

Marcin Urbaniak

Wyższa Szkoła Zarządzania – Polish Open University – Warszawa

## **GORZKI POSMAK PŁYNNEJ NOWOCZESNOŚCI. WYBRANE ZAGADNIENIA Z FILOZOFII SPOŁECZNEJ ZYGMUNTA BAUMANA**

### **Streszczenie**

Płynna nowoczesność jest pojęciem określającym grupę zjawisk społecznych, które charakteryzują cywilizację przełomu XX i XXI wieku. Źródłem, z którego wypływa płynna nowoczesność, są społeczno-gospodarcze przemiany, które zaszły w kulturze zachodniej w drugiej połowie XX wieku – przede wszystkim postęp technologiczny, telekomunikacyjny i transportowy. Rdzeniem płynnej nowoczesności jest brak zakotwiczenia (tożsamości, wartości, kapitału) oraz nieobecność granic (konsumpcyjnych, geopolitycznych, handlowych, komunikacyjnych). Płynną nowoczesność można ująć w trzech podstawowych kategoriach: zmienność, względność, pluralizm. W artykule zaprezentowano formy funkcjonowania jednostek, społeczeństwa i całej kultury w warunkach płynnej nowoczesności.

**Słowa kluczowe:** późna nowoczesność, globalizacja, konsumpcjonizm, prekariat, komodyfikacja.

**Kody JEL:** F01

### **Wstęp**

Niniejszy tekst stanowi podsumowanie treści wykładów, wygłoszonych przez autora podczas gościnnego pobytu w Sakarya University wiosną 2014 roku. Tematyka wykładów dotyczyła pojęcia płynnej nowoczesności oraz globalizacji w ujęciu Zygmunta Baumana. Wybór uzasadniony był próbą przybliżenia sylwetki polskiego naukowca, który definiuje aktualny stan rozwoju cywilizacji przez pryzmat kategorii „płynności”, zaś jego teoretyczne wnioski potwierdzają się w trakcie empirycznych weryfikacji. Doniosłość Baumanowskiej refleksji nad nowoczesnością jest o tyle istotna, że charakteryzuje niuanse codziennego życia w XXI wieku.

Rozważania są próbą socjofilozoficznego uchwycenia specyficznych cech, które wyróżniają i opisują współczesność. Nadrzędną, wyróżnioną cechą jest tytułowa płynność, która powoduje liczne, obserwowalne konsekwencje. Biorąc pod uwagę ograniczenia objętościowe, w tekście omówiono w zarysie lub wręcz zaakcentowano niektóre istotne kwestie z pogranicza filozofii społecznej

i socjologii. Dla satysfakcjonującej analizy wszystkich poruszanych tu zagadnień konieczne byłoby rozbudowanie artykułu do rozmiaru monograficznej pracy naukowej. Za pewne uproszczenia wielu złożonych problemów społecznych (coca-kolonizacja i makdisneyzacja społeczeństwa, westernizacja świata, komodyfikacja kultury itp.) z góry przepraszam. Zainteresowany Czytelnik z pewnością pogłębi swoją wiedzę we własnym zakresie poszukując odpowiedzi na powyższe problemy choćby w pracach Benjamina Barbera, George'a Ritzera, Serge'a Latouche'a czy Arjuna Appadurai'a.

Tekst został podzielony na podrozdziały, które ujmują problematykę płynnej nowoczesności od najbardziej ogólnego poziomu ku coraz bardziej szczegółowym i konkretnym. Zabieg ten powinien poprawić przejrzystość toku rozważań, choć nieuniknione będą pewne powtórzenia. Analizę rozpoczęto od przyjrzenia się znaczeniu kategorii płynności, którą Bauman wprowadził dwie dekady temu do dyskursu humanistycznego. Następnie omówiono główne problemy płynnej nowoczesności i analizy sfery kultury. W kolejnym podrozdziale zawarto problematykę społeczeństwa płynnej nowoczesności – co je wyróżnia, czym się charakteryzuje, jakie są znaki szczególne. Dalej skupiono się na jednostce, zmuszonej do funkcjonowania w warunkach płynnej nowoczesności. Główny problem stanowi kwestia tożsamości oraz fenomen tak zwanych ludzkich odpadów. W następnym podrozdziale omówiono całościowo ujęte życie społeczne, które toczy się w płynnej rzeczywistości. Zwrócono uwagę na pewne cechy i właściwości typowe dla życia w okresie ostatniej dekady. Artykuł kończy kwestia odpowiedzialności moralnej, którą Bauman zaleca jako postawę konieczną dla zrównoważonego i bezpiecznego funkcjonowania w płynnym środowisku społecznym.

## Płynność

Żyjący na przełomie VI i V w. p.n.e. Heraklit z Efezu znany jest z poglądu mówiącego, że „wszechcałość płynie jak rzeka” (Diogenes Laertios 1984, s. 520). Symbol rzeki odnosił się metaforycznie do fundamentalnej cechy świata, czyli zmienności i względności wszystkiego, co istnieje. „Ta teoria powszechnej zmienności – ja uczył Tatarkiewicz – nazywany jest heraklityzmem” bądź wariabilizmem (Tatarkiewicz 2002, s. 31). Odległe echo starożytnego pojęcia wariabilizmu wydaje się pobrzmiwać w analizach Baumana, gdy dowodzi on, iż zmienność oraz relatywizm stanowią zasadnicze własności współczesnego świata ludzkiego. Teoria powszechniej zmienności i względności zredukowana zostaje z ogólnego poziomu ontologicznego do wąskiej dziedziny aksjologii i semiotyki w konkretnym momencie historycznym, przenikając z filozofii w obszar nauk o kulturze i społeczeństwie<sup>1</sup>. Jak pisał Bauman, „życie w epoce

<sup>1</sup> Innymi słowy mówiąc, współczesny świat ludzki pojęty jako „semioprzestrzeń” znaków, dyskursów i sensów posiada „heraklitejski charakter ulegając nieustannym permutacjom”, gdzie każde nasze działanie może zmienić (i często zmienia) dotychczasowe znaczenie obiektu bądź znaku. Por.: Kalaga (2001, s. 154).

płynnej nowoczesności przypomina codziennie o powszechnej przemijalności wszystkiego bez wyjątku. Nie ma na świecie niczego trwałego (...). Z paroma wyjątkami, wszystkie użyteczne i niezbędne dzisiaj przedmioty jutro powędrują na śmietnik. Nic nie jest absolutnie konieczne, nic nie jest niezastąpione. Każda rzecz schodzi z taśmy produkcyjnej z wyznaczonym jej „terminem ważności” (...). Żaden krok i żaden wybór nie są ostateczne i nieodwołalne. Żadne zobowiązanie nie trwa na tyle długo, by nie można się było z niego wycofać. Wszystko wokół istnieje do odwołania. Nad mieszkańcami świata płynnej nowoczesności unosi się widmo: widmo zbędności. Płynna nowoczesność jest cywilizacją nadmiaru, zbędności, odpadów i ich uprzątania” (Bauman 2006, s. 152-153). Słowa autora są zwięzłym wyjaśnieniem enigmatycznej płynności. Dlaczego jednak płyn? Ponieważ przyspieszające pół wieku temu procesy rodzącej się globalizacji dokonywały coraz bardziej obszernego «skraplania się» struktur i instytucji społecznych” (Bauman 2004b, s. 49), to jest zacierania ich granic, zatracania jasno sprecyzowanych funkcji i znaczeń. Owo skraplanie było główną siłą napędową globalizacji na poziomie społecznym (nie ekonomicznym i nie technologicznym). „Płyn nie może zachować kształtu i nie wlany do naczynia będzie nieustannie się zmieniać pod wpływem najmniejszych nawet sił. W płynnym stanie skupienia nigdy nie można spodziewać się trwałości (...) nie (można) powstrzymać ciągłej kapaniny, sączenia się, przemakania i rozmięknienia (...). Szanowane dziś autorytety jutro zostaną wykpięte, wiekiste sprawy ustąpią miejsca innym, pretendującym do podobnej wiekistości, potężne struktury ekonomiczne zostaną połknięte przez inne, jeszcze potężniejsze (...). Wszystko to daje poczucie obracania się w świecie Eschera, gdzie nie widać różnicy między wspinaniem się a schodzeniem” (Bauman 2004b, s. 50).

Najkrócej rzecz ujmując, płynność stanowi sensualną reprezentację wspomnianego wariabilizmu, a więc takich abstrakcji, jak – społecznie wszechobecna – zmienność, nieokreśloność, ulotność i relatywizm. „Zawrotne tempo zmian odbiera wartość każdej rzeczy” i każdej jednostce (Bauman 2006, s. 170). Płynność, to również zmysłowa wizualizacja permanentnego ruchu, tymczasowości, rozproszenia i zaniku. Chodzi o zanikanie – w warstwie geopolitycznej – barier handlowych czy granic państw i terytoriów, zaś w warstwie moralnej i egzystencjalnej – zanikanie autorytetów oraz wytyczonych przez tradycję drogowskazów postępowania. Z perspektywy obyczajowo-społecznej, płynność określa przede wszystkim stan uwolnienia się od więzi, zobowiązań, ale też zasad, reguł i norm. Powstająca tymczasowość relacji społecznych oraz prowizoryczność więzi najpełniej objawiają się w braku zobowiązań, nie przywiązywaniu się do niczego i nikogo oraz w zaniku odpowiedzialności, jak i lojalności czy też wierności.

