¹⁸ E. Gurba, *Wczesna dorosłość*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka. Charakterystyka okresów życia człowieka*, B. Harwas-Napierała, J. Trempała (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 203.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ M. Malewski, „Dorosłość” – kłopotliwa kategoria..., op. cit., s. 25.

²¹ Ibidem, s. 29.

dokonywanym wyborem życiowym. Jest ona integralną właściwością systemu społecznego, konstruktem społeczno-kulturowym o charakterze normatywnym udatnie transmitowanym przez praktyki socjalizacyjne na życie każdej jednostki i konformizującym przebieg jej biografii zgodnie z aksjonormatywnymi podstawami obowiązującego ładu społecznego²². Aspekt ostatni (konstruktywistyczno-normatywny) to ten, w którym dorosłość postrzegana jest jako ideał rozwojowy i wyrażana poprzez pytanie: jakimi ludźmi dorośli powinni być? Autor, przywołując tu m.in. stanowisko jakie prezentował przed laty M.S. Knowles, akcentuje patrzeć na dorosłość jako na swoiście pojmowany cel, odległy w czasie, nieziszczalny (można by rzec ideał rozwojowy), ku któremu człowiek może zmierzać i się doń przybliżać, ale go nigdy nie osiągnie²³.

Postawione wyżej pytania o to, jak można postrzegać dorosłość i jakimi są/chcą być/mogą być/powinni być dorośli, są w istocie kolejną próbą porządkowania dyskursu o tej kategorii. W dyskursie tym najczęściej jednak – jak twierdzi E. Gurba – przyjmuje się trzy rodzaje kryteriów porządkujących, którymi są z jednej strony zadania rozwojowe, z drugiej zmiany w strukturze życia występujące w różnych fazach dorosłości, a z trzeciej kryzysy życiowe, wobec których staje człowiek dorosły i które stara się przezwyciężyć²⁴. Nie ma potrzeby opisywania tych kryteriów bowiem są one powszechnie znane i stosunkowo dobrze zaprezentowane w literaturze²⁵, ale warto zaakcentować fakt, iż niezależnie od tego na jakiej płaszczyźnie, czy z jakiej perspektywy nie patrzylibyśmy na dorosłość i człowieka dorosłego to można do niego odnieść słowa sprzed wielu lat U. Urbańskiego, który twierdził, że: Każdy człowiek w każdym momencie swojego życia jest tylko potencją samego siebie, a więc w każdym etapie rozwoju może być bardziej dorosłym, aniżeli jest. Człowiek nie jest dorosłym, lecz nieustannie „staje się nim”²⁶. A jeśli tak, to może nie ma większego znaczenia na podstawie jakich kryteriów będziemy „układać” kategorię dorosłości i człowieka dorosłego i może raczej ma przywoływany tu wcześniej M. Malewski, że w ponowoczesności kategoria „dorosłość” staje się przebrzmiałą z uwagi m.in. na indywidualizację ludzkich biografii i pozbawienie ich linearności, zmienność ról społecznych, niestałość życiowych priorytetów, a także to, co istotne dla niniejszych rozważań gloryfikowanie młodości, ciała, mody, rozrywki, zabawy a przede wszystkim konsumpcji. Jak twierdzi autor: Konsumpcja mody, wypoczynku, podróży, zabiegów kosmetycznych, seksu, nowych znajomości oraz innych produktów materialnych i symbolicznych oferowanych przez rynek ma nas „zatrzymać” w stadium młodości. Ma uchronić przed dorosłością, a w najgorszym przypadku opóźnić jej nadejście²⁷.

²² Ibidem, s. 30.

²³ Por. ibidem, s. 31.

²⁴ Zob. E. Gurba, *Wczesna dorosłość...*, op. cit., s. 203.

²⁵ Osoby zajmujące się tą problematyką odwołując się do poglądów m.in. R.J. Havighursta, E. Eriksona, R. Goulda czy D. Levinsona szeroko prezentują ich poglądy na okres dorosłości niezależnie od tego w jakiej fazie owej dorosłości znajduje się jednostka.

²⁶ U. Urbański, *Problem dorosłości i podmiotowości w andragogice*, „Oświata Dorosłych” 1986 nr 7, s. 34.

²⁷ Zob. M. Malewski, „Dorosłość” – kłopotliwa kategoria..., op. cit., s. 32–34.

