

Łukasz Iwasiński
Uniwersytet Warszawski

Konsumpcja jako źródło alienacji w teorii szkoły frankfurckiej

Słowa kluczowe: alienacja, konsumpcja, szkoła frankfurcka, postmarksizm

Wstęp

Alienacja w teorii marksistowskiej na najbardziej ogólnym poziomie oznacza – jak ujmuje to Leszek Kołakowski – „wyzbycie się przez człowieka swego człowieczeństwa”¹. Jest wynikiem presji sił, które są obce „istocie gatunkowej” człowieka. Poddana alienacji jednostka nie jest w stanie realizować „prawdziwie ludzkich” czynności i potrzeb. Z taką kondycją – jak przekonują marksiści – mamy do czynienia w kapitalizmie, gdzie nawet „własna aktywność przedstawia się ludziom jako poddana zewnętrznej konieczności”². Nurt postmarksistowski³ ze szkołą frankfurcką na czele postrzegał rynkową konsumpcję jako obszar alienacji. Poszczególni autorzy akcentowali nieco inne jej aspekty, aczkolwiek w każdym przypadku chodziło o pozabawienie jednostki jakiegoś uznanego za fundamentalny aspektu człowieczeństwa. Rynkowa konsumpcja prowadzi zatem do homogenizacji i standaryzacji potrzeb ludzi, jak i ich samych, utrwalania postawy bierności (Theodor Adorno i Max Hor-

¹ L. Kołakowski, *Główne nurty marksizmu*, Londyn 1988, s. 1097.

² J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, Warszawa 2006, s. 512 (autor relacjonuje tu pogląd Gyorgy’ego Lukacsa).

³ Pod pojęciem „postmarksizm” rozumiem zachodnią myśl reinterpretującą Marksa na potrzeby krytyki zachodniego kapitalizmu, ale odrzucającej szereg fundamentalnych postulatów klasycznego marksizmu, jak na przykład postulat dotyczący uprzywilejowanej roli proletariatu; wpływową zwłaszcza w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku.

kheimer), rozwoju postawy materialistycznej (Erich Fromm), konformizmu czy też pozbawienia zdolności krytycznego myślenia (Herbert Marcuse)

Szkoły frankfurckiej krytyka rynkowej konsumpcji

Jak wiadomo, Adorno i Horkheimer w wydanej w 1947 roku książce *Dialektyka oświecenia* argumentowali, że rozwój społeczeństw oparty na oświeceniowych ideałach nie doprowadził do spełnienia nadziei, jakie z nimi wiązano – dobrobytu i rozkwitu humanistycznych wartości. Wręcz przeciwnie – jak pokazał zwłaszcza wiek XX – pchnął ludzkość do „instrumentalizacji umysłu”. Innymi słowy, wiedza została podporządkowana technice i praktyce, stała się ważna jako narzędzie kontrolowania rzeczywistości, a nie nośnik sensu, wartości. Hegemonia umysłu instrumentalnego prowadzi do degradacji kultury, która przestaje być obszarem – jak chcieliby ją widzieć wspomniani autorzy – krytyki i przekroczenia⁴, a staje się służącym „uwiecznieniu władzy kapitału”⁵ przemysłem kulturalnym. Zestandardyzowane wytwory przemysłu kulturalnego powstające wyłącznie w procesie nastawionej na zysk komercyjnej produkcji utrwalają postawy konformistyczne i konserwują zastany porządek.

Frankfurtczycy argumentowali, że w społeczeństwie kapitalistycznym nie tylko praca, ale także konsumpcja – choć podejmowana dobrowolnie i przynosząca konsumentom satysfakcję – staje się źródłem alienacji. Szkoła frankfurcka ugruntowała pogląd, iż kapitalizm to – posłużmy się słowami Fromma

wyobcowany system, którego bardziej więźniami niż twórcami są zarówno zarządzający przedsiębiorstwem, jak i konsumenci. Zarządzający próbują co prawda ubezwłasnowolnić całkowicie konsumenta, on jednak łatwo pozostaje bierny i łatwo daje się uwodzić⁶.

Szkoła frankfurcka odeszła od koncepcji konfliktu klasowego. Nie odrzuciła pojęcia klasy jako takiego, ale uznała, że jest ono mało istotne dla krytyki konsumpcji, której wzory przekraczają klasy, a nade wszystko ponadklasowy jest jej alienujący charakter⁷. Produkcyjno-dystrybucyjny aparat i obsługująca go (wytwarzająca i bez-

⁴ Te funkcje kultury w swoich ostatnich publikacjach gorliwie podkreśla także Zygmunt Bauman. zob. Z. Bauman, *Płynne życie*, Kraków 2007, s. 83–106; idem, *Kultura w płynnej nowoczesności*, Warszawa 2011.

⁵ L. Kołakowski, *op.cit.*, s. 1088.

⁶ E. Fromm, *Rewolucja nadziei. Ku uczłowieczonej technologii*, tłum. H. Adamska, Poznań 1996, s. 156–157.

⁷ Ibidem, s. 50, 55–56; H. Marcuse, *Człowiek jednowymiarowy. Badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*, tłum. S. Konopacki, Warszawa 1991, s. 26.

myślnie konsumująca) masa przenikają się, w konsekwencji stając się jednym i tym samym. Sprzeczne interesy między ludźmi nie wynikają z podziałów klasowych, lecz indywidualnej, egoistycznej walki o dobra materialne obejmującej cały przekrój społeczeństwa. Ofiarą konsumpcjonizmu pojmowanego jako rodzaj fałszywej świadomości są więc wszyscy członkowie kapitalistycznego społeczeństwa, a jego źródłem jest zreifikowany, nieustannie dążący do wzrostu system ekonomiczny czy też po prostu rynek roztaczający za pomocą nie tylko reklamy⁸, ale całej kultury kontrolę nad konsumentami niezależnie od ich umiejscowienia w strukturze społecznej, wielkości dochodów. O ile u Karola Marksa środki produkcji należały do kapitalistów i oni mieli nad nimi ścisły nadzór, to na gruncie prezentowanego tu postmarksistowskiego dyskursu środki konsumpcji kontroluje coraz bardziej anonimowy system, którego mimowolnym współtwórcą, a zarazem ofiarą jest każdy konsument.