Płynność nowoczesności oznacza wejście nowoczesności w swą późną fazę, którą błędnie – zdaniem Baumana – określa się jako ponowoczesność (nowoczesność trwa bowiem nadal, nie zakończyła się). Charakteryzuje ją

swobodne krążenie i dryfowanie informacji, ludzi, dóbr, kapitału czy obiektów w środowisku globalnej przestrzeni społecznej. Ruch jako płynność, to brak ostatecznego celu owego dryfowania, gdyż osiągalny cel zakłada trwałość i statyczność. Sama mobilność informacji, obiektów, artefaktów czy ludzi jest czymś trwałym, bowiem trwałym stanem jest stan przejściowy, bycie *in statu nascendi*. Zatem tym, co niezmiennie, jest właśnie sama zmienność. W kulturze płynności dochodzi do głosu wartość prędkości i przemijania, nie zaś trwania – prędkość zmian, modyfikacji, adaptacji, przemieszczania się, prędkość wysyłania danych i informacji. Krążenie informacji i komunikatów, rozproszenie jednoznacznych sensów tych komunikatów oraz przemijalność i tymczasowość każdego znaczenia powodują, że w dobie płynnej nowoczesności zmodyfikował się sam proces rozumienia przez nas komunikatów. O ile jeszcze sto lat temu rozumienie polegało na odkrywaniu bądź ustanawianiu pewnego ogólnego sensu drogą analizowania, interpretowania i syntetyzowania poszczególnych znaczeń, o tyle dzisiejsze procesy globalizacyjne niezmiennie uprościły naszą strategię rozumienia, a w zasadzie – ludzka umiejętność pojmowania adaptowała się do nowych warunków środowiska kulturowego. Otóż nieprzeliczalna ilość informacji, sygnałów, bodźców, znaczeń, symboli, memów i kodów, która zalewa zmysły nieprzerwanymi ciągami, spowodowała, że nasza percepcja przystosowała się do szybszej, a przez to znacznie bardziej powierzchownej percepcji oraz selekcji treści istotnych i znaczących od bezwartościowego szumu. W efekcie, zamiast gruntownie analizować i odszyfrowywać znaczenia, na co obecnie brakuje nam czasu, w nowym modelu rozumienia preferujemy pobieżne przeglądanie płynnych, ruchomych i zmiennych informacji. Pobieżnie przeglądając tysiące komunikatów i symboli, ufamy już nie we własne możliwości interpretacyjne oraz rozumowe, ale w liczbowe statystyki, które stały się miernikiem jakości tego, co godne uwagi. Sytuację tę ilustruje przykład, gdy mamy dokonać wartościowania, jaki film obejrzeć (statystyki *box office*), do którego kurortu wyjechać na wakacje (opinie i oceny klientów) lub na jakiego polityka oddać głos (sondaże popularności w opinii publicznej). Tragedią aktualnych czasów jest pokutujący stereotyp, że „wszyscy ci ludzie nie mogą się przecież mylić”, bowiem „masowy wybór w magiczny sposób uszlachetnia wybrany przedmiot” (Bauman 2006, s. 188), a znaczenie i piękno tkwi w bestsellerowych nakładach, we wskaźnikach i ustanowionych rekordach. Należy jednak pamiętać, że w dobie płynnej nowoczesności nie istnieje ostateczna prawda, konieczny sens czy wiekuista harmonia. „Wartości są wartościami, dopóki nadają się do natychmiastowej konsumpcji” (Bauman 2006, s. 189).

## Kultura płynnej nowoczesności

W warunkach płynnej nowoczesności główną kompetencją jest szybka adaptacja do zmiennych warunkach, co przejawia się przede wszystkim

w umiejętności błyskawicznego zapominania, usuwania, porzucania i pozbywania się tego, co się posiadało i co stało się niedochodowe, niemodne oraz niepraktyczne. Dzieje się tak w każdej sferze – gdy chodzi o posiadaną wiedzę i przekonania, miejsce pobytu i wykonywany zawód, czy też aktualnego partnera/partnerkę. Przestrzenią przeznaczoną do posiadania, nabywania, konsumowania i porzucania odpadów jest rynek. Zatem kolejne podstawowe wartości cechujące płynną nowoczesność, to wszechobecne urynkowanie, merkantylizm jako nastawienie na zysk i dobrobyt, a także funkcjonalizm, instrumentalizm i pragmatyzm. Skuteczność i dochodowość wyznaczają kryteria działania w aktualnym „świecie nastawionym na szybki zysk, sprawne rozwiązywanie kryzysów i ograniczanie strat własnych”, pisał Bauman (2007, s. 47). Słowami tymi potwierdza swój krytyczny stosunek do neoliberalnej kultury, która – jak ostrzegał Theodor Adorno – „mówi językiem zysku i strat”, to znaczy uwzględnia wyłącznie rynkowy mechanizm rentowności jako jedyne źródło twórczości czy innowacyjności, gardząc bezinteresowną myślą filozoficzną. Zatem to merkantylizacja codziennego życia uprawomocnia permanentną modyfikację, zastępowanie i udoskonalanie siebie oraz świata. Globalny rynek nie mógłby funkcjonować, gdyby konsumenci przywiązywali się do raz nabytych dóbr. Nie chodzi tu o wierność czy lojalność wobec konkretnego, zakupionego produktu, ale o wierność samej idei nabywania, posiadania, konsumowania. Aby ideę tę zakorzenić, działalność marketingowo-brandingowa – jak zauważa Bauman w nawiązaniu do Naomi Klein – stała się współcześnie sztuką podtrzymywania pragnień, generowania nowych potrzeb i zapobiegania ostatecznemu zaspokojeniu. Marketing jawi się raczej w formie sztuki zaspokajania bieżących zachcianek i kaprysów niż długookresowej inwestycji. Tym bardziej, iż członek społeczeństwa płynności, jak uważa Bauman, nie poświęci natychmiastowej przyjemności konsumowania w imię odroczenia (zwielokrotnionej) gratyfikacji w nieokreślonej przyszłości.

Nastawianie na zysk i luksus, które stanowi tutaj główne kryterium funkcjonowania, dominuje również w sferze kultury płynnej nowoczesności. Kategorii kultury użyto – za Baumanem – jako celowe, intencjonalne działanie mieszkańców płynnej nowoczesności; zbiór wszelkich standardowych zachowań człowieka płynnej nowoczesności, w odróżnieniu od typowych zachowań mieszkańca świata nowożytnego czy średniowiecznego. Jeszcze inaczej, kultura jest sztucznym porządkiem narzuconym naturalnemu otoczeniu, na który składają się zachowania oraz znaki i kody sterujące naszymi zachowaniami (Bauman 2004a, s. 181-188). W tym wypadku chodzi o zachowania, znaki i kody typowe dla płynnej nowoczesności. Pojęciem, które najlepiej oddaje kondycję bieżącej kultury płynnej nowoczesności, jest globalna komodyfikacja, czyli utowarowienie wszelkich możliwych sfer życia – działań, zachowań, poglądów, postaw czy idei. Innymi słowy, kryteria, za pomocą których ocenia się, osądza, nagradza czy karze, są kryteriami rynku konsumpcyjnego. Jeżeli

kultura stanowi zbiór celowych zachowań i działań, to celem działań mieszkańców płynnej nowoczesności jest natychmiastowa korzyść oraz indywidualna satysfakcja gwarantująca komfort. „Podporządkowanie twórczości kulturalnej kryteriom rynku konsumpcyjnego oznacza zgodę na zrównanie wytworów kultury z towarami konsumpcyjnymi”, pisał Bauman, „to liczba potencjalnych klientów oraz ilość pieniędzy, jaką dysponują, decyduje dzisiaj o losie wytworów kultury” (2007, s. 950). Aby posłużyć się przykładem z obszaru sztuk pięknych, można wskazać artefakty i przedmioty, które zmieniają się arbitralnie w dzieła sztuki, gdy tylko zostaną wytypowane przez opiniotwórcze źródło do ekspozycji w uprzywilejowanym miejscu (galeria, wystawa, muzeum). Umowna reputacja danego miejsca użycza swego prestiżu artyście i jego/jej dziełom, które zyskują wartość estetyczną. Dla odmiany wartość rynkową uzyskują przedmioty codziennego użytku (odzież, obuwie, sprzęt RTV i AGD), kiedy zostaną nie tylko odpowiednio umiejscowione (pasaż lub centrum handlowe), ale dodatkowo opatrzone logotypem marki. To logo udziela swego prestiżu przedmiotowi, fundując go jako wartość dla konsumenta – wartość nie tylko użytkowa, ale nierzadko duchowa (biorąc pod uwagę obszar brandingu emocjonalnego i fenomen marki kultowej).

Patrząc okiem socjologa na wszechobecną komodyfikację, Bauman wysuwa kilka wniosków. Otóż orientacja na zysk i dobrobyt niewątpliwie rozprzestrzeniła się na wszystkie dziedziny życia stając się wzorcowym schematem wartościowania. Na naszych oczach dokonało się urynkowienie i utowarowienie ludzkich działań. Bauman zgadza się tu z Naomi Klein: rynek wchłania i przekształca w produkty na sprzedaż całe obszary, uznawane niegdyś za wzniosłe, duchowe wartości wymykające się instrumentalizacji, użyteczności czy hedonizmowi. Bieżące wytwory kultury – czy to teorie i idee, obiekty, czy też wykształconych ludzi – traktuje się w płynnej rzeczywistości z jednakowym podejściem jako wydarzenia jednorazowego użytku i krótkoterminowe, które szybko należy wymienić. Stąd kultura płynnej nowoczesności wydaje się być kulturą zapominania i usuwania; kulturą braku interpersonalnego zaangażowania. „Rynek pośredniczy dzisiaj w nawiązywaniu i zrywaniu więzi międzyludzkich, (...) wpływa na związki międzyludzkie w pracy i w domu, (...) oferuje ułatwienia w osiąganiu celów, które wcześniej realizowano głównie dzięki wytężonej pracy i przyjacielskiej współpracy” (Bauman 2007, s. 138). Warto dodać, że niechęć do odraczania gratyfikacji oraz kompulsywne, hedonistyczne konsumowanie wszelkich dóbr w oczekiwaniu na natychmiastową przyjemność znaczy – z perspektywy psychoanalitycznej – że mieszkańcy globalnej wioski kolektywnie zafiksowali się w rozwoju mentalnym na poziomie fazy oralnej. Psychoanalityczne ujęcie współczesnej kultury jako kultury oralnej, która nastawiona jest na pochłanianie świata zewnętrznego, mogłoby zaproponować interesujące interpretacje wielu agresywnych zachowań mieszkańców globalnej wioski. Niestety, ze względu na ograniczone ramy artykułu wątek ten musi pozostać otwarty.