W tym miejscu jawi się pytanie: a co wobec tego w obliczu owej konsumpcji, w obliczu konsumpcjonistycznej rzeczywistości z ludzką podmiotowością, co z człowiekiem (w tym również dorosłym tak czy inaczej postrzeganym) jako podmiotem, co z jego statusem podmiotowym i jego podmiotową tożsamością? Chcąc poczynić namysł nad tymi pytaniami, warto przywołać choćby niektóre myśli dotyczące podmiotowości w ogóle, w perspektywie których odsłania się rozumienie człowieka dorosłego jako podmiotu, ale także iluzoryczności tej kategorii we współczesnej rzeczywistości konsumpcjonistycznej.

O podmiotowości (iluzorycznej) człowieka dorosłego w konsumpcjonistycznej rzeczywistości. Podmiotowość jako kategoria poznawcza z jednej strony, z drugiej zaś jako atrybut gatunku ludzkiego i przeciwieństwo reifikacji człowieka, a także swoista wartość została już dobrze opisana w literaturze naukowej. Nie oznacza to oczywiście, że wszystko już wiemy o tej formacji dyskursywnej, szczególnie wtedy kiedy odnosimy ją do procesów np. edukacji, wychowania czy pracy. Nie oznacza to też, że rozglądając się dokoła nas, samych siebie nie wyłączając, dostrzegamy powszechnie ową podmiotowość i jako właściwość każdego człowieka, której poczucie ma on sam, i jako charakterystyczny rys relacji międzyludzkich zachodzących w mniejszych czy większych strukturach społecznych, w tym w społeczeństwie jako pewnej całości. Faktem jest, że od jakiegoś czasu (okres transformacji jest tu znaczący) nie tylko w dyskursie naukowym, ale także w codziennym życiu i wielu jego dziedzinach upowszechniła się idea podmiotowości. „Przywykliśmy” w pewnym sensie do niej, ale też uświadomiliśmy sobie jej rangę w naszym „byciu kimś i jakimś”, w traktowaniu nas w sposób nienaruszający naszej godności i naszego człowieczeństwa. Czy to jest równoznaczne z tym, że staliśmy się podmiotami, że uzyskaliśmy status podmiotowy i podmiotową tożsamość?

Gdyby spróbować popatrzeć na to, co powinno charakteryzować człowieka posiadającego miano podmiotu, to warto wskazać za Wiesławem Łukaszewskim, że jednostka jest (staje się) podmiotem, gdy spełnione są w koniunkcji trzy warunki: (a) jest w stanie sprawować choćby w minimalnym stopniu samokontrolę lub jest choćby tylko zdolna do samoobserwacji, (b) jest w stanie wywierać wpływ na zdarzenia, a więc decyduje o prawdopodobieństwie danego zbioru zdarzeń i (c) dysponuje wolnością wyboru, a więc ma możliwość postępować zgodnie z własnymi zamiarami czy intencjami. (...) Niespełnienie któregokolwiek z tych warunków oznacza ograniczenie podmiotowości, a w pewnych warunkach sprowadzenie człowieka do roli przedmiotowej²⁸.

W nieco innym ujęciu, wychodząc z założenia, że człowiek nie rodzi się z gotową podmiotowością, ale buduje ją samodzielnie – przechodząc od podmiotowości inicjalnej do finalnej, można byłoby powiedzieć, że podmiotem staje się ten, kto wspierany przez procesy edukacji i wychowania, a także wkładając w to własny wysiłek uzyskał status podmiotowy konstytuowany przez własne preferencje, aktywność sprawczą, gotowość do ponoszenia konsekwencji własnego sprawstwa oraz subiektywne

²⁸ W. Łukaszewski, *Rezygnacja z podmiotowości*, „Nauka” 2014 nr 4, s. 7.

przeświadczenie o sobie samym jako świadomym, odpowiedzialnym sprawcy czynów, o własnym sprawstwie (mocy sprawczej) zgodnym z preferencjami oraz o własnych zdolnościach kreowania siebie, świata i wzajemnych relacji między nimi²⁹.

Rolę przywołanego tu subiektywnego przeświadczenia o własnej podmiotowości (poczucia podmiotowości) dostrzega też W. Łukaszewski, twierdząc, że nie zawsze ten, kto jest przeświadczony o własnej podmiotowości (...) musi być podmiotem. Można w takiej sytuacji mówić (...) o iluzji podmiotowości (...)³⁰. Ponadto – o czym warto pamiętać – nie zawsze podmiotem jest ten, kogo podmiotem nazywamy, bowiem o byciu podmiotem nie decyduje ani wola językowa mówiących, ani wola samego języka³¹.