Kultura jako przemysł

Analizie przemysłu kulturalnego poświęcony jest tak właśnie zatytułowany rozdział *Dialektyki oświecenia*. Przemysł, poprzez swe wytwory (autorzy poddali analizie przede wszystkim produkcję w sferze symbolicznej, między innymi muzykę, film) dąży do sterowania zachowaniami konsumenta. Adorno i Horkheimer, tłumacząc jego funkcjonowanie, mówią, że działa na zasadzie „zamkniętego koła manipulacji i zwrotnych potrzeb”⁹. Im większa powtarzalność, typowość owych potrzeb, tym łatwiejsza kwantyfikacja i kontrola. Wszelkie zróżnicowanie kulturowe jest niwelowane, ponieważ wyhamowuje pracę produkcyjno-konsumpcyjnej maszyny, a więc działa na szkodę ekonomicznej racjonalności, której podporządkowana została kultura. Stąd przemysł dąży do wprowadzenia zasady „wspólnego mianownika”, upodobnienia gustów ludzi, a przynajmniej przekształcenia ich w kontrolowalny zbiór wariantów. Adorno i Horkheimer przewidzieli reżim targetów i formatów¹⁰ jako wynik racjonalizacji już nie tylko produkcji, ale również konsumpcji. Sami oczywiście nie używają tych (wypracowanych znacznie później) pojęć, posługują się jednak określeniem *level* (poziom):

⁸ Fromm pisze o reklamie jako o „najpoważniejszym zamachu na prawo człowieka do decydowania o tym, czego sam pragnie”. E. Fromm, *Rewolucja nadziei...*, s. 62.

⁹ M. Horkheimer, W.A. Adorno, *Dialektyka oświecenia*, tłum. M.J. Siemek, Warszawa 1994, s. 139.

¹⁰ Target – rynek docelowy, docelowa grupa odbiorców, do której skierowany jest komunikat czy produkt. Format – produkt wykonany czy raczej „skrojony” pod dany target; w innym znaczeniu to także produkt przemysłu kulturowego kupowany na bazie licencji i przenoszony na inne rynki.

Każdy powinien zachowywać się niejako spontanicznie, zgodnie ze swym z góry wyznaczonym przez wskaźniki *level* i sięgać po tę kategorię masowego produktu, która fabrykowana jest dla jego typu. Konsumenci jako statystyczny materiał na mapie placówek badawczych – nieróżniących się już od placówek propagandy – podzieleni są na grupy dochodów, na pola czerwone, zielone i niebieskie¹¹.

Autorzy *Dialektyki oświecenia* powiadają również:

Każda spontaniczna inicjatywa publiczności w ramach oficjalnego radia podlega fachowej selekcji oraz sterowana jest i absorbowana przez łowców talentów, konkursy przed mikrofonem i wszelkiego rodzaju centralnie protegowane imprezy. Talenty należą do przemysłu¹².

Egzekutywa przemysłu „nie dopuszcza nic, co nie pasuje do [jej] tabel, do [jej] wyobrażenia o konsumentach”¹³. Nawet jeśli w obrębie kultury masowej pojawiają się tendencje wychylające się poza narzucone przez przemysł kulturalny standardy, zostaną one albo wyparte z obiegu społecznego, albo wchłonięte przez system, oswojone i powielone jako dodatkowy wariant produkcji. Jeżeli cokolwiek

narzucane jest temuż przemysłowi siłą bezwładu społeczeństwa, irracjonalnego pomimo całej racjonalizacji, to jednak gdy owa fatalna tendencja przechodzi przez agentury interesu, zmienia się w przebiegły zamysł samego interesu. Konsumenci nie mają już do klasyfikowania nic, co nie byłoby z góry ujęte w schematyzmie produkcji¹⁴.

Adorno i Horkheimer celnie przewidzieli tu zdolność rynku do zawłaszczania, komercjalizacji wszelkich oddolnych, spontanicznych zjawisk.

A więc wedle tej diagnozy kultura, w jakiej funkcjonuje mieszkaniac zachodniego kapitalizmu, zredukowana jest do zbioru sformatowanych towarów. Wszystkie jej (kultury) wytwory muszą zgodnie z instrumentalno-racjonalistyczną wizją przemysłu kulturalnego zostać skategoryzowane i zestandaryzowane, przypisane do odpowiedniego typu, by uczynić je przedmiotem pragnień określonej grupy konsumentów.

¹¹ M. Horkheimer, W.A. Adorno, op.cit., s. 141.

¹² Ibidem, s. 140.

¹³ Ibidem.

¹⁴ Ibidem, s. 142–143.

Dla każdego coś przewidziano, aby nikt nie mógł się wymknąć, różnice zaznacza się wyraźnie i propaguje. Dostarczenie publiczności pewnej hierarchii seryjnych jakości służy tym pełniejszej kwantyfikacji¹⁵.

Jak zauważa Krystyna Krzemieniowa, „wysoka jest cena takiej racjonalizacji systemu, który uzyskał swoją jedność przez wykluczenie tego co niepowtarzalne”¹⁶. Adorno i Horkheimer dowodzą, że konsumpcja w świecie podporządkowanym rozumowi instrumentalnemu i ogarniętym postępującą komercjalizacją przyczynia się do pogłębiania alienacji i zniewolenia. Kontrolujący konsumpcję przemysł kulturowy likwiduje wszelkie niedające się sklasyfikować różnice, redukując swe wytwory (a w konsekwencji ich konsumentów) do egzemplarzy zaplanowanych w procesie produkcji typów. Ludzie pozbawieni zostają najcenniejszych cech, wartości – stają się niezdolni do krytycznego myślenia, wyzbyci z indywidualizmu; ich wyobraźnia zostaje radykalnie zubożona, a aspiracje skonwencjonalizowane, zaspokajane poprzez konsumpcję oferowanych przez przemysł towarów. Ponieważ znamionuje ich intelektualna kapitulacja i samozadowolenie, akceptują ten stan. Kołakowski, interpretując frankfurczyków, pisze, iż przemysł kulturalny „traktuje jednostki ludzkie jako powtarzalne i zastępowalne elementy abstrakcyjnego systemu”¹⁷. Takie czynienie człowieka abstraktem staje się zdaniem autorów *Dialektyki oświecenia* „ideologiczną podstawą totalitaryzmu”¹⁸.

Mieć vs być

Erich Fromm w swej twórczości podejmował typową dla szkoły frankfurckiej postmarksistowską krytykę kapitalizmu, jednocześnie silnie czerpiąc z psychoanalizy. Rozważał wpływ kapitalizmu nie tylko na kulturę i system społeczny, ale także, a może przede wszystkim na osobowość, postawę oraz jakość życia człowieka. Problematykę tę najpełniej rozwinął w pracach z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych minionego wieku, jak *Zdrowe społeczeństwo*, *Rewolucja nadziei* oraz *Mieć czy być*. Osią jego krytyki jest zjawisko alienacji będące owocem panującego w społeczeństwach kapitalistycznych wypaczonego systemu wartości – swoistej fałszywej świadomości, którą dziś śmiało można by określić jako konsumpcjonizm. Opis współczesnego, przesyconego nim zachodniego świata przeciwstawił w rzeczonych pracach utopii społeczeństwa „zdrowego”, w którym „być” zastępuje „mieć”.