## Spółeczeństwo płynnej nowoczesności

Czym w pierwszej kolejności cechuje się społeczeństwo płynnej nowoczesności? Otóż warunki naszych działań ulegają szybszej zmianie, zanim działania grup i jednostek przeobrażą się w rutynę lub zwyczaj. Przykładowo, pewne zalety szybko transformują w wady, a opiniotwórcze źródła ulegają szybkiemu przedawnieniu. Płynne społeczeństwo bowiem nie potrafi długoterminowo zachowywać jednakowego kształtu. Jest ono w fazie nieustannej modernizacji, w niekończącym się ciągu zmian, procesie re-formowania otoczenia oraz samego siebie. Bauman powołuje się na twierdzenia Richarda Sennetta, który uważa, że współczesnym społeczeństwem rządzi obsesja re-konstruowania czy też strategia permanentnej innowacji, którą można streścić w sentencji „modernizuj, zmieniaj i pozostawaj w ruchu albo gin” (Sennet 2006, s. 62 i nast.). Pragnienie stałego udoskonalania i modernizacji wynika, jak twierdził z kolei Richard Rorty, ze stale podsycanego przez system edukacji, media i marketing „niezadowolenia z osiągniętego poziomu wolności i demokracji” (Bauman, 2007, s. 25). Polegają głównie na wspomnianym pozbywaniu się tego, co uznano za nieaktualne, a zatem zbyteczne.

Owo ciągłe niezadowolenie oraz dążenie do modyfikacji powoduje, iż współczesne społeczeństwo płynnej nowoczesności określa się mianem kultury pozbywania się i zapominania, ale też mianem kultury ryzyka. Jest to w dużej mierze kategoria pokrewna tak zwanemu życiu prekarnemu, o którym będzie dalej mowa. W społeczeństwie płynnej nowoczesności dominują standardy oceniania i wartościowania siebie oraz świata wedle kryteriów rynkowych. Społeczeństwo rynkowe jest społeczeństwem konsumpcyjnym – jesteśmy inherentną częścią rynku, pełnimy w nim równocześnie funkcję klientów i towarów. Z kolei kryteria rynku i konsumpcji oznaczają wartościowanie wedle swoiście określonej daty przydatności do spożycia. Dobra wartościujemy jako użytkowe i estetyczne, gdy pozostają zgodne z panującymi trendami, gdzie owa zgodność tożsama jest „przydatności do spożycia”: „piękne są bluzy z metkami najgłośniejszych obecnie projektantów, ciała modelowane zgodnie z najnowszą modą, atrakcyjnie opakowane towary. Wszystko ma swoje piętnaście minut lub piętnaście dni piękna w drodze na wysypisko śmieci” (Bauman 2006, s. 186). Kwestia wysypiska śmieci jest tutaj bardziej doniosła, niż wydaje się na pierwszy rzut oka. Wybrane jednostki, jak artystka, polityk, przedstawiciel show-businessu bądź ogólniej, celebryta<sup>2</sup>, oceniane są jako wartościowe, gdy postrzegane są w kategorii towarów atrakcyjnych do skonsumowania/użycia. W tym wypadku konsumpcja/użycie, to zaspokojenie potrzeby rozrywki

<sup>2</sup> Wedle definicji Daniela Boorstina, celebryta jest osobą, która znana jest z tego, że jest znana. Bauman uważał, że: celebryta, czy też medialny idol, „to ktoś, kogo znają wszyscy”, a cechuje się tymczasowym, doraźnym kultem i ryzykiem popadnięcia w dowolnym momencie w społeczne zapomnienie. „Wspólnota wyznawców może się w każdej chwili rozpaść i rozproszyć”, zaś „zastępy potencjalnych idoli wydają się nieskończone” (Bauman 2007, s. 81).

konsumenta. Proces konsumowania celebrytów odbywa się – jak łatwo się domyśleć – poprzez masowe multimedia kultury popularnej. Co prawda, wszyscy ludzie byli w przeszłości, są i zawsze pozostaną konsumentami. A jednak – zdaniem Baumana – nieustanna aktywność konsumpcji stała się nadrzędną wartością normatywną i regulatywną społeczeństwa płynnej nowoczesności. Innymi słowy, przyjemność konsumowania „steruje podejściem do praktycznie wszystkich elementów przestrzeni społecznej oraz inicjowanych i kształtowanych przez nią działań (...), powiązanych ze sobą postaw i strategii, nastawień poznawczych, sądów wartościujących, presupozycji, założeń, preferowanych wartości” (Bauman 2007, s. 130-131). To odróżnia społeczeństwo konsumpcyjne płynnej nowoczesności od, przykładowo, społeczeństwa produkcyjnego czasów nowożytnych. Konsumpcyjne społeczeństwo cechuje się kilkoma aspektami, które łatwiej odsłonią mechanizm konsumpcji ujęty od strony socjologicznej.

1. Aktywność konsumowania napędzana jest przez obietnice – rozpowszechniane przez medium reklamy – ostatecznego spełnienia naszych pragnień i potrzeb. Niewyrażonym sekretem marketingu jest fakt, że obietnica spełnienia pragnień kusi konsumentów tak długo, jak długo pragnienia i tęsknoty pozostają niezaspokojone. Zatem potrzeby konsumentów muszą być albo stale niezaspokojone, albo wzbudza się nowe, pokrewne pokusy i pożądania.
2. Społeczeństwo konsumpcyjne istnieje dzięki umiejętności podtrzymywania swych obywateli w stanie stałego głodu posiadania kolejnych dóbr. Każdy zakup, a więc zaspokojenie potrzeb, powinien generować kolejne pragnienia i zachcianki. Potrzeby konsumenta muszą przybrać kształt wewnętrznego przymusu bądź uzależnienia od nabywania następnych produktów czy usług.
3. Poszukiwanie nowych dóbr i ich nabywanie w społeczeństwie konsumenckim jest jedynym akceptowanym nałogiem, którego nie postrzega się w kontekście pejoratywnego nawyku, lecz jako codzienne, rutynowe zachowania przeważającej większości obywateli. A zatem nałóg konsumpcji jest powszechnie przyjętą normą.
4. Ponieważ nowe obietnice dotyczą kolejnych pragnień, muszą one w pewnym stopniu deprecjonować swoje poprzedniczki – wykazać, że oferowane dobra będą bardziej satysfakcjonujące od wcześniejszej oferty. „Dlatego konsumpcjonizm jest ekonomią oszustwa, braku umiaru i marnotrawstwa. Oszustwo, brak umiaru i marnotrawstwo nie są objawami dysfunkcji, lecz gwarancją właściwego działania i jedyną zasadą, która może zapewnić przetrwanie społeczeństwu konsumpcyjnemu” (Bauman 2007, s. 129).

Bauman przyjmuje za Victorem Lebowem czysto teoretyczną hipotezę, że tuż po II Wojnie Światowej w kulturze Zachodu dokonał się „zwrot konsumpcyjny”. Polegał on na całkowitym odejściu od paradygmatu wytwórcy ku paradygmatowi posiadacza dóbr. Jak przekonuje w swym artykule Lebow



(2014), od lat 50. XX wieku „potrzebujemy rzeczy, które da się coraz szybciej konsumować, zużywać, niszczyć, zastępować i wyrzucać” (Lebow za: Bauman 2007, s. 134), konsumpcja ma bowiem istotny wpływ na społeczne samopoczucie nieprzeliczonej ilości konsumujących jednostek.

## Jednostka w płynnej nowoczesności

Na pozornie łatwe pytanie „co to znaczy być jednostką?” nie ma prostej odpowiedzi. Zapewne bycie jednostką, oznacza bycie innym niż reszta, niepowtarzalnym i wyjątkowym. Problem, a w zasadzie paradoks polega na tym, że współcześnie obowiązuje powszechny nakaz bycia oryginalnym. Wszyscy powinni się różnić od siebie, czyli każdy ma być wyjątkowy. W konsekwencji konsumenci płynnej nowoczesności poszukują owej wyjątkowości, co skwapliwie wykorzystuje przemysł marketingowy i brandingowy. Zapotrzebowanie napędza podaż, więc w tym wypadku klient otrzymuje szeroką ofertę „kupna” gotowych, indywidualnych i niepowtarzalnych, osobowości.

Urynkowanie wszystkich aspektów życia znaczy, że gdy przydarzy się nam jakiegokolwiek problem (zawodowy, techniczny, finansowy, emocjonalny, zdrowotny), natychmiast wyłania się odpowiednia gałąź rynku oferująca fachową pomoc za odpowiednią cenę. Bauman – powołując się na socjologa Josepha E. Daviesa (2014) – twierdzi, że konsumpcjonizm i powszechna komodyfikacja całkowicie zdetronizowały oparcie na tradycyjnych instytucjach (jak rodzina, przyjaciele, szkoła czy Kościół), odpowiedzialnych za poczucie egzystencjalnego bezpieczeństwa oraz kształtowanie się naszej tożsamości (zbiorowej i jednostkowej)<sup>3</sup>. Dodatkowy problem z samookreśleniem w dobie płynnej nowoczesności, to posiadanie zbyt dużej liczby wyborów w kształtowaniu obrazu samej/go siebie, gdy wszystkie wybory wydają się jednakowo atrakcyjne<sup>4</sup>. „Zamiast jednolitej dla wszystkich poczyną i pozbawionej alternatyw drogi właściwej, pojawiają się liczne ścieżki, z których każda wiedzie gdzie indziej” (Bauman 1996, s. 10). Kto lub co wypełni powstającą, moralno-egzystencjalną próżnię tożsamościową, która jest efektem braku przynależności do trwałych wartości, symboli i autorytetów w czasach powszechnej płynności? Oczywiście, rynek, który postrzega wszelkie problemy w formie okoliczności generujących finansowy zysk. W płynnej nowoczesności nie brakuje chętnych ekspertów

<sup>3</sup> Kwestia bezpieczeństwa egzystencjalnego jest nierozdzielnie związana z poczuciem tożsamości, co wykazał w swych pracach Anthony Giddens – por. Giddens (2006; 2008).