Jeśli popatrzymy na tak rozumiane „bycie podmiotem” przez pryzmat dorosłości (dojrzałości), to można założyć, że w przypadku człowieka dorosłego mamy do czynienia z gotowym (lub prawie gotowym) podmiotem. Tym bowiem co go charakteryzuje – jak pisze Anna Kettner – jest m.in. umiejętność formułowania odpowiedzi na pytania dotyczące tak własnej osoby, jak i społeczeństwa, zdolność obiektywnej oceny siebie i innych osób, posiadanie czytelnego systemu wartości, aktywne uczestnictwo w życiu społecznym, umiejętność tworzenia więzi uczuciowych z innymi ludźmi, zdolność wytyczania sobie celów życiowych i ich realizacji, odpowiedzialność, dojrzałość społeczna, umiejętność korzystania z doświadczeń życiowych w budowaniu własnej tożsamości³². Są to takie wyznaczniki, które mieszczą się w wyróżnionych wcześniej właściwościach podmiotu.

Niestety, sprawa się nieco komplikuje, jeśli przywołamy z jednej strony wskazywane przez M. Malewskiego aspekty dorosłości, z drugiej zaś procesy, w kontekście których sytuujemy współczesnego człowieka dorosłego, w tym procesy konsumpcjonizmu. Jawi się w tej optyce pytanie: czy cechy człowieka dorosłego omawiane przez A. Kettner (a podobne wskazują też inni autorzy) charakteryzują go takim, jakim jest/chce być/może być/powinien być? czy możemy przypisać mu miano podmiotu? czy może też „dotknięty” jest ten dorosły iluzją podmiotowości wywołaną bądź spotęgowaną przez rozszerzające się w konsumpcjonistycznej rzeczywistości obszary uprzedmiotowienia, a także zjawisko rezygnacji z podmiotowości (lub jej części) będące niejednokrotnie nie koniecznością, ale wyborem własnym człowieka?

Pisze o tym m.in. W. Łukaszewski, akcentując wiele sposobów ograniczania podmiotowości, takich jak np. rozpowszechniona szeroko przemoc wobec słabszych (słabych) przyjmująca różną postać (mobbingu zbiorowego lub indywidualnego,

²⁹ Zob. E. Kubiak-Szymborska, *Podmiotowość młodzieży akademickiej. Studium statusu podmiotowego studentów okresu transformacji*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej, Bydgoszcz 2003, s. 87; M. Jarzymowicz, *Psychologiczne podstawy podmiotowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

³⁰ W. Łukaszewski, *Rezygnacja...*, op. cit.

³¹ Por. E. Kubiak-Szymborska, *Podmiotowość w rozważaniach pedagogicznych – kategoria znana, ale czy poznana?* [w:] *Podmiotowość we współczesnej edukacji. Oglądy – intencje – realia*, J. Niemiec, A. Popławska (red.), Wydawnictwo Prymat, Białystok 2009, s. 46.

³² A. Kettner, *Okresy i fazy rozwoju oraz życia ludzi dorosłych*, <http://www.edukacja.edux.pl/p-6722-okresy-i-fazy-rozwoju-oraz-zycia-ludzi-doroslych.php> (dostęp: 27. 05. 2016).

zniewolenia przez innych ludzi lub przez instytucje) i odbierająca tym słabszym możliwości sprawstwa i wolność wyboru. Dyskretnymi zabiegami ograniczającymi lub likwidującymi ludzką podmiotowość nazywa autor kształtowanie wyuczzonej bezradności oraz manipulację społeczną z jej szczególną formą, jaką jest tzw. pranie mózgow. W przypadku manipulacji społecznej manipulator intencjonalnie kształtuje sytuację w ten sposób, który pozwala efektywnie wpływać na zachowania innego człowieka (człowiek robi to, co chce manipulator), tymczasem sama jednostka zachowuje przekonanie, że jest sprawcą zachowania, że ma swobodę wyboru (...). Przystaje być podmiotem, ale nie traci poczucia podmiotowości³³. Upprzedmiotowieniem (prawie że jawnym) jest także spostrzeganie i traktowanie innego człowieka jako obiektu seksualnego.