¹⁵ Ibidem, s. 41.

¹⁶ Zob. K. Krzemieniowa, *Theodor W. Adorno jako krytyk kultury*, w: *Filozofia XX wieku*, red. Z. Kuderowicz, Warszawa 2002, s. 147.

¹⁷ L. Kołakowski, op.cit., s. 1087.

¹⁸ Ibidem, s. 1086.

Silny akcent położony na jednostkę, jej dobrostan czyni go najbardziej humanistycznie i psychologicznie zorientowanym spośród klasyków szkoły frankfurckiej. Fromm wzbogacił filozoficzną i socjologiczną analizę przemysłu kulturowego i generowanej przez niego masowej konsumpcji o wymiar psychologiczny. Autor ten – zgodnie z linią omawianych powyżej frankfurtczyków – uważa, iż organizacja społeczeństw kapitalistycznych została całkowicie podporządkowana ekonomii; są one „nastawione maksymalnie na produkcję dóbr materialnych i konsumpcję”, czego efektem jest „uśmiercanie jednostki poprzez przekształcanie jej w całkowicie biernego, bezsilnego w obliczu biurokracji konsumenta”¹⁹. Ich członkowie stracili „kontrolę nad własnym systemem”; jawią się jako „niewiele znaczące elementy totalnej maszyny, właściwie odżywiane i zabawiane, lecz bierne”²⁰. Fromm konstatuje, iż

tego typu organizacja społeczna, redukując człowieka do elementu maszyny rządzonego jej rytmem i wymaganiami przekształca go w *homo consumens*, totalnego konsumenta, którego jedynym celem jest coraz więcej posiadać i coraz więcej używać²¹.

Myśliciel nie rozwija szerzej pojęcia *homo consumens*. Sporo miejsca w swych pracach poświęca za to kategorii „orientacji rynkowej (merkantylnej)” (*marketing orientation*). Po raz pierwszy pojawiła się ona w książce *Niech stanie się człowiek* z 1947 roku. Fromm zaproponował w niej autorską typologię osobowości (czy też, by pozostać wiernym jego terminologii – orientacji²²) i wskazał na ich zależność od systemu społeczno-ekonomicznego. Uznał, że w społeczeństwach kapitalistycznych w drugiej połowie XX wieku dominuje (właściwie to jest ich produktem) właśnie orientacja rynkowa. Przejawia się ona w traktowaniu życiowych wyborów jako inwestycji, a swej tożsamości jako rodzaju towaru²³ – co antycypuje tak typowy dla

¹⁹ E. Fromm, *Rewolucja nadziei...*, s. 24. Podobny ton zaniepokojenia dominacją zbiurokratyzowanego, stechniczowanego systemu nad człowiekiem znajdziemy u wielu analityków społeczeństwa w tamtym okresie (zwłaszcza w latach sześćdziesiątych), niekiedy – jak przedstawiciele szkoły frankfurckiej – zdecydowanie krytycznych wobec kapitalizmu jako takiego. Można tu wymienić choćby Johna Kennetha Galbraitha i jego koncepcję „technostruktury”, Zbigniewa Brzezińskiego i jego ideę „społeczeństwa technologicznego”, „społeczeństwo technologiczne” Jacques’a Ellula czy też „megamaszynę” Lewisa Mumforda.

²⁰ Ibidem, s. 23.

²¹ Ibidem, s. 63.

²² „Orientacja” to – jak pisze Mirosław Chałubiński – „rdzeń motywacyjny i behawioralny”. Zob. M. Chałubiński, *Antropologia i utopia. Jednostka a społeczeństwo w poglądach Ericha Fromma*, Warszawa 1992, s. 49. Jego źródła są zdaniem Fromma społeczne; w niektórych publikacjach zamiast pojęcia „orientacji” używa pojęcia „charakteru społecznego”. Zob. E. Fromm, *Mieć czy być?*, tłum. J. Karłowski, Poznań 1995, s. 124.

²³ M. Chałubiński, *Antropologia i utopia...*, s. 51–52, 108, 164; E. Fromm, *Mieć czy być...*, s. 224.

ponowoczesnej krytyki konsumpcjonizmu wniossek, iż człowiek żyjący w systemie kapitalistycznym pojmuje siebie samego w kategoriach towaru, a jego podstawowym zadaniem staje się uczynienie się sprzedawalnym²⁴. Fromm zaliczył „orientację marketingową” do orientacji nieproduktywnych, a więc niezgodnych z ludzką naturą²⁵. Przy czym produktywności nie należy tu absolutnie utożsamiać z prakseologicznie (a tym bardziej ekonomicznie) pojętą efektywnością. Jest to raczej synonim życia twórczego i harmonijnego, łączącego samorealizację i zgodną koegzystencję z innymi. Wrogiem produktywności są wartości, którym hołduje współczesny kapitalizm – kult wydajności i posiadania (niedający szans na spontaniczną ekspresję, realizację tkwiącej w każdym naturalnej kreatywności), jak i narzucany przez zhomogenizowany przemysł kulturalny konformizm (który zagraża podmiotowości i hamuje potencjał rozwojowy jednostki). A więc typowo ludzka potrzeba twórczości, aktywności (pojmowanej jako działalność autoteliczna, polegająca na urzeczywistnianiu swych talentów) nie może być zaspokajana w społeczeństwie, którego nacelną zasadą jest maksymalizacja produkcji i konsumpcji. Produkcja przemysłowa nie jest odpowiedzią na spontaniczne²⁶ ludzkie potrzeby – system tworzy potrzeby „sztuczne, fałszywe, nierozwojowe, do których należy pragnienie posiadania ogromnej, jak największej liczby rzeczy”²⁷.

Rozważania i wnioski Fromma wypływają z konkretnej wizji ludzkiej natury. Choć autor *Mieć czy być?* pozostawał w zdecydowanej opozycji do wszelkich biologicznych ujęć jednostki – przyjmował, że u człowieka instynkt uległ daleko idącej redukcji – jednocześnie zakładał, że istnieją pewne niezmienniki antropologiczne²⁸. Widział człowieka jako istotę społeczną realizującą się w twórczości i kontakcie z innymi, dążącą nade wszystko do nadania sensu swej egzystencji. Tylko mając wzorzec natury ludzkiej, wyprowadzając z niego określone potrzeby, rozstrzygnąć mógł, które z nich są naturalne, prawdziwe, a które sztuczne, z zewnątrz narzucone. Uznał, że takie potrzeby, jak: „dążenie do zysku, rywalizacja i eksploatacja innych – nie są niezbywalnymi cechami człowieka, lecz aspektami osobowości ukształtowanymi w warunkach gospodarki kapitalistycznej”²⁹. Gdzie indziej pisał: „namiętne dążenie do posiadania i gromadzenia jest dążeniem bynajmniej nie wrodzonym, lecz

²⁴ Por. Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, Kraków 2009, s. 66. Ibidem, s. 18.