<sup>4</sup> Chodzi tutaj o sytuację przesytu rynku w oferowanych dobrach i wartościach charakteryzujących naszą osobowość. Nie znaczy to, że nie powinniśmy mieć w ogóle żadnej możliwości samookreślenia poprzez wybieranie w różnorodności dóbr. Pytanie „Kim jesteś?” ma sens tylko wtedy, gdy uważa się, że można być kimś innym niż sobą; tylko wtedy, gdy ma się wybór” (Bauman 2004b, s. 21). Niestety, nadmiar możliwości okazuje się równie problematyczny, jak ich deficyt – szczególnie, gdy może paść oskarżenie o posiadanie osobowości kiczowatej, a więc komercyjnej kreacji pozbawionej wewnętrznych wartości i właściwości.

i przedsiębiorców, którzy za odpowiednią kwotę albo wskażą nam właściwą drogę ku indywidualnej tożsamości (*coaching*, *mentoring*, trener osobisty), albo zaoferują gotowy typ temperamentu jako produkt. Zaprojektowane przez marketingowców cechy temperamentu lub całościowe modele osobowości (uniwersalne style życia) są oferowane pod szyldem znanej marki – poczynając od przemysłu odzieżowego, poprzez sportowy i kosmetyczny, na artykułach spożywczych i motoryzacyjnych kończąc. Globalnie rozpoznawalne marki przejęły rolę emocjonalnych stabilizatorów, które pozwalają konsumentowi odnaleźć i usytuować się w ramach konkretnej tożsamości/przynależności. W praktyce znaczy to, że jeżeli czuję się zagubiony/na, wystarczy zakupić kilka markowych produktów, aby zidentyfikować się z wybraną grupą ludzi (celebrytów, gwiazd showbusinessu itp.). Jak pisał Bauman, „rynek konsumenta oferuje całą gamę tożsamości (...) nabywca może z rozmysłem kupować symbole takiej tożsamości, do jakiej aspiruje” (Bauman 2004a, s. 129). To, kim jesteśmy, wyznaczają – w płynnej nowoczesności – zewnętrzne cechy aparycji i prezencji. Finalnie więc tworzymy własny wizerunek z markowych składników (rynek oferuje narzędzia budowy tożsamości) lub nabywamy gotowy produkt. „Nietrudno nadać sobie wygląd nowoczesnej, wyzwolonej, niezależnej kobiety; rozsądnej, przezornej, troskliwej pani domu; odnoszącego sukcesy, pewnego siebie finansisty; cieszącego się powszechną sympatią luzaka; wysportowanego, sprawnego uwodziciela”; romantycznego marzyciela; konserwatywnego tradycjonalisty i wielu innych. Niestety, „nigdy nie wiadomo na pewno, czy aktualna tożsamość jest najlepsza i dająca największą satysfakcję” lub największy, choćby medialny, zysk (Bauman 2004b, s. 80). Jak łatwo wywnioskować, kupno lub skompletowanie sztucznej osobowości wymaga dysponowania zasobami finansowymi – jest to długofalowy proces konsumowania, a marketingowcy dbają, aby nie był on nigdy zakończony. W związku z tym markowa indywidualność pozostaje przywilejem nielicznych. Niestety, równie niewielu konsumentów ma świadomość, że kompletowana z marek mozaikowa tożsamość jest maską wykreowaną przez agencje reklamowe na potrzeby rynku. Jest to kolejna przykra cecha płynnej nowoczesności – płynność oznacza tutaj pozór, pozbawioną treści iluzoryczność. Tragedia polega na tym, że pozór i powierzchowność nie dotyczą już tylko relacji interpersonalnych, ale duchowego wnętrza konkretnych jednostek. Aby pozostać stale atrakcyjnym dla otoczenia; aby konsumować i być konsumowanym; aby nie zostać odstawionym na margines społecznych odpadów, modernizujemy swą osobowość pozbawiając się – niczym mitologiczny Proteusz – autentycznej, własnej tożsamości. Płynna kultura, to nie tylko deficyt interpersonalnego zaangażowania, ale również deficyt autorefleksji oraz samokrytyki. Konsumenty płynnej nowoczesności unikają wysiłku intelektualnego, gdyż to nie umysł, ale ciało stało się jedynym źródłem przyjemności w XXI wieku. Przyjemności cielesnej poczynawszy od wzajemnego oglądania i podglądania się, przez komfort materialny i technologiczne ułatwianie/upraszczanie wszelkich czynności

fizycznych, aż po wieczną młodość i urodę otoczoną medialny kultem. Z tego względu cielesność została podniesiona „do rangi głównego celu zabiegów marketingowych”. Celu – dodać należy – skrajnie uprzedmiotowionego i utowarowionego przez branżę rozrywkową oraz reklamową.

Rozpaczliwe poszukiwanie jednostkowej tożsamości, wyjątkowości oraz indywidualności, to wynik dwóch fundamentalnych braków w płynnej rzeczywistości: braku poczucia bezpieczeństwa (na płaszczyźnie jednostkowej) oraz braku poczucia afiliacji (na płaszczyźnie kolektywnej). Żyjąc w płynnych czasach, nie potrafimy ostatecznie się dookreślić, kim jesteśmy i jaki zbiór wartości reprezentujemy. „Nasze poczucie tożsamości może powstać tylko dzięki więziom łączącym jednostkę z innymi ludźmi i założeniu, że są one godne zaufania i długotrwałe. Potrzebujemy takich wzajemnych stosunków (...) rozpaczliwie ze względu na własne dobro, naszą wewnętrzną spoistość i logikę. (...) Dlatego rozpaczliwie poszukuje się rozwiązań zastępczych, choćby doraźnych, surogatów i półśrodków. Zastępujemy w ten sposób niewielką liczbę pogłębionych relacji masą tanich i płytkich kontaktów” (Bauman 2004b, s. 65-66). Z kryzysu tożsamości korzysta świat reklamy i marketingu. Kryzys ten jest też podstawowym motorem napędowym masowej produkcji dóbr/ usług i masowej ich konsumpcji, bowiem „gospodarka konsumpcyjna musi być gospodarką przedmiotów szybko wychodzących z użycia” (Bauman 2007, s. 41), błyskawicznie przemijających. Stąd płynna nowoczesność, to czasy dominacji nadmiaru i marnotrawstwa uprzywilejowanej (a więc północnej) części globu.

Charakterystyka jednostki płynnej nowoczesności to jednocześnie charakterystyka współczesnego konsumenta: statystycznej osoby materialnie zamożnej, aleubożej duchowo. Przyjrzyjmy się głównym cechom takiej osoby, uwypuklany przez Bauman.

1. To osoba frenetycznie poszukująca swojej indywidualności, wyjątkowości i jednostkowej tożsamości. Jednak próba ustanowienia jednej, niezmiennej tożsamości w dobie pluralizmu i relatywizmu jawi się jako zadanie wręcz niewykonalne – wszak trwałość, niezmiennność i statyczność oznaczają niepodporządkowanie się warunkom płynnego życia, a w konsekwencji jest prostą drogą „ku-wysypisku”. Aporia pozostaje nierozstrzygalna – gorąco zmieniamy, modernizujemy i ulepszamy siebie oraz swoje otoczenie dążąc do wyczekiwanego stanu satysfakcji, lecz proces ten z założenia nie może posiadać etapu ostatecznego, gdyż poczucie zadowolenia i zaspokojenia pragnień oznacza społeczną śmierć. Najwygodniej byłoby nie dostrzegać utopijności zadania i grać w grę zwaną ustawicznym rozwojem czy też ciągłym samodoskonaleniem. Ponadto, konkretna, ostateczna osobowość implikuje wzięcie odpowiedzialności za to, kim się jest, a niewygodny ciężar odpowiedzialności jest jedną z ostatnich wartości, na które mamy ochotę w hedonistycznym uwielbieniu komfortu, w - momentami nieznośnej – lekkości bycia. Trawestując słowa Kundery, można stwierdzić, że

nasz dramat nie jest dramatem ciężaru, ale lekkości – to, co na nas spadło, to niezdolność lekkość istnienia za cenę niezwykle ciężkich konsekwencji społecznych, ekologicznych i ekonomicznych<sup>5</sup>. Stąd współczesną jednostkę wyraźniej symbolizuje mit zmieniającego kształty w zależności od okoliczności Proteusza, niż mit powracającego do ostatecznej przystani, pewnego swej tożsamości wędrowca-Odyseusza. Bauman określił proteuszową osobowość mianem „tożsamości hybrydycznej” – niestabilnej, związanej tylko z teraźniejszością (tymczasowej), wieloznacznej i wszystkożernej, czyli zawsze gotowej coś odrzucić, aby coś innego skonsumować.