Przywołany wyżej autor wskazuje równocześnie na dobrowolne, mniej lub bardziej świadome, wyzbywanie się współcześnie przez ludzi własnej podmiotowości. Przykładami są tu m.in. lottomania, hiperuległość we wspólnotach pozbawiająca człowieka wolności wyboru, hiperkonformizm związany z poszukiwaniem aprobaty, zależność od innych (emocjonalna, ekonomiczna, instytucjonalna), najemnictwo, biurokratyczność korporacyjna, samouprzedmiotowienie³⁴.

Zarówno w przypadku uprzedmiotowienia, jak i rezygnacji z podmiotowości nie zawsze w pełni zdajemy sobie z tego sprawę, poddając się wielorakim manipulacjom w przeświadczeniu, że przecież nadal jesteśmy podmiotami, że tak wiele od nas zależy, że zachowujemy naszą sprawczość i kontrolę nad rzeczywistością a i ci, którzy nami manipulują zważają nas dalej podmiotami i utwierdzają w przekonaniu, że takowymi jesteśmy, a oni są dla naszej podmiotowości gotowi zrobić wszystko, co w ich mocy. Konsumpcjonistyczna rzeczywistość sprzyja tego typu myśleniu i tego typu działaniom.

W tej rzeczywistości, o czym już wspomniano, rysem charakterystycznym jest np. infantylicyzacja dorosłych, takie swoiste „cofanie kalendarza”. Skłaniając dorosłych do regresji wiekowej – pisze A. Borkowski – pragnie się rozbudzić w nich zachcianki i nawyki właściwe dzieciom, aby sprzedać im gry, gadzety i inne mało przydatne w życiu dorosłych produkty³⁵. Etos infantylicyzmu, jak twierdzi B. Barber, wspierany przez ideologię uprawnienia, postrzega człowieka głównie jako jednostkę, której producenci mają obowiązek dostarczyć to, czego ona chce. Wynika to bowiem z jej praw konsumenckich, a przede wszystkim z prawa do wolności w korzystaniu z tego, co wytworzy rynek zachwalający „dziecinadę, nie uznając wszakże zbawiennych zalet dzieciństwa”³⁶. Ten sam autor pisząc o infantylicyzacji dorosłych w konsumpcjonizmie akcentuje fakt przekształcania ich w zachłannych konsumentów, a zarazem dzieci w potrzebie dokonujących banalnych wyborów i cieszących się wolnością na niby³⁷. Ten element manipulacji dorosłymi (konsumentami), wyzwalający niejako żądę przyjemności, skutkujący często niesamodzielnością decyzyjną, zdominowaniem

³³ W. Łukaszewski, *Rezygnacja...*, op. cit., s. 9.

³⁴ Ibidem, s. 10–16.

³⁵ A. Borkowski, *Konsument, jego potrzeby i motywacje...*, op. cit., s. 8.

³⁶ B.R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci...*, op. cit., s. 167.

³⁷ Ibidem, s. 246.

aktywności przez sferę relaksu i rozrywki, w istocie uprzedmiotawia ich, mimo iż – jak pisano wcześniej – może nie być równoznaczny z utratą subiektywnego przeświadczenia o własnej podmiotowości (w tym swobodzie wyboru i podejmowania decyzji konsumenckich).

Kolejnym rysem charakterystycznym dla konsumpcjonistycznej rzeczywistości uprzedmiotawiającym człowieka dorosłego (oczywiście nie tylko) jest – zdaniem O. Leszczaka – wbudowany weń model uprzedmiotowienia wynikający z sakralizacji rzeczy jako dóbr użytecznych. W jego obszarze mają miejsce: *hipostazowanie przedmiotów*, polegające na autonomizacji rzeczy, uwolnieniu ich z zależności od człowieka i w rezultacie nadanie im statusu upodmiotowiającego; *witalizacja wartości* sprowadzająca się do animalizacji potrzeb, które wypierają „w systemie wartości strictly kulturowo-cywilizacyjne potrzeby”; *fetyszyzacja zachowania przedmiotowego*, której przejawem jest np. dominacja wartości rzeczy nad wartościami relacji interpersonalnych oraz *reizacja podmiotu* będąca niejako wynikiem istnienia poprzednio wymienionych przejawów. Człowiek – pisze autor – postrzegany przez pryzmat przedmiotu, narzędzia pracy lub jako przedmiot konsumpcji zaczyna być traktowany przedmiotowo, w konsekwencji ten sposób rozumowania przenosi się również na niego samego, prowadząc do depersonalizacji³⁸.