²⁵ Pozostałe orientacje nieproduktywne to: receptywna, eksploatorska, ciułacza. Zob. E. Fromm, *Mieć czy być...*, s. 106–107.

²⁶ Zaznaczyć trzeba, że kategoria „spontaniczności” jest dla Fromma szczególnie ważna, wyraża realizację życia wyemancypowanego, wolnego od alienacji, jest bliskoznaczna z pojęciami produktywności, zdrowia psychicznego, tak jak one stanowi pewien skrót, który autor ten rozwija później w idei „modusu być”.

²⁷ M. Chałubiński, *Słowo wstępne*, w: E. Fromm, *Rewolucja nadziei...*, s. 15.

²⁸ M. Chałubiński, *Antropologia i utopia...*, s. 42.

²⁹ Ibidem, s. 190.

będącym efektem wpływu warunków społecznych na swoistość biologiczną gatunku ludzkiego³⁰. Idea ta znalazła najpełniejszy wyraz w pracy *Mieć czy być?*, w której przedstawił dwa typy (modi) istnienia człowieka w świecie społecznym. Stanowi ona uogólnienie jego wcześniejszych rozważań antropologicznych. Modus „mieć” wiąże się z dążeniem do zawłaszczenia i dominacji (w każdej sferze – człowieka nad przyrodą, człowieka na innym człowiekiem). Usiłowanie to, gdy staje się celem samym w sobie, nabiera autodestrukcyjnej mocy. Jednym z jego efektów jest nieograniczony wzrost produkcji wymuszający wzrost konsumpcji³¹.

Cywilizacja nasza zaczęła się w momencie, w którym rasa ludzka rozpoczęła aktywne przejmowanie kontroli nad przyrodą [...]. Wraz z postępem przemysłowym [...] znaleźliśmy się na drodze wiodącej do nieograniczonej produkcji, a co za tym idzie, nieograniczonej konsumpcji³².

Konsumpcja – czy to w znaczeniu fizycznego spożycia (co jest formą prymitywną, typową dla małych dzieci albo archaicznych ludów uprawiających kanibalizm³³), czy polegająca na zawłaszczeniu – jest ostatecznym wyrazem dążenia człowieka do sprawowania kontroli, dominowania nad rzeczywistością. Opozycję modusu „mieć” stanowi modus „być” wyrażający zbliżony sens do tego, jaki Fromm wcześniej artykułował za pomocą kategorii produktywności. Oznacza on więc samorealizację, a zarazem harmonijne współistnienie z innymi oraz z otoczeniem. Manifestuje się w konsumpcji świadomej, zgodnej z naturą człowieka, a nie narzuconej przez wymogi produkcji przemysłowej, takiej, która pozwala zaspokoić rzeczywiste potrzeby, a nie te wynikłe z mody czy motywowane walką statusową, służącej realizacji twórczego potencjału człowieka, a nie prowadzącej do dehumanizacji, degradacji więzi i zagrażającej środowisku naturalnemu. W przypadku modusu „mieć” przyswojenie świata następuje przez jego zawłaszczanie; w przypadku modusu „być” poprzez – Fromm odwołuje się do Marksa – „widzenie, słyszenie, wążchanie, smakowanie, dotykanie, myślenie, kontemplowanie, czucie, chcenie, działanie...”, słowem: przez autentyczne przeżycie będące „aktywnym, niewyalienowanym wyrazem naszych władz ku odpowiadającym im przedmiotom”³⁴.

³⁰ E. Fromm, *Mieć czy być...*, s. 145.

³¹ Fromm powtarza diagnozę Adorno i Horkheimera, wedle której motywowany chęcią opanowania i kontrolowania rzeczywistości rozum instrumentalny odpowiedzialny jest za postępujące redukowanie kultury do produkcyjno-konsumpcyjnej maszyny (przemysłu kulturalnego), jednakże bardziej koncentruje się na wpływie tego procesu na osobowość i postawę jednostki.

³² E. Fromm, *Mieć czy być...*, s. 35.

³³ Ibidem, s. 68–69.

³⁴ Ibidem, s. 237.

Zatem kapitalizm wykształcił społeczeństwo oparte na modusie „mieć”; a w zasadzie doprowadził do utożsamienia modusu „mieć” z byciem – „posiadanie jest samą esencją bycia, a jeśli nie ma się nic, to jest się niczym”³⁵; „większość ludzi postrzega modus posiadania jako najbardziej naturalny sposób urzeczywistniania egzystencji”³⁶. Stąd egzystencjalnym mottem stało się „jestem tym, co konsumuję”, w której to formule Fromm widzi dramat współczesnej kultury. Im bardziej bycie będące dla tego autora wartością samoistną i podstawową zostanie zrównane z posiadaniem, tym bardziej człowiek będzie wyalienowany, zniewolony przez fetyszym towarowy – istotne będzie to, co posiada, a nie jak żyje, w jaki sposób „jest”. Modus „mieć” uzależnia człowieka od rzeczy w sposób absolutny – „rzecz posiada mnie, gdyż moje poczucie tożsamości, mój normalny stan psychiczny wspiera się ma moim posiadaniu rzeczy”³⁷.

Zdaniem Fromma sytuację jednostki w systemie kapitalistycznym w najbardziej adekwatny sposób wyraża właśnie kategoria alienacji. Autor ten posługiwał się nią w kilku pozostających w zgodzie z marksistowską tradycją znaczeniach. A więc po pierwsze, jest to wynik autonomizacji sił, które kierują ludzkim życiem (zwłaszcza poprzez rozrost biurokracji), przez co jednostka traci wpływ na kształtowanie rzeczywistości i jej zrozumienie. Autor *Mieć czy być?* kategorii alienacji używa także w odniesieniu do urzeczowienia relacji międzyludzkich („chodzi o takie sytuacje, w których ludzie stają się dla siebie wyłącznie nośnikami nieosobowych rzeczowych treści, i w tym sensie są doskonale wymienialni”; jest to wynik „kwantyfikacji i abstrakcjonizacji” świata³⁸). Alienacja to w końcu kondycja będąca efektem ulegania ideologiom (w znaczeniu marksowskim), co wyraża się w bałwochwalstwie (idolatrii), a więc oddawaniu czci fałszywym bożkom, hołdowaniu fałszywym wartościom³⁹. A kluczową ideologią kapitalizmu jest – jak już zostało powiedziane – żądza posiadania, która realizuje się w akcie niepohamowanej konsumpcji. Fromm zaproponował jednocześnie wywiedzioną z psychoanalizy interpretację wyzwalania w człowieku głodu konsumpcji. Uznał, że jest on rodzajem mechanizmu obronnego niwelującego dysonans między stłumionymi, ukrytymi w podświadomości prawdziwymi potrzebami człowieka a tymi, jakie narzucają zreifikowane siły kapitalizmu. Intensyfikowanie konsumpcji oddala jednak człowieka od jego natury, pogłębiając tylko wewnętrzny konflikt.