2. Dzisiejszego mieszkańca nie dotyczy już kategoria, którą Gabriel Marcel nazwał *homo viator*, człowiek wędrowiec. Jedynym stałym i niezmiennym pojęciem, które definiuje współczesną tożsamość hybrydową, jest *homo eligens*, czyli człowiek wybierający, czy lepiej – „istota skazana na bezustanne podejmowanie decyzji”, przy równoczesnym „braku reguł postępowania i godnych zaufania celów” (Bauman 2006, s. 180). Nie jest to jedynie bezrefleksyjny pochłaniacz świata, ale osoba wiecznie poszukująca, odrzucająca, niespełniona, modyfikująca się, przez co również nieautentyczna. Nigdy bowiem nie jest się sobą ostatecznie będąc zdefiniowanym jako *homo eligens*. Dokonując wyborów, konsument płynnej rzeczywistości działa w obrębie wyznawanej hierarchii wartości. Jak już wspomniano, hierarchia ta faworyzuje wartość instrumentalizmu, pragmatyzmu czy materializmu, zaś wyklucza długoterminową wstrzemięźliwość w konsumpcji – jednostka preferuje szybką konsumpcję, zamiast odraczania zysku mimo jego zwielokrotnienia. Globalne odrzucanie cnoty umiaru, powściągliwości i niespieszności, co w psychoanalizie definiuje się jako oralną fiksację, określa Bauman mianem „syndromu konsumpcyjnego”. Syndrom ten dewaluuje trwałość, a gloryfikuje przemijanie i nowości. „Trwały dobytek i długotrwałe zadowolenie (syndrom) zastąpił szybkim nabyciem i szybkim pozbywaniem się przedmiotów (...) Istotą syndromu konsumpcyjnego jest prędkość, brak umiaru i marnotrawstwo” (Bauman 2007, s. 131-132). Kolejną kulturowaną wartością płynnej nowoczesności jest egotyczne preferowanie zysku indywidualnego, poświęcając dobro ogółu czy interes konkretnej grupy społecznej. W skrócie, społeczeństwo konsumenckie doby płynnej nowoczesności dewaluuje pojęcie „długiego trwania” i „nadrzędnej całości” w imię egoistycznego komfortu, natychmiastowej satysfakcji i własnego sukcesu.

<sup>5</sup> Milan Kundera opisał ucieczkę przed odpowiedzialnością w relatywizmie słowami: „całkowity brak brzemienia (odpowiedzialności) sprawia, że człowiek staje się lżejszy od powietrza, oddala się od ziemskiego bytowania, staje się na wpół rzeczywisty, a jego ruchy są tyleż swobodne, co pozbawione znaczenia. (...) Człowiek ocknie się w pustce, która mu zakręci w głowie i powali na kolana. (...) Jeżeli nie ma różnicy między podniosłością a nikczemnością, egzystencja ludzka traci swą wagę i staje się nieznośnie lekka”. Por. Kundera (2009).

3. Bauman, inspirując się myślą Fryderyka Nietzschego, krytykował współczesnych za skupianie się wyłącznie na doraźnych przyjemnościach; za kurczowe trzymanie się swego stylu życia i trwonienie życia na gromadzeniu dóbr. Konsumenci, pozbawieni poczucia umiaru czy krytycznej autorefleksji, czerpią dobra eksploatując zasoby – naturalne oraz ludzkie – w tak obszerny sposób, jak to tylko możliwe. Jest to nie tylko kompulsywne konsumowanie świata, ale równie obsesyjne szukanie nowych wrażeń, rozrywek, a nawet tożsamości. „Rzeczy uznaje się za bezużyteczne i natychmiast wyrzuca na śmietnik, ponieważ czekają już inne, nowe, ulepszone obiekty pożądania” (Bauman 2006, s. 11). Poczucie znudzenia i pragnienie inności jako potrzeba rozrywki, to motor napędowy konsumpcji, choć – jak zobaczymy za chwilę – nie jedyny.
4. Mieszkańcy są przepełnieni strachem przed skończeniem swego społecznego życia na symbolicznym śmietniku. O ile człowiek XIX czy XX wieku definiowany był poprzez Heideggerowską kategorię bycia-ku-śmierci, to obywatel płynnej nowoczesności – zdaniem Baumana – charakteryzowany jest przez alternatywną kategorię: bycie-ku-wysypisku. W dobie płynnej nowoczesności jedynym solidnym, namacalnym i trwałym fragmentem rzeczywistości okazują się końcowe produkty konsumpcji – odpady i śmieci. A ponieważ produktem konsumpcji są również jednostki ludzkie, istnieją także ludzkie-odpady. Czasy płynnej nowoczesności niebywale powiększyły ekstensję pojęcia odpadu. Obecnie pojęcie to denotuje – trafiające na dosłowny bądź metaforyczny śmietnik – zarówno obiekty materialne, jak i różnorodne idee czy abstrakcje, aż po żywych ludzi, a wręcz całe zbiorowości i klasy społeczne, które zostały wykluczone. Ludzkie odpady „w społeczeństwie konsumentów, to ludzie nieposiadający dostatecznej ilości pieniędzy, by zwiększyć chłonność rynku konsumenckiego” (Bauman 2006, s. 66). Baumanowi nie chodzi tu tylko o najuboższych mieszkańców, wegetujących w rozrastających się slumsach i gettach przy kolejnych aglomeracjach miejskich. Stanowią oni co prawda globalną klasę obywateli „obszaru peryferyjnego” (w terminologii Wallersteina), czyli obszaru od Azji południowej, przez Afrykę aż po Amerykę Łacińską. Jednak poza najbardziej ubogimi zbiorowościami, ludzkie odpady składają się również z uchodźców, nielegalnych imigrantów, osób ubiegających się o azyl i najtańszej siły roboczej w krajach rozwiniętych, a więc z „rosnącej masy ludzi, których pozbawiono zadowalających ich wcześniej sposobów i środków przetrwania zarówno biologicznego, jak i społeczno-kulturowego” (Bauman 2006, s. 15). Są to odpady globalnego wolnego handlu i kapitalistycznego postępu gospodarczego, bowiem sito twardej, wolnorynkowej selekcji odsiało tych, którzy nie mieli szczęścia urodzić się w kraju wysoko rozwiniętym. Tak szeroko rozumiane odpady i śmieci stanowią główny, „masowy produkt społeczeństwa konsumenckiego w dobie płynnej nowoczesności” (Bauman 2007, s. 18). Następna,

trzecia zbiorowość ludzi społecznie zbędnych, których Bauman uważa za ofiary ponurych skutków globalizacji (globalnych sił gospodarczych), to kategoria apatrydy, czyli bezpaństwowca. Uchodźcy pozbawieni obywatelstwa „znajdują się poza prawem; nie poza tym lub innym prawem tego lub innego kraju, lecz poza prawem w ogóle. Są nowym rodzajem wyrzutków i ludzi wyjętych spod prawa, produktem globalizacji” (Bauman 2006, s. 120). To ludzie-śmieci, których – jak wszystkie odrzuty – postrzega się jako bezużytecznych i niedochodowych w kraju, do którego trafili (Agamben 2008). Ich koszmar polega na tym, iż nie mają możliwości przewidzieć, czy dana sytuacja jest przejściowa, czy trwała, zaś wrogość otoczenia sprawia, że żadne miejsce osiedlenia nie usunie wrażenia tymczasowości i prowizoryczności w próbach odnalezienia nowej afiliacji<sup>6</sup>. Tymczasem istnieje jeszcze czwarta grupa wykluczonych obywateli – być może najczęściej spotykana na co dzień – którzy znaleźli się na społecznym wysypisku. Wedle Baumana, od lat 70. XX wieku w społeczeństwie kapitalistycznym po raz pierwszy pojawiła się idea ekonomicznej „zbędności” – z perspektywy pracodawcy nikt nie jest niezastąpiony. Owa zbędność oznacza „społeczną bezdomność z towarzyszącą jej utratą poczucia własnej wartości i sensu życia” (Bauman 2006, s. 26). Na naszych oczach poszerza się obszar jednostek zbędnych, których przyczyną odrzucenia na społeczny śmietnik może być: – (zbyt stary/młody) wiek, – (nieadekwatne) wykształcenie, – (nieodpowiednia) aparycja/tusza, – płeć, – kolor skóry, – inwalidztwo i inne cechy nabyte lub wrodzone. „Przyczyny wykluczenia mogą być rozmaite, ale jego skutki są na ogół podobne”, pisze Bauman, czyli „brak wiary w siebie i poczucia własnej wartości (...), poczucie odrzucenia, sfrustrowania i gniew” (2006, s. 68).

Trzeba pamiętać, że nikt i nic nie jest samoistnie odpadem: „obiekty materialne, ludzie i rzeczy nabierają owych tajemnych własności (bycia zbędnym) na skutek działania człowieka” (Bauman 2006, s. 40). To znaczy, że ktokolwiek lub cokolwiek może okazać się nagle, w naszych oczach, śmieciem: „cienka i krucha jest granica dzieląca wzlot od upadku, chwile chwały od upokarzającej klęski, oznaki uznania od stygmatu hańby” (*Ibidem*, s. 166). Przyczyna zbędności i odrzucenia jednostek czy grup może być banalna (znużenie, wyjście z mody) lub poważna (nietolerancja, uprzedzenia, stereotypy). Zdaniem Baumana, istnieje również sztucznie wzbudzany strach przed grupami piętnowanymi jako „ci inni”, czyli osoby, które są z jakiegoś powodu zagrażające, niebezpieczne. To polityczno-ekonomiczna strategia wyszukiwania wroga zwana przez Baumana „dangeryzacją”. Polega ona na medialnym tworzeniu wizerunku obcego-wykolejńca, rozpowszechnianiu fałszywych komunikatów

<sup>6</sup> Osoby, które zbiegły z krajów, w których panuje dyktatura nagminnie łamiąca prawa człowieka (Irak, Iran, Angola, Ruanda, Etiopia, Erytrea), często w kraju, w którym ubiegają się o azyl, są traktowane z jednakową pogardą. „Ludzie ci śpią na ulicach, są przemarznięci, głodni, przerażeni i chorzy”, odmawia się im „pomocy finansowej, zakwaterowania i żywienia oraz zakazuje podejmowania prac, pozbawiając równocześnie dostępu do wszelkich świadczeń społecznych” (Bauman 2006, s. 118).

i wywoływaniu pośród odbiorców sztucznego stanu poczucia zagrożenia, aby następnie spektakularnie mu zaradzić. Taktykę dangeryzacji, czyli arbitralne wskazanie osób stanowiących zagrożenie, stosuje się w celu:

- odwracania polityczno-gospodarczej uwagi konsumentów;
- cementowania przyszłego elektoratu;
- kolektywnego odreagowania niepokoju, czyli wybrania zastępczego obiektu, na którym skoncentrują się nasze wszystkie lęki, frustracje, resentymenty i gniew.