Reifikacja człowieka i upodmiotowienie rzeczy stają się tak powszechne – twierdzi Leszczak, że niejednokrotnie nie zdajemy sobie sprawy i nie zauważamy niestosowności i „niełudzkości” chociażby w językowych wypowiedziach, którymi się posługujemy np. „to niezbyt dobry **materiał** na męża”, „**dysponować** swoim ciałem” czy „**inteligentny** proszek”³⁹. Takich przykładów wypowiedzi autor przytacza wiele, akcentując, iż wszystkie one są „naturalną lingwosemiotyczną i kognitywną podstawą reifikacji człowieka w społeczeństwie konsumpcyjnym”⁴⁰.

Najwyższym stopniem uprzedmiotowienia człowieka, w koncepcji cytowanego wyżej autora – jest takie stadium kształtowania się *homo consumens*, w którym staje się on „bytem abstrakcyjnym”. W tym stadium przestaje on być realną jednostką a staje się statystycznym wskaźnikiem lub abstrakcyjnym wzorcem do naśladowania, (...) staje się sobą – bezosobowym czynnikiem rynku kupna–sprzedaży, zaś firma, hipermarket czy bank w tym układzie są jedyną rzeczywistością namacalną, przekształcając się w symbol wszechświata⁴¹.

Przykładów reifikacji człowieka dorosłego (choć nie tylko) można by przytoczyć więcej, bowiem dowodów na to, że w analizach jego zachowań konsumenckich zakłada się często bierną postawę, ograniczoną świadomość, że traktuje się go jako „plebs pogardzany przez tych lepiej zorientowanych”⁴² jest aż nadto. Rozbudowanie tej kwestii nie jest jednak możliwe w ramach ograniczonego pewnymi ramami

³⁸ O. Leszczak, *Paradoksy...*, op. cit., s. 16.

³⁹ Ibidem, s. 17.

⁴⁰ Ibidem, s. 18.

⁴¹ Ibidem, s. 24–25. Autor przywołuje też stadia rozwoju *homo consumens* poprzedzające „byt abstrakcyjny” poczynawszy od „uzależnionego”, poprzez „dziecko”, „chudobę hodowlaną” aż po „rzecz” (gadżet).

⁴² Cyt. za: A. Borkowski, *Konsument, jego potrzeby i motywacje...*, op. cit., s. 9.

artykułu. Przywołane jednak dwie rysy charakterystyczne dla konsumpcjonizmu – infantylnizacja dorosłych i ich reizacja związana z sakralizacją rzeczy jako dóbr użytkowych – wskazują, iż w konsumpcjonizmie mamy do czynienia z ich iluzoryczną podmiotowością (w najlepszym przypadku), z istnienia której nie zawsze dorośli zdają sobie sprawę.

Zakończenie. Oczywiście przedstawiona wyżej kwestia uprzedmiotowienia człowieka w konsumpcjonizmie nie dotyczy tylko i wyłącznie ludzi dorosłych, bowiem najłatwiejszym „łupem”, jak się wydaje, są dzieci i młodzież. O ile jednak w przypadku kształtującego się młodego człowieka owa manipulacja nim może nie być (i najczęściej nie jest) przez niego uświadamiana, o tyle od człowieka dorosłego można by oczekiwać, że jego podatność i przyzwolenie na tego typu oddziaływania będzie znacznie ograniczone, a siła oparcia się wszelkim manipulacjom rynkowym będzie zdecydowanie większa. Niestety tak się nie dzieje.