³⁵ Ibidem, s. 53.

³⁶ Ibidem, s. 71.

³⁷ Ibidem, s. 134–135.

³⁸ M. Chałubiński, *Antropologia i utopia...*, s. 126.

³⁹ Ibidem, s. 125.

Obowiązkowa konsumpcja rekompensuje niepokój. Jej potrzeba wynika bowiem z poczucia wewnętrznej pustki, zagubienia, napięcia i braku nadziei. Przyjmując artykuły konsumpcyjne, człowiek upewnia się, że istnieje, a jego niechęć do zmniejszenia konsumpcji ma swe źródło w obawie przed wzrostem niepokoju⁴⁰.

Tak więc prosperity produkującego sztuczne potrzeby przemysłu utrzymuje się dzięki roszczeniom samych ogarniętych fałszywą świadomością konsumentów, co tworzy fatalne w skutkach sprzężenie zwrotne, swoisty zakłęty krąg. „Jego [przemysłu – przyp. Ł.I.] rozwój stymulowany jest przez wielu wyobcowanych ludzi myślących jedynie o takich produktach, które czynią z człowieka całkowicie biernego konsumenta”⁴¹. Konsumpcja ma zatem charakter kompensacyjny. Staje się formą substytucji życiowej pustki i sposobem na zniwelowanie niepokoju. Daje iluzję wolności i samostanowienia w zreifikowanym świecie, w którym człowiek traci wgląd i wpływ na siły sterujące jego życiem. „Tylko poprzez akt konsumpcji we współczesnym świecie jednostka zyskuje poczucie ważności swego jednostkowego istnienia”⁴². To jednak poczucie pozorne, wyalienowane.

W swych rozważaniach Fromm wpada w pułapkę dydaktyzmu. Ujmując rzecz najprościej – wie lepiej od ludzi, co jest im potrzebne, co jest dla nich dobre, co zaspokoi ich prawdziwe potrzeby, jak powinni żyć, by wyzbyć się alienacji. A w zasadzie właściwsze byłoby odwrócenie tych kwestii: wie lepiej od ludzi, co jest im niepotrzebne, co jest dla nich złe, co zaspokoi ich jedynie fałszywe potrzeby, jak wygląda życie wyalienowane – bo choć Fromm spośród autorów z kręgu szkoły frankfurckiej proponował najbardziej rozbudowany projekt pozytywny⁴³, to i tak większość jego twórczości skupiona jest na krytyce istniejącego stanu. Oddajmy głos jemu samemu – kapitalistyczne społeczeństwo

produkuje mnóstwo bezużytecznych rzeczy i w tym samym stopniu wielu bezużytecznych ludzi. Uprzedmiotowany człowiek czas spędza na wykonywaniu czynności, którymi nie jest zainteresowany, wśród ludzi, którzy go nie interesują, produkując przedmioty, które niewiele go obchodzą. Kiedy zaś nie wytwarza – konsumuje. Jest jakby wiecznym oseskiem z otwartą buzią przyjmującym biernie wszystko to, co narzuca mu mający zapobiegać nudzie przemysł – papierosy, trunki, kino, telewizję, sport, lektury itd. Tak naprawdę jednak wszystko to może jedynie utrudnić człowiekowi uświadomienie sobie nudy. W rzeczywistości bo-

⁴⁰ E. Fromm, *Rewolucja nadziei...*, s. 153.

⁴¹ Ibidem, s. 152

⁴² M. Chałubiński, *Antropologia i utopia...*, s. 166.

⁴³ Przy czym i tak nie udało mu się wyjść poza dość mgliste ogólniki – autor operuje w zbiorze pewnych pojęć (jak: produktywność, spontaniczność, zdrowie psychiczne, modus być), niekiedy wyjaśniając je przez siebie nawzajem, co czyni jego rozważania tautologicznymi.

wiem zwiększa ją tak samo jak słony napój, który wzmagą pragnienie zamiast je zmniejszać. Bez względu na to, w jakim stopniu nieuświadomiana, nuda zawsze pozostaje nudą⁴⁴.

Wszystko to składa się na przypadłość, którą Fromm nazywa „zespołem wyobcowania”.

Autor ten ufał jednak w możliwość przewyciężenia tej kondycji.

Konsument godził się dotąd na to, by przemysł kontrolował go i wyjaławiał. Dziś jednak staje przed szansą uświadomienia sobie, iż ma nad przemysłem rzeczywistą władzę, która daje mu możliwość decydowania o tym, czego sam pragnie [...]. Rewolucja konsumencka przeciwko dominacji przemysłu musi jednak dopiero nadejść. Jest ona prawdopodobna, a jej skutki dalekosiężne⁴⁵

– pisał w najgorętszym okresie kontrkulturowego fermentu lat sześćdziesiątych. Kilka lat później, w połowie lat siedemdziesiątych, stwierdził:

Wśród młodzieży właśnie dają się zauważyć wzorce konsumpcji, które nie są ukrytymi formami zachłanności i posiadania, lecz wyrazem prawdziwej radości, jaką czerpię się z wykonywania rzeczy lubianych bez oczekiwania w zamian czegoś stałego [...]. Nie polerują cały czas swoich ja, aby stać się bardziej cennym towarem na rynku [...] szukają drogi do samych siebie, miast posiadać i konsumować⁴⁶.

Dziś wiemy, że jednym z podstawowych efektów rewolucji obyczajowej lat sześćdziesiątych było zniesienie krępujących rozwój rozbuchanej konsumpcji purytańskich konwencji. A zatem wywołana przez nią liberalizacja, indywidualizacja życia, wezwanie do autokreacji i poszukiwania nowych dróg samorozwoju, paradoksalnie, umocniły rynek i konsumpcjonizm⁴⁷.

Represyjna tolerancja

Herbert Marcuse, tłumacząc dynamikę współczesnego zachodniego świata, odwołuje się do kategorii Freudowskich. Jak wiemy, autor *Cywilizacji jako źródła cierpienia* konstatawał, iż trwanie społeczeństwa wymaga ciągłego represjonowania natural-

⁴⁴ E. Fromm, *Rewolucja nadziei...*, s. 63–64.