Do tych celów doskonale nadają się różne mniejszości społeczne. W średniowieczu i nowożytności rolę społecznych „koźłów ofiarnych” (Girard 1987) pełniły kobiety, które oskarżano o czary (Levack 2009) oraz osoby psychicznie chore (Foucault 1987). Wówczas dangeryzację określano mianem demonizacji. W XX wieku funkcję społecznych koźłów ofiarnych przejęli m.in. bezrobotni, emeryci, imigranci, osoby czarnoskóre, osoby homoseksualne, ateści, czyli te grupy, które są „wyrzyszym, dotykającym i materialnym wcieleniem zbędności” (Bauman 2006, s. 91), zagrożenia, grzechu oraz wszelkiego innego zła, które zagraża pasywnej konsumpcji. Grupy takie miewają však pewne roszczenia, burzą ustalony ład, a manifestacja ich niezadowolenia zaburza przyjemność procesu konsumowania i wymaga pewnej dozy intelektualnego wysiłku.

Pośród wymienionych czterech zbiorów ludzi zbędnych – w skali globalnej – to materialne ubóstwo oraz pozostawanie bezrobotnym są najczęściej identyfikowane ze stanem społecznej zbyteczności i wyrzuceniem poza obszar płynnej nowoczesności, czyli obszar luksusu konsumowania. Co gorsza, nie istnieją jednostki, które nie byłyby zagrożone zdeklasowaniem i marginalizacją, czyli syndromem zbędności. Każdy jednakowo może znaleźć się na społecznym wysypisku ludzkich odpadów, niezależnie od posiadanych cech, przywilejów czy dóbr, stąd tak aktualnie powszechne poczucie zagubienia i niepokoju. Płynność však polega na tym, iż aktualny stan jest tymczasowy, a najbliższa przyszłość całkowicie nieprzewidywalna. Dodatkowo – wszystkie jednostki ludzkie, szczególnie te zbędne, postrzegane są wyłącznie przez pryzmat konsumpcyjnej rentowności lub jej braku. Zatem, gdy z powodu niekorzystnych okoliczności odpadniemy z gry procesów globalizacyjnych, automatycznie przestaniemy być rynkowo atrakcyjni, w oczach zorganizowanej społeczności staniemy się jednostkami wybrakowanymi, „darmozjadami i natrętami, których pomawia się o niedołęstwo, kombinatorstwo, o pasożytowanie na organizmie społecznym” (Bauman 2006, s. 68). Gdy jednak zrezygnujemy z tej merkantylno-konsumpcyjnej retoryki, fakty wyglądają zgoła odwrotnie: „to my – bogaci, beztroscy konsumenci naturalnych zasobów planety – jesteśmy prawdziwymi planetarnymi «pasożytami»”, pisze Bauman (*Ibidem*, s. 73). Niestety, jak dowodził Ulrich Beck w *Spółczeństwie ryzyka*, współcześnie pokutuje podświadome przekonanie, że niezdolność do uczestnictwa w grze rynkowej jest czymś bezwzględnie złym i niemoralnym. Stan bezrobocia automatycznie

wręcz identyfikujemy ze złem o ciężarze co najmniej przestępstwa. Zaś powrót do gry jest o tyle utrudniony, że bazuje na równie nieobliczalnym zbiegu szczęśliwych okoliczności. Pamiętać bowiem musimy, że liczba chętnych do konsumpcji znacznie przekracza ilość wolnych miejsc w krajach rozwiniętych – rywalizacja jest więc ogromna.

## Życie w płynnej nowoczesności

Pewne stałe cechy towarzyszą życiu w dobie późnej nowoczesności. Spójrzmy na kilka faktów związanych z procesami globalizacyjnymi<sup>7</sup>. Obecnie 90% katastrof naturalnych i klęsk żywiołowych (powódzie, susze, huragany) jest wynikiem globalnych i nieodwracalnych zmian klimatu (Wilk 2009, s. 163-168). Coraz szybciej rośnie liczba ludności na Ziemi oraz ilość migracji ze względu na skrajne ubóstwo. Odwrotnie proporcjonalnie, coraz szybciej kurczą się zasoby naturalne (*Ibidem*, s. 169 i nast.) Wybuchające kryzysy humanitarne i konflikty zbrojne bardzo często posiadają międzynarodowe reperkusje. Stale pogłębia się przepaść między krajami Trzeciego i Czwartego Świata, a krajami rozwiniętymi<sup>8</sup>. Na skutek stresogennego trybu życia rośnie liczba osób cierpiących na choroby cywilizacyjne, szczególnie depresję i choroby nowotworowe. Jeżeli dodamy do tego ciągłą niepewność zawodową wynikającą z powszechnego zatrudniania na umowy cywilnoprawne<sup>9</sup> oraz niestabilny los zakładów pracy, nasza płynna codzienność będzie oznaczać nie tylko życie „oddane bez reszty konsumpcji”, ale również życie wypełnione dezorientacją, niepokojem i niepewnością<sup>10</sup>. Krótko mówiąc, funkcjonowanie w komunikacyjnej wieloznaczności, aksjologicznej dowolności, ciągłej rywalizacji oraz

<sup>7</sup> Bardzo trafnie i lapidarnie istotę globalizacji ujął Richard Rorty: jest to stan, kiedy sytuacja ekonomiczna obywateli danego państwa wymyka się spod kontroli prawnej tegoż państwa, lecz pozostaje pod kontrolą pewnych hiper-zamożnych organizacji bądź jednostek. Owe organizacje same pozostają bezkarne, bowiem nie istnieje powszechnie obowiązujące, globalne prawo. Za przykład może posłużyć case Google – w maju 2014 r. Trybunał Sprawiedliwości UE w Luksemburgu przyznał internautom prawo do bycia zapomnianym. Orzeczenie to skierowane jest co prawda do wszystkich operatorów wyszukiwarek internetowych, ale dotyczy szczególnie firmy Google. Teoretycznie ma ona nakaz usuwania naszych danych osobowych z wyników wyszukiwania, gdy są one powiązane z treściami szkodzącymi naszej prywatności. W praktyce jednak – z różnych powodów – Google ignoruje nakaz Trybunału.

<sup>8</sup> „Zdaniem Komisji Europejskiej, niemal jedna czwarta pracujących Polaków to pracownicy nisko opłacani. Co więcej, zgodnie z definicją Eurostatu, w rodzinach, w których dochód rozporządzalny (przeznaczony na konsumpcję, oszczędności i inwestycje) nie przekracza 60 proc. średniego miesięcznego wynagrodzenia, możemy już mówić o zjawisku tzw. ubogich pracujących”, donosi politolożka Agnieszka Stefaniak-Zubko, [http://biznes.onet.pl/zadna-placa-nie-hanbi,18563,5640001,1,news-detaj?utm\\_source=onetsg\\_fb&utm\\_medium=onetsg\\_fb\\_onet&utm\\_campaign=onetsg\\_fb](http://biznes.onet.pl/zadna-placa-nie-hanbi,18563,5640001,1,news-detaj?utm_source=onetsg_fb&utm_medium=onetsg_fb_onet&utm_campaign=onetsg_fb) [dostęp: 21.06.2014].

<sup>9</sup> Wedle danych Komisji Głównego Inspektora Pracy – w 2010 r. na podstawie umów cywilnoprawnych pracowało 20,9% osób zatrudnionych w Polsce, <http://www.pip.gov.pl/html/pl/sprawozd/10/pdf/r05.pdf> [dostęp: 21.06.2014].

<sup>10</sup> Ulrich Beck w swym *Spółeczeństwie ryzyka* używa tytułowego pojęcia ryzyka w tym samym znaczeniu, co Bauman pojęcia niepewności. Można więc, w kontekście niniejszych rozważań, stosować obydwa terminy synonimicznie.



warunkach niestałego zatrudnienia rodzi potężny dysonans poznawczy i niestabilność emocjonalną, a te z kolei generują fundamentalną, bo egzystencjalną frustrację, pustkę, osamotnienie oraz zagubienie. Dlatego też dominującym poczuciem w płynnym życiu jest strach, aby nadążyć za biegiem codziennych wydarzeń, co równoznaczne jest ze strachem przed wyrzuceniem na wysypisko społecznych śmieci. Bauman zgodny jest tutaj z tezą Tori DeAngelis (2014), iż źródłem niepohamowanej konsumpcji jest psychiczny niepokój, brak poczucia emocjonalnego oraz finansowego bezpieczeństwa, a więc – poza potrzebami biologicznymi – najniższa z ludzkich potrzeb wedle Masłowa. Jak pisał Bauman, „dla zdecydowanej większości mieszkańców naszego świata ostateczny efekt obecnych transformacji (opatrzonej kryptonimem «globalizacja») sprowadza się do gwałtownego pogorszenia warunków życia, a przede wszystkim nieznanej wcześniej niepewności egzystencjalnej czy może raczej niepewności w nowej i nieznanej wcześniej formie – odartej z dawnych, zrutowizowanych mechanizmów obronnych i środków zaradczych” (Bauman 2007, s. 234). Używając słów innego znanego socjologa Pierre’a Bourdieu, zjawisko globalizacji – widziane z perspektywy konkretnej jednostki – oznacza przede wszystkim utratę kontroli nad codziennością oraz nieprzewidywalność najbliższej przyszłości. Procesy globalizacyjne i powszechna prywatyzacja uczyniły nas niezdolnymi do obrony przed ewentualnymi zagrożeniami, głównie w obszarze zawodowym.