Uwikłanie ludzi dorosłych (czy szerzej konsumentów w ogóle) w cały splot czynników i czyniących nań pułapki np. rynkowe, motywacyjne, zachowania homeostazy, oparcie wyborów na częściowych zachowaniach racjonalnych, nawykach, przyzwyczajeniach czy uproszczeniach albo intuicji⁴³ a przede wszystkim tworzenie szerokiej iluzji ich podmiotowości sprawia, że w konsumpcjonistycznej rzeczywistości odbywa się swego rodzaju kolonizacja i zniewolenie człowieka za pomocą manipulacji choć bez użycia siły. Niestety, dzieje się to za sprawą samego człowieka, który sam poddaje się manipulacji, uzależniając się od produktów oferowanych przez rynek i przyjemności odczuwanej z ich posiadania. Trafnie oddają to słowa A. Borowskiej, że poprzez uleganie konsumpcyjnym wzorom życia człowiek traci swoją tożsamość i kreatywność, staje się bierny. Ulegając „aksamitnej tyranii konsumpcyjnego totalitaryzmu”, staje się niewolnikiem swoich pragnień, opinii innych ludzi i właścicieli ponadnarodowych korporacji. Nie rozwija się, lecz cofa, nie tworzy, lecz przyczynia się do destrukcji i zniszczenia⁴⁴. A jeśli tak, to przed różnymi formami edukacji dorosłych otwiera się pilna potrzeba pracy z ich uczestnikami wspomagająca dorosłych w rozpoznawaniu mechanizmów manipulacji nimi w konsumpcjonistycznej rzeczywistości oraz w stawianiu się i byciu nie iluzorycznymi, lecz rzeczywistymi podmiotami.

Bibliografia

1. Barber B.R., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylnizuje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2009.
2. Baudrillard J., *Spoleczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*. Wydawnictwo Sic! s.c., Warszawa 2006.
3. Bauman Z., *Konsumowanie życia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.

⁴³ Por. ibidem, s. 13–14.

⁴⁴ A. Borowska, *Spoleczeństwo konsumpcyjne ...*, op. cit., s. 16.

4. Bogunia-Borowska M., *Infantylicyzacja kulturowa. Adolescencja dzieci oraz infantylicyzacja dorosłych*, [w:] *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, M. Bogunia-Borowska (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
5. Borkowski A., *Konsument, jego potrzeby i motywacje*, <http://andrzejborkowski.pl/23.pdf> (dostęp z 22.05.2016).
6. Borowska A., *Spoleczeństwo konsumpcyjne – charakterystyka*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej – Ekonomia i Zarządzanie, 2009 z. 14.
7. Byłok F., *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005.
8. Gurba E., *Wczesna dorosłość*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka. Charakterystyka okresów życia człowieka*, B. Harwas-Napierała, J. Trempała (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
9. Jarymowicz M., *Psychologiczne podstawy podmiotowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
10. Kettner A., *Okresy i fazy rozwoju oraz życia ludzi dorosłych*, <http://www.edukacja.edux.pl/p-6722-okresy-i-fazy-rozwoju-oraz-zycia-ludzi-doroslych.php> (dostęp: 27. 05. 2016).
11. Kubiak-Szymborska E., *Podmiotowość młodzieży akademickiej. Studium statusu podmiotowego studentów okresu transformacji*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej, Bydgoszcz 2003.
12. Kubiak-Szymborska E., *Podmiotowość w rozważaniach pedagogicznych – kategoria znana, ale czy poznana?* [w:] *Podmiotowość we współczesnej edukacji. Oglądy – intencje – realia*, J. Niemiec, A. Popławska (red.), Wydawnictwo Prymat, Białystok 2009.
13. Leszczak O., *Paradoksy konsumpcjonizmu. Typologia i lingwosemiotyka*, „The Peculiarity of Men”, 2012 nr 15.
14. Łaciak B., *Komercyjne przemiany współczesnego dzieciństwa*, [w:] *Nowe społeczne wymiary dzieciństwa*, B. Łaciak (red.), Wydawnictwo Akademickie ŻAK, Warszawa 2011.
15. Łukaszewski W., *Rezygnacja z podmiotowości*, „Nauka” 2014 nr 4, s. 7.
16. Malewski M., „Dorosłość” – kłopotliwa kategoria andragogiki, „Terazniejszość – Człowiek – Edukacja”, 2013 nr 3.
17. Simmel G., *Mentalność mieszkańców wielkich miast*, [w:] tegoż: *Socjologia*; tłum. M. Łukasiewicz, PWN, Warszawa 1975.
18. *Słownik Języka Polskiego PWN*, <http://sjp.pwn.pl/slowniki/doros%C5%82y.html> (dostęp: 27.5.2016).
19. Urbański U., *Problem dorosłości i podmiotowości w andragogice*, „Oświata Dorosłych” 1986 nr 7.

dr hab. Ewa KUBIAK-SZYMBORSKA, prof. nadzw.
 Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz
 ekubsz@wp.pl