⁴⁵ Ibidem, s. 156

⁴⁶ E. Fromm, *Mieć czy być...*, s. 130–131.

⁴⁷ K. Krzysztofek, *Zagłuszanie kultury masowej*, „Kultura i Historia” 2011, nr 20, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3001> (2.03.2015).

nych ludzkich popędów. Marcuse utrzymuje, iż przekonanie twórcy psychoanalizy o nierozwiązywalnym konflikcie między popędami (znajdującymi wyraz w zasadzie przyjemności) a społeczeństwem, kulturą (co znajduje wyraz w zasadzie rzeczywistości) jest fałszywe – uznaje, że ta sprzeczność na charakter historyczny. Prawdziwy konflikt zachodzi między popędami a pracą wyalienowaną. Wbrew Freudowi Marcuse uznał, iż współczesne uprzemysłowione społeczeństwa dzięki technologicznemu postępowi i większemu dostatkowi dają potencjalną szansę na odrzucenie pracy wyalienowanej i urzeczywistnienie zasady przyjemności⁴⁸. W *Erosie i cywilizacji* z 1955 roku akcentuje on potrzebę wyzwolenia popędów, co – wbrew teorii Freuda – nie musi prowadzić do samowoli i chaosu, lecz w warunkach istniejącego dobrobytu i rozwoju technologicznego pozwoli zbudować nowe społeczeństwo wolne od alienacji, oparte na zmysłowości i spontanicznej solidarności. Należy jednakże przywrócić popędy do ich naturalnej postaci, ponieważ zostały one zdeformowane przez kapitalizm⁴⁹.

W kapitalizmie Freudowska zasada realności przybrała kształt zasady wydajności⁵⁰, której wyrazem jest „apokaliptyczny techniczny aparat produkcji” wytwarzający „wciąż więcej, wciąż szybciej coraz to nowe dobra”⁵¹. Prowadzi ona do „pogłębienia zniewolenia i alienacji jednostki”⁵². By owoc owego „apokaliptycznego aparatu produkcji”, a więc nadmiar towarów, został wchłonięty, ludzie muszą być utwierdzani w poczuciu niedostatku.

Społeczeństwo obfitości dostarcza wprawdzie coraz większej ilości dóbr i usług, ale narzucony przez nie jednostkom system wartości nakazuje równocześnie pragnąć jeszcze większej ilości wciąż nowych dóbr. Rozszerzona produkcja dóbr staje się tym samym rozszerzoną reprodukcją niedostatku⁵³.

Czyni się to przez kreowanie fałszywych potrzeb⁵⁴. „System oficjalny urabia potrzeby, pragnienia jednostki, określa skalę pożądaných dóbr i usług oraz wzorce

⁴⁸ Ściśle rzecz biorąc, Marcuse mówi o możliwości odrzucenia nadrepresji (nadtlumienia) – represji nadmiarowej, służącej nie zachowaniu kultury, a utrzymywanej w interesie panowania systemu, w tym wypadku kapitalizmu, i prowadzącej do alienacji. Nadrepresja jest zawsze formą wyzysku.

⁴⁹ Marcuse uznawał, że biologia człowieka, jego sfera popędowa także ma charakter historyczny i uległa alienacji.

⁵⁰ J. Waserman, *Krytyczna teoria społeczeństwa Herberta Marcusego*, Warszawa 1979, s. 107.

⁵¹ Ibidem, s. 117–118.

⁵² W. Gromczyński, *Wstęp*, w: H. Marcuse, op.cit., s. XXV.

⁵³ J. Waserman, op.cit., s. 107.

⁵⁴ Marcuse definiuje fałszywe potrzeby jako „takie, które są narzucone jednostce w procesie jej represjonowania [...]; potrzeby, które utrwalają znój, agresywność, cierpienie i niesprawiedliwość. Ich zaspokojenie mogłoby być czymś najbardziej przyjemnym dla jednostki, jednak

tego, co później ona sama zaczyna odczuwać jako swoje szczęście⁵⁵. Charakter masowej produkcji wytwarzającej zestandaryzowane dobra wymaga zuniformizowania tychże potrzeb i tym samym ludzi jako takich. Jak powiada Marcuse, „zachowują się oni i konsumują zgodnie z tym, co zaleca reklama, kochają i nienawidzą to, co kochają i nienawidzą inni⁵⁶. Wygenerowana w ten sposób, wyalienowana konsumpcja staje się w kapitalistycznej kulturze nadmiaru podstawowym narzędziem kontroli społecznej.

Kapitalizm przekształcił się w system powszechnego dobrobytu, który ukształtował osobowość konsumpcyjną – *homo consumens* [...], ceną za ów dobrobyt jest utrata autonomii i samostanowienia przez jednostkę, która w zamian za wygody ułatwiające egzystencję rezygnuje z całej swej istoty⁵⁷.

A więc przekształceniu ulega natura człowieka, można by rzec, że zaczyna on identyfikować się z wytworzoną przez kapitalizm naturą fałszywą, absolutnie uzależnioną od systemu konsumpcji, który staje się kluczową instytucją umożliwiającą zaspokojenie życiowych potrzeb. Stąd system kapitalistyczny widzi Marcuse jako „represywną całość”; nie waha się użyć w odniesieniu do niego słowa „totalitaryzm”. Chodzi mu właśnie o to, że kontroluje on wszelkie aspekty życia jednostki. „Aparat produkcji zdąża do stania się totalitarnym w tej mierze, w jakiej określa nie tylko społecznie potrzebne zajęcia, umiejętności i postawy, lecz także indywidualne potrzeby i aspiracje⁵⁸. Wiesław Gromczyński zauważa: „alienację, deformującą samą istotę człowieka, Marcuse [...] odnajduje i opisuje we wszystkich formach aktywności człowieka i we wszystkich przejawach jego istnienia⁵⁹. Píše, iż ostrzej od Marksa „formuluje on tezę o alienacji człowieka we współczesnych, wysoko uprzemysłowionych społeczeństwach”. Alienacja „przenika wszechstronniej i głębiej, niż opisywał Marks – do wszystkich warstw ludzkiej egzystencji – także do sfery po-

take szczęście nie jest stanem, który powinien być utrzymywany i chroniony, jeśli służy on zahamowaniu rozwoju zdolności (jej własnej lub innych ludzi) do rozpoznania choroby całości i uchwycenia szans wyleczenia. Rezultatem jest wtedy euforia w nieszczęściu [...]. Takie potrzeby posiadają społeczną treść i funkcję, które są zdeterminowane przez zewnętrzne siły, nad którymi jednostka nie ma żadnej kontroli [...] bez względu na to, jak bardzo jednostka identyfikuje się z nimi i odnajduje siebie w ich zaspokajaniu, są one nadal tym, czym były od początku – wytworami społeczeństwa, którego dominujący interes wymaga represjonowania”. H. Marcuse, op.cit., s. 21–22.