Ów egzystencjalny strach stanowi integralny komponent – charakterystyczny dla płynnej nowoczesności – wspomnianego już wcześniej „życia prekarnego”. Tak zdefiniowane życie jest egzystencją przepełnioną stałą frustracją i strachem przed „obniżką płac, redukcją zatrudnienia i katastrofalnymi skutkami nawet krótkiej choroby” czy urlopu macierzyńskiego (Bauman 2007, s. 43). Klasa społeczna, która wie o prekarnej egzystencji, została określona terminem „prekariat”. Stan bezustannego poczucia zagrożenia, to kolektywny stan lękowy przed rozproszonym, nieprzewidywalnym, nieuchwytnym i nieusuwalnym złem, które może w dowolnej chwili przybrać kształt konkretnych okoliczności zawodowych (zwolnienie z pracy, bezrobocie) lub prywatnych (wypadek uniemożliwiający pracę, choroba przekraczająca możliwości finansowe). Owa nieobliczalność i nieusuwalność poczucia zagrożenia wydaje się być najtrudniejszym elementem egzystencji do zaakceptowania. Wedle Baumana, takie poczucie zbiorowego zagrożenia jest doskonałym narzędziem panowania nad społeczeństwem – subtelnym i efemerycznym, bo głęboko zinternalizowanym psychicznie, a przy tym niezwykle skutecznym. Skuteczność utrzymywania władzy przez kontrolowanie poczucia lęku potwierdzona jest mechanizmem panoptikonu w utrzymywaniu niewidzialnych rządów. Zarówno w taktyce panoptikonu<sup>11</sup>, jak i prekariatu mamy do czynienia z uwewnętrznionym poczuciem zagrożenia i frustracji, co prowadzi do silnej samokontroli.

<sup>11</sup> Ideę panoptikonu analizowali Jeremy Bentham i Michel Foucault. Opis działania panoptikonu streścił George Orwell w słowach: „Teleekran służył równocześnie za odbiornik i nadajnik, dostatecznie

„Eksperci od marketingu widzą w niepokoju niewyczerpywalne źródło zysków” (Bauman 2007, s. 143), bowiem obietnica złagodzenia lub zlikwidowania niepokoju jest tyleż nierealizowalna, co sięgająca najgłębszych potrzeb bezpieczeństwa. Obficie czerpie z naszego niepokoju marketing obszaru ubezpieczeń i bankowości; rekreacji i turystyki; edukacji; medycyny; sprzętu motoryzacyjnego czy budownictwa mieszkalnego, nie licząc nieprzebranej oferty usług łagodzących wszelakie frustracje. Co więcej, z lęku i poczucia zagrożenia można czerpać korzyści nie tylko handlowe, lecz przede wszystkim polityczne. Wystarczy podzielić społeczeństwo na „swoich” i „obcych”, czy też „zagrożających innych”, aby długofalowo żerować na niepokojach swego elektoratu, zbijając przy tym okazały polityczny kapitał. Bezpieczeństwo z powodzeniem stanie się czynnikiem dochodowym każdej strategii marketingowej, gdy tylko zareklamujemy nasze produkty lub usługi jako skuteczne sposoby na zabezpieczenie się przed ewentualnymi zagrożeniami. Zaś biorąc pod uwagę hasła typu „prawo i sprawiedliwość” lub „bezpieczna przyszłość – rodzina na swoim”, wartość bezpieczeństwa okazuje się rdzeniem programów politycznych i kampanii wyborczych. Z kolei typowanie zagrożeń osobistego bezpieczeństwa jest od dawna medialnym tematem dyżurnym w wojnie o nasz czas i uwagę. „By jednak w społeczeństwie konsumpcyjnym nie zabrakło konsumentów, niepokój ten trzeba stale pobudzać, regularnie podsycać, rozpalać i stymulować” (Bauman 2007, s. 144). Nie zapominajmy bowiem, że „konsumpcjonizm nie polega na zaspokajaniu pragnień, ale na wzbudzaniu nowych pragnień – najlepiej takich, których z zasady nie da się zaspokoić” (*Ibidem*).

## Podsumowanie

W opublikowanej w 1992 roku książce pt. *Zmierzch obowiązku* Gilles Lipovetsky dowodzi<sup>12</sup>, że wraz z nastaniem płynnej nowoczesności rozpoczęła się nowa, „postdeontyczna” epoka moralności – „nasze uczynki zostały zwolnione z resztek przykazań i zobowiązań”, odrzuciliśmy ideę moralnego samodoskonalenia się, „żywemy w epoce nieskażonego indywidualizmu i pogoni za dobrym życiem, (gdzie) stosunki międzyludzkie nie łączą się z obowiązkami i nie pociągają za sobą zobowiązań” (Bauman 1996, s. 7). Poza problemem hedonizmu, dzisiejszy człowiek nieustannie mierzy się z zalewem propozycji, żądań, roszczeń, różnorodnych „zagadnień i wezwań”. Na zagadnienia te i wezwania – chcąc nie chcąc – musi w jakiś sposób odpowiedzieć. Stąd odpowiedzialność stanowi po dwakroć najbardziej aktualny paradygmat

czuły, żeby wychwycić każdy dźwięk (...). Nikt oczywiście nie wiedział, czy w danym momencie jest obserwowany. Nie sposób było wykluczyć, że przez cały czas (Policja Myśli) nadzoruje wszystkich. Pozostawało więc żyć z założeniem – i żyło się, z nawyku, który przeszedł w odruch – iż każde słowo jest podsłuchiwane, a każdy ruch pilnie śledzony. Por. Orwell (1998, s. 7).

<sup>12</sup> Dotychczas nieprzełożona na język polski książka Gillesa Lipovetsky'ego *Le Crépuscule du devoir*, opublikowana w 1992 roku przez wydawnictwo Gallimard.

próbujący zrozumieć kondycję współczesnego człowieka. Do grona myślicieli związanych z paradygmatem odpowiedzialności należy także Bauman, który „jest intelektualistą uważającym zasadę odpowiedzialności za podstawę życia publicznego” (Bauman 2004b, s. 7). Za Emanuele Levinasem, Erichem Frommem, Hansem Jonasem czy Georgiem Pichtem uważa, że „jesteśmy bezmocni, ale też i wszechmocni, potrafimy bowiem powoływać do życia siły zdolne wywoływać skutki, których nie umielibyśmy spowodować za pomocą naszego naturalnego wyposażenia” (Bauman 2012). Wraz z potęgą ludzkiej działalności kulturotwórczej powinna iść jednakowa potęga wysiłku odpowiedzialności za swe działania. Problem w tym, iż społeczeństwo płynnej nowoczesności jest społeczeństwem uzależnionym od komfortu, stąd powszechne jest unikanie wszelkiego wysiłku, zwłaszcza odpowiedzialności. Znaczy to, że cechuje nas przesada, rozrzutność i marnotrawstwo. Potrzeba pochłaniania i posiadania jak największej ilości dóbr – gdzie przedmiot konsumpcji jest jednakowo obiekt materialny, obiekt abstrakcyjny bądź drugi człowiek – nie idzie w parze z odpowiedzialnością za to, co się posiadało. Jednostki i zorganizowane grupy społeczne „plądrują, pustoszą i grabią świat” (Bauman 2007, s. 21) postrzegając go jedynie przez pryzmat wartości instrumentalnej. Z tego względu niemożliwa jest, wedle Baumana, autentyczna i szczerza odpowiedzialność przedsiębiorstwa, odpowiedzialny biznes bądź rozwój zrównoważony, bowiem jakakolwiek forma troski o środowisko naturalne wynika jedynie z egocentrycznego strachu przed niemożnością dalszego zaspokajania kolejnych potrzeb. Kiedy pojawia się groźba niemożności swobodnej eksploatacji zasobów, czyli groźba niemożności realizacji luksusowych zachcianek, wówczas dokonuje się chwilowa mobilizacja przeciwko grabieży i wyzyskowi wątplych bogactw natury czy kultury. Tutaj Bauman nie ma złudzeń, stojąc na stanowisku niezachwianego pesymizmu. Wszelaki sprzeciw jednak ma zawsze charakter tymczasowy i podyktowany jest egoistycznymi potrzebami, nie zaś szczerym poczuciem odpowiedzialności.

Ponadto, nadmiar oferowanych przez rynek możliwości nie przynosi zaspokojenia potrzeb, ale przeciwnie – wzmacnia poczucie niepewności wyboru, bowiem to, co powinno się posiadać (co jest aktualnie modne) zmienia się szybko i niespodziewanie. W takich warunkach niezmiernie trudnym zadaniem jest osiągnięcie subiektywnej równowagi psychicznej, gdzie możliwe byłoby głębokie poczucie odpowiedzialności stanowiące bazę dla poczucia względnej wolności oraz bezpieczeństwa, a więc sytuacji, w której zmiany i ryzyko nie wywoływałyby stanu frustracji czy zagrożenia. Niepewność może prowadzić do stanów lękowych, jednakże wraz z usunięciem ryzyka znika często spontaniczność, elastyczność, możliwość rozwoju oraz zysku. Jak pisał Bauman, „alternatywą dla niepewności nie jest błogi spokój, lecz przekleństwo nudy”. Należałoby zatem odpowiedzieć na pytanie, jak wzbudzić w nas poczucie odpowiedzialności? Jak pokonać strach przed niepewnością i ryzykiem,

a zarazem uniknąć egzystencjalnego marazmu i stagnacji, orientując się ku przyszłym możliwościom, nie zaś ku skostniałym wspomnieniom.