⁵⁵ W. Gromczyński, op.cit., s. XXVI.

⁵⁶ H. Marcuse, op.cit., s. 22.

⁵⁷ J. Waserman, op.cit., s. 129–130.

⁵⁸ H. Marcuse, op.cit., s. 11.

⁵⁹ W. Gromczyński, op.cit., s. XIII.

trzeb, aspiracji, marzeń i dążeń jednostki”⁶⁰. Emancypacja musi wiązać się z wyrugowaniem obowiązującego porządku z wnętrza jednostki, odrzuceniem wpojonych jej potrzeb i wartości

znajdujących wyraz w rywalizacji, podboju, określaniu się znakami społecznego prestiżu i sukcesu [...], posiadaniu, konsumowaniu, w niepohamowanej wymianie rzeczy jeszcze użytecznych na inne, bardziej nowoczesne i prestiżowe⁶¹.

Negacja zachodniego kapitalizmu w wydaniu Marcuse’a ma wymiar absolutny, nie wierzy on w możliwość jego przekształcenia od wewnątrz, uznając, że w jego łonie nie jest w stanie zaistnieć jakakolwiek myśl wobec niego krytyczna. Jeśli tylko się pojawi i okaże się zagrożeniem dla *status quo*, zostanie spacyfikowana, zamieniona w rynkowy produkt, którego wytwarzanie i konsumpcja jest odgórnie administrowana, umacniając władzę systemu (czego najlepszym przykładem jest komercjalizacja wyrosłych z ducha kontestacji subkultur). W tym właśnie przejawia się „represywna tolerancja” kapitalizmu.

Stąd prawdziwa krytyka systemu (niepoddająca się jego kontroli) musi pochodzić z zewnątrz. Co to tak naprawdę znaczy – autor bliżej nie tłumaczy; sugeruje jedynie, że jedyną skuteczną formą jest totalna negacja i że zarzewie zmiany tkwi we wszelkich środowiskach kontestujących obowiązujący porządek społeczny – kontrkulturze, lewicowych ruchach związanym ze studenckimi buntami, marginalizowanych mniejszościach (etnicznych, seksualnych). Píše, że trzeba wyzwolić siły, które odmienią konformistycznego, sformatowanego przez zhomogenizowaną przemysłową produkcję i konsumpcję człowieka oraz otaczającą go rzeczywistość, i nawołuje do rewolucji, niszczenia instytucji aktualnego społeczeństwa kapitalistycznego. Jednak statystyczny mieszkaniec zachodniego, kapitalistycznego świata nie jest do rewolucji zdolny ani w najmniejszym stopniu nią zainteresowany. Jak do tego doszło, Marcuse tłumaczy w książce *Człowiek jednowymiarowy* z 1964 roku. Zgodnie z linią wytyczoną przez Adorno i Horkheimera uznaje, że nauka i technika, powołane do życia jako instrument panowania nad przyrodą i zaspokajania potrzeb człowieka, z czasem stały się samodzielną, zniewalającą siłą. Myśl ludzka – powiada Marcuse – poruszać powinna się między dwoma biegunami: stanem zastanym a jego krytyką i wyobrażeniem stanu innego; musi mieć zdolność adaptowania się do istniejących realiów (co można nazwać wymiarem technicznym czy też instrumentalnym rozumem), ale jednocześnie ich przekraczania (co należałoby nazwać wymiarem krytycznym)⁶². A więc trzeba trafnie rozpoznawać to, co jest – i uczyć się to zagospodarowywać,

⁶⁰ Ibidem, s. XXII.

⁶¹ Ibidem, s. XL.

⁶² Ten wątek konieczności przywrócenia jednostce zdolności transgresji, myślenia utopijnego jako warunku emancypacji jest charakterystyczny dla wszystkich omawianych tu myślicieli z kręgu

ale jednocześnie konfrontować to z wizją tego, co być powinno – budując projekt zmiany i dając asumpt do rozwoju w kierunku urzeczywistniania wolności. Ta „dwuwymiarowość” myśli została jednak przez współczesny kapitalizm zredukowana do jednego wymiaru – utwierdzającego *status quo* rozumu technicznego.

Zanika przeciwieństwo między myślą a rzeczywistością, które identyfikują się ze sobą [...] w ten sposób powstaje jednowymiarowy człowiek i jednowymiarowe społeczeństwo [...] nieznające alternatyw⁶³.

Ciekawe, że to zjawisko ocenia Marcuse skrajnie krytycznie. Wszak unia myśli i rzeczywistości prowadząca do zniesienia potrzeby tworzenia utopii jest równoznaczna z Marksowsko pojętym stanem dezalienacji; to istota emancypacji. Autor *Człowieka jednowymiarowego* przyjmuje najwyraźniej, że to „emancypacja fałszywa”.

Podsumowanie

Czołowi przedstawiciele szkoły frankfurckiej konstatują zgodnie z tradycją marksistowską, że w kapitalizm nieodzownie wpisana jest alienacja, a jedną z kluczowych dziedzin życia, w których się ona przejawia, jest konsumpcja. Główną słabością tej perspektywy jest niemożność falsyfikacji. Każdy dowód świadczący przeciw jej prawdziwości może być zinterpretowany jako argument na rzecz wszechwładzy systemu – im konsument jest szczęśliwszy, tym bardziej został zmanipulowany, podany głębszej alienacji (co znajduje wyjątkowo jaskrawy wyraz u kreślącego wizję niczym z Aldousa Huxleya⁶⁴ Marcuse’a). Tak oto autor *Człowieka jednowymiarowego* sam przyznaje, że „jednostki utożsamiają się z egzystencją, która jest im narzucona, i wiążą z nią swój własny rozwój i satysfakcję”⁶⁵, że świadomość fałszywa jest jednocześnie świadomością szczęśliwą, tłumacząc to tym, że została tak sprytnie zafałszowana, że nie może poznać swej niedoli. To „bardziej posunięte stadium alienacji”⁶⁶. A więc kapitalizm jest – zdaje się nam mówić ten myśliciel – światem, w którym wszyscy uciskają wszystkich⁶⁷, ale o tym nie wiedzą; zarazem są usatysfakcjonowani – zredukowani do roli konsumentów, lecz doskonale się w niej realizują.

Jednostka

szkoły frankfurckiej, choć odmiennie widziane jest jej zaplecze: Adorno i Horkheimer widzą je wśród intelektualistów, Marcuse – wśród represjonowanych mniejszości.

⁶³ J. Waserman, op.cit., s. 143.

⁶⁴ Zob. A. Huxley, *Nowy wspaniały świat*, tłum. B. Baran, Warszawa 2008.

⁶⁵ H. Marcuse, op.cit., s. 29.

⁶⁶ Ibidem, s. 29.

⁶⁷ J. Waserman, op.cit., s. 154.

w ustanowionym uniwersum sztucznych potrzeb i satysfakcji związanych z ich zaspokojeniem cieszy się dobrym samopoczuciem i świadomością szczęśliwą. Utwierdza się w przekonaniu, że w świecie wzrastającej konsumpcji rozwija swoją podmiotowość i wolność. To zadowolenia ze swego sposobu życia i z systemu świadczy o fałszywej świadomości człowieka⁶⁸.

Można odnieść wrażenie, że ta w założeniu bezpardonowa krytyka staje się – mimowolnie – afirmacją kapitalizmu w ogóle, a konsumpcjonizmu w szczególności.

Scharakteryzowani w artykule autorzy wyraźnie czerpią z dorobku młodego Marksa⁶⁹, który jakkolwiek odżegnywał się od stanowisk esencjalistycznych i abstrakcyjnego ujmowania człowieka, usiłując wyprowadzić jego kształt z *praxis*, odwoływał się do pojęcia natury ludzkiej i konstruował jej wyidealizowany obraz. Tylko w zestawieniu z określoną wizją człowieczeństwa, jego pozaempirycznym wzorcem kategoria alienacji rozumiana zgodnie z zaprezentowaną tu tradycją ma podstawy.

Czymże jest alienacja, w rzeczy samej, jak nie procesem, w którym człowiek wyzbywa się czegoś, czym sam jest prawdziwie, wyzbywa się tedy własnego człowieczeństwa. Aby z sensem posługiwać się tym słowem, musimy założyć, iż wiemy, czym jest wymóg bycia człowiekiem, to jest czym jest człowiek urzeczywistniony w odróżnieniu od człowieka zatraconego, czym jest człowieczeństwo albo natura ludzka⁷⁰

– pytał Kołakowski. „Bez owego [...] wzorca czy modelu nie sposób słowu alienacja przypisać sensu” – odpowiadał. Nie ma tu miejsca na szersze rekonstruowanie owego wzoru normatywnego człowieczeństwa szkicowanego w pracach młodego Marksa. Można odwołać się do Marka Fritzhanda, którego zdaniem u jego podstaw legły dwie zasady: zasada samorealizacji (samourzeczywistnienia) oraz zasada uspołecznienia. Pierwsza z nich postuluje wszechstronny rozwój oraz zaspokojenie pragnień; druga stwierdza, że nie może to się odbywać kosztem innych⁷¹. Człowiek, by być w stanie je wypełnić, charakteryzować musiałby się między innymi: aktywnością, zdolnością do świadomego, kreatywnego, pożytecznego przetwarzania przyrody, wrodzoną chęcią wszechstronnego rozwoju osobistego i harmonijnej współpracy z innymi, naturalną potrzebą więzi z innymi ludźmi, bezinteresownością.

Ten właśnie wzorzec adaptują przedstawiciele szkoły frankfurckiej ze szczególnym uwzględnieniem Fromma. Należy docenić pełen wiary w człowieka ton książek

⁶⁸ W. Gromczyński, op.cit., s. XXXII.

⁶⁹ Tradycyjnie pojęcie „młody Marks” obejmuje okres do lat 1844–1845, kojarzone jest zwłaszcza z kategorią alienacji i *Rękopisami filozoficzno-ekonomicznymi*.

⁷⁰ L. Kołakowski, op.cit., s. 222.

⁷¹ M. Fritzhand, *Myśl etyczna młodego Marksa*, Warszawa 1978, s. 118–124.

tego autora. Jednakże oceniając całościowo jego program, nie sposób nie zauważyć, że częstokroć przepełniony jest on życzeniowością i naiwnością; razi romantyczne przekonanie o takiej a nie innej „prawdziwej” naturze ludzkiej. Analogiczny problem napotykamy w przypadku innych kluczowych dla przedstawionych tu poglądów koncepcji, jak: fałszywa świadomość (sensowna jedynie w odniesieniu do jakiegoś ideału świadomości prawdziwej), fałszywe bądź sztuczne potrzeby (sensowne jedynie w odniesieniu do jakiegoś ideału potrzeb prawdziwych).

Przedstawiciele szkoły frankfurckiej ogólnie zakładają także, że rynek nie pozwala realizować się człowieczeństwu; za jego pośrednictwem nie można po Frommowsku „być”, akt rynkowej konsumpcji niemal z definicji nas od owego „bycia” oddala. To założenie jest dyskusyjne – wszak przedmiotem obrotu rynkowego mogą być także towary i usługi pozwalające na samorealizację, rozwój; wspierające aktywną postawę, a nie tylko utwierdzające w bierności; umożliwiające społeczną partycypację i upodmiotawiające, a nie uprzedmiotawiające; sprzyjające refleksji i krytyce, a nie konformizmowi.

Wyrastająca z dziedzictwa szkoły frankfurckiej krytyka konsumpcjonizmu ma wciąż swych apologetów; zaczerpnięte z niej wątki przeniknęły również do myślenia potocznego i popularnej publicystki. Jednakże aplikowanie kategorii alienacji w odniesieniu do krytyki konsumpcji zgodnie z tradycją wyznaczoną przez frankfurczyków jest ze wszech miar dyskusyjne i wymaga gruntownego przemyślenia uwzględniającego zaprezentowane w tym paragrafie argumenty, dla których oparcie i szersze uzasadnienie znajdziemy w krytyce teorii alienacji na gruncie marksizmu czy postmarksizmu, jak i dorobku studiów kulturowych.

CONSUMPTION AS A SOURCE OF ALIENATION IN THE THEORY OF FRANKFURT SCHOOL

Summary

Keywords: alienation, consumption, Frankfurt School, post-marxism

The paper presents in detail the views on consumption of the classics of Frankfurt School: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm, Herbert Marcuse. They argued that in capitalist society not only work, but also the market consumption – although taken voluntarily and bringing consumers satisfaction – becomes a source of alienation. They conceived alienation as depriving individuals of some fundamental aspect of humanity (individualism, creative potential, critical thinking). While in Marx’s theory means of production belonged to the capitalist class, which controlled them, on the grounds of Frankfurt School discourse means of consumption are supervised by increasingly anony-

mous, reified system, whose unwitting creator, and at the same time a victim, is each consumer. In this perspective, all members of capitalist society are subjected to oppressive ideology of consumerism, which is a kind of false consciousness.