Sugestią Baumana jest, aby w pełni uświadomić sobie, że płynna rzeczywistość generuje w sposób celowy i sztuczny znaczny procent odczuwanych frustracji bądź niepokoju – są to mechanizmy dangeryzacji, wskazywania społecznych kosztów ofiarnych, narzucania nakazów uczestnictwa w grze nieograniczonej konsumpcji, kwestionowania głosów krytycznych, medialnego piętnowania jednostek/grup, które funkcjonują w sposób alternatywny względem globalnych trendów. Wobec takich refleksji kolejnym krokiem jest trzeźwe spojrzenie na procesy globalizacyjne jako na nową formę starego społeczeństwa klasowego z wszystkimi jego konsekwencjami: współczesną wersją niewolnictwa<sup>13</sup>, neokolonializmem (zachodnich marek, stylów i wartości)<sup>14</sup> oraz ludzkimi odrzutami (deprecjonowaną klasą „niedotykalnych”, którzy np. wykonują ciężką pracę za upokarzająco niskie honoraria). Nowy rodzaj klas społecznych, to globalny podział na kraje rozwinięte oraz, napędzające ich gospodarkę, kraje Trzeciego i Czwartego Świata, gdzie – ponownie stosując terminologię Wallersteina – można wyróżnić obszary półperyferyjne oraz półcentralne<sup>15</sup>. Problem w tym, że każdy może zostać gorszym innym, spadając do arbitralnie napiętnowanej, niższej kasty społecznej i budząc (równie sztuczną) wrogość. Resentyment wobec jednostek pozornie zbędnych jest niczym nie uzasadnionym stereotypem, jak samo wskazywanie kolejnych innych. Potrzebna jest więc pewna niezbywalna zasad porządkująca, która byłaby w stanie „zharmonizować zespół norm racjonalnych”, pamiętając, że w zsekularyzowanym świecie relatywizmu, indywidualizmu i wolności jeszcze tylko „rozum dokonać może tego, czego osiągnąć nie umiała wiara” (Bauman 1996, s. 12). Taką fundamentalną zasadą wydaje się być restytucja idei odpowiedzialności.

Zakładając, że ludzie są moralnie wieloznacznici (ani ostatecznie dobrzy z natury, ani źli, lecz ambiwalentni, zależni od okoliczności), Bauman proponuje zmianę postawy wobec obcości i inności, czyli zjawisk, które najczęściej budzą w nas uczucie zagrożenia ze względu na swą nieprzewidywalność. Zmiana taka byłaby powrotem do postawy odpowiedzialnej za swe działania, bowiem

<sup>13</sup> Jako jedną z ilustracji jest opis sytuacji pracowników w Azji pld-wsch:

<http://swiat.newsweek.pl/niewolnicy-xxi-wieku,4440,1,1.html> [dostęp: 26.06.2014].

<sup>14</sup> Chodzi o kolonializm mentalny, skolonizowanie umysłów mieszkańców każdej kultury przez zachodnioeuropejskie i północnoamerykańskie marki, style i wartości – „globalne rozprzestrzenienie się nowoczesnego modelu życia, który dotarł dziś do najdalszych krańców naszej planety” (Bauman 2006, s. 110).

<sup>15</sup> Należy zaznaczyć, że w obszarze aktualnej antropologii społecznej model centrum-peryferie Wallersteina został skrytykowany jako niewystarczający do zrozumienia globalnej sytuacji kulturowej. Jak twierdzi Arjun Appadurai, tezy dotyczące westernizacji świata, jego makdonaldyzacji czy komodyfikacji kultury ignorują fakty tak zwanej indygenizacji oraz glokalizacji. Appadurai proponuje ujęcie kultury z perspektywy pięciu „krajobrazów”, czy lepiej – wymiarów: etnicznego, medialnego, technologicznego, finansowego oraz ideologicznego, które kolektywnie tworzą spójną mozaikę globalnej, płynnej, współoddziałującej różnorodności.

polegałaby na rozwijaniu umiejętności prowadzenia dialogu i negocjacji. Dopuszczałaby do głosu inność, słuchałaby jej argumentów i odpowiadałaby na jej wezwanie bądź roszczenia. Tylko odpowiedzialna, czy lepiej – „odpowiadalna” komunikacja, a więc komunikacja, która jest otwarta na inność – jest „głównym czynnikiem sprzyjającym udanemu życiu społecznemu”, a zarazem czynnikiem „przyczyniającym się do uwięźdzenia korzeni lęku” (Bauman 2007, s. 123). Głównym zaleceniem, prowadzącym do rewitalizacji zrównoważonych stosunków społecznych, do wskrzeszenia obywatelskiej – a więc bazującej na odpowiedzialności – przestrzeni publicznej, jest położenie nacisku na wzajemną komunikację i otwartość. To zapomniana i zarazem zapoznana umiejętność porozumiewania się z innymi, prowadzenia dialogu z odmiennością, zdolność wzajemnego rozwiązywania konfliktów, gdzie szczególnie ważną kategorią są wszechobecni Inni. Podsumujmy słowami samego Baumana: „Zważywszy wieloznaczność (prawa czy etyki), przyjąć wypada odpowiedzialność moralną – bycie dla Drugiego, zanim się z nim jest – za pierwotną rzeczywistość jaźni; za punkt wyjścia raczej niż produkt końcowy społecznego oddziaływania. Odpowiedzialność wyprzedza wszelkie międzyosobowe zaangażowania (...), odpowiedzialność za Innego Człowieka nie ma usprawiedliwienia, jako że wyprzedza ona pojawienie się społecznie administrowanego kontekstu, w którego ramach uzasadnienia nabierają sensu” (Bauman 1996, s. 21-22). Odpowiedzialność, która konstytuuje istnienie moralności, to fakt zarazem ostateczny i pierwotny, pozbawione antecedensu. Taka ostateczność i niezbywalność umożliwia i gwarantuje bezpieczeństwo oraz tożsamość, bez utraty wolności, w nowoczesnym świecie pluralizmu i relatywizmu.

## Bibliografia

- Agamben G. (2008), *Banicja i wilk*, (w:) Agamben G. *Homo sacer. Suwerenna władza i nagie życie*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Appadurai A. (2005), *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Universitas, Kraków.
- Barber B. (1997), *Dżihad kontra McŚwiat*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa.
- Bauman Z. (1996), *Etyka ponowoczesna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Bauman Z. (2000a), *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, PIW, Warszawa.
- Bauman Z. (2000b), *Liquid Modernity*, Polity Press, Cambridge.
- Bauman Z., May T. (2004a), *Socjologia*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań.
- Bauman Z. (2004b), *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Vecchim*, GWP, Gdańsk.
- Bauman Z. (2006), *Życie na przemiał*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Bauman Z. (2007), *Płynne życie*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Bauman Z. (2012), *Historia naturalna zła*, „Miesięcznik Znak”, nr 690.

- Beck U. (2002), *Spółeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Davies J. E., *The commodification of self*,  
<http://www.iasc-culture.org/THR/archives/Commodification/5.2EDavis.pdf> [dostęp: 24.06.2014].
- Diogenes Laertios (1984), *Żywoty i poglądy słynnych filozofów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- DeAngelis T. (20014), *Consumerism and its discontents*,  
<http://www.apa.org/monitor/jun04/discontents.aspx> [dostęp: 25.06.2014].
- Foucault M. (1987), *Historia szaleństwa w dobie klasycyzmu*, PIW, Warszawa.
- Giddens A. (2006), *Nowoczesność i tożsamość*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Giddens A. (2008), *Konsekwencje nowoczesności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Girard R. (1987), *Koziół ofiarny*, Wydawnictwo Łódzkie, Łódź.
- Kalaga W. (2001), *Mgławice dyskursu. Podmiot, tekst, interpretacja*, Wydawnictwo Universitas, Kraków.
- Klein N. (2004), *No logo, Świat literacki*, Izabelin.
- Kundera M. (2009), *Nieznosna lekkość bytu*, PIW, Warszawa.
- Latouche S. (1996), *The Westernization of the World: Significance, Scope and Limits of the Drive Towards Global Uniformity*, Polity Press, Cambridge.
- Lebow V. (2014), *Price Competition in 1955*,  
<http://hundredgoals.files.wordpress.com/2009/05/journal-of-retailing.pdf> [dostęp: 18.08.2014].
- Levack B. P. (2009), *Polowanie na czarownice w Europie wczesnonowożytnej*, Wydawnictwo Ossolineum, Wrocław.
- Orwell G. (1998), *Rok 1984, Świat Książki*, Warszawa.
- Sutowski M., Tokarz M. (red.) (2009), *Ekologia. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa.
- Ritzer G. (1997), *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa.
- Ritzer G. (2001), *Magiczny świat konsumpcji*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa.
- Sennett R. (2006), *Korożja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa.
- Tatarkiewicz W. (2002), *Historia filozofii tom 1*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wallerstein I. (2007), *Analiza systemów-światów. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Dialog, Warszawa.
- Wilk W. (2009). *Wpływ zmian klimatycznych na najbardziej zagrożone kraje świata*, (w:) *Ekologia*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa

## **Bitter Aftertaste of Liquid Modernity. The Selected Issues of Zygmunt Bauman's Social Philosophy**

### **Summary**

Liquid (or late) modernity is the notion describing a group of social phenomena which characterise the civilisation of the turn of the 21st century. The source, from which liquid modernity emerges, is socioeconomic transformations that have taken place in the western culture in the second half of the 20th century – primarily the technological, telecommunication and transport progress. The core of liquid modernity is lack of anchorage (of identity, value, capital) as well as absence of borders (consumption, geopolitical, trade, and communication). Liquid modernity can be seen in the three basic categories: variability, relativity, pluralism. In his article, the author presented the forms of functioning of individuals, the society and the entire culture under the conditions of liquid modernity.

**Key words:** late modernity, globalisation, consumerism, precariat, commodification.

**JEL codes:** F01

Artykuł nadesłany do redakcji we wrześniu 2014 r.  
© All rights reserved

Afiliacja:  
dr Marcin Urbaniak  
Wyższa Szkoła Zarządzania – Polish Open University  
ul. Domaniewska 37 A  
02-672 Warszawa  
tel.: 22 843 76 92  
e-mail: marcin.urbaniak@pou.pl