



Spoleczeństwo odpowiedzialne? O aspektach odpowiedzialności w życiu społecznym jednostek, red. K. Cikała, W. B. Zieliński, Kraków 2015, s. 65–76
DOI: <http://dx.doi.org/10.15633/9788374384254.07>

Katarzyna Cikała

PONOWOCZESNY WYMIAR ODPOWIEDZIALNOŚCI

Kwestia odpowiedzialności w społeczeństwie ponowoczesnym, czyli społeczeństwie, które osiągnęło na tyle wysoki wskaźnik konsumpcji, by nazwać je społeczeństwem konsumpcyjnym, jest sprawą wysoce problematyczną. Trudno pokusić się o jedną spójną definicję odpowiedzialności w społeczeństwie ponowoczesnym, nastawionym na konsumpcję. W obliczu różnorodności „projektów” na życie¹ można podać wiele definicji odpowiedzialności, zależnie od kondycji jednostki, zastałych sytuacji czy też indywidualnych potrzeb. To, w jaki sposób odpowiedzialność pojawia się w perspektywie społecznej, wydaje się zdeterminowane przez panujące tendencje i specyfikę danego społeczeństwa. Zatem wychodząc od definicji danego społeczeństwa i jego atrybutów, można następnie skoncentrować się na problemie odpowiedzialności.

W poniższym artykule przybliżony zostanie problem odpowiedzialności w społeczeństwie ponowoczesnym w oparciu o publikacje Zygmunta Baumana oraz innych współczesnych myślicieli. Autorka rozpocznie od charakterystyki społeczeństwa ponowoczesnego i odwołania do nowoczesności, następnie przejdzie do próby zdefiniowania odpowiedzialności, określenia jej granic oraz odpowiedzi na pytanie o wartość odpowiedzialności w społeczeństwie ponowoczesnym.

¹ Projekty na życie są to indywidualne pomysły dotyczące życia jednostki, w oparciu o które funkcjonuje człowiek ponowoczesny. Projekt ma być czymś dopracowanym, zaplanowanym. Pozwala jednostce dobrowolnie kierować własnym życiem i stwarzać pozory bezpieczeństwa (to, co zaplanowane, przewiduje konkretne okoliczności) (Zob. Z. Bauman, *Etyka ponowoczesna*, tłum. J. Bauman, Warszawa 2012, s. 18).

Problematyczna (po)nowoczesność

Mówiąc o ponowoczesności, większość autorów ma na myśli nową epokę w funkcjonowaniu społeczeństwa i nowy prąd umysłowy, powstały wskutek transformacji społeczeństwa nowoczesnego. Ponowoczesność to kolejna epoka w funkcjonowaniu społeczeństwa – charakteryzuje się powstaniem nowych wzorców osobowych, nowych tendencji społecznych, zaprogramowaniem rozwoju społeczeństwa w określonym kierunku. Społeczeństwo ponowoczesne często jest utożsamiane ze społeczeństwem konsumpcyjnym². Jednak jest to tylko jedna z perspektyw. Bogactwo ponowoczesności to nie tylko konsumpcja, chociaż ponowoczesność nie może wyzbyć się powszechnej potrzeby konsumowania.

Zygmunt Bauman, przyglądając się zmianom w społeczeństwie, dokonuje charakterystyki nowoczesności i ponowoczesności. Jak sam pisze:

W czasach nowoczesnych jednostki ludzkie kształtowane były głównie wedle „wytwórczo-wojskowego” wzorca; innymi słowy, rolę wytwórców dóbr i żołnierzy, które przygniatająca większość ludzi nowoczesnych miała pełnić i do których pełnienia większość tę sposobiono, dostarczały wspólnie podstawowych wzorców i kryteriów oceny czynnych w procesach formowania czy samo-kształtowania się jednostek³.

W nowoczesności człowiek funkcjonował jako podmiot posiadający olbrzymią moc tworzenia bądź niszczenia. Jako robotnik wykonywał swoją pracę, będąc zarazem kreatorem otoczenia. Praca ta miała być systematyczna i nie wywoływać większego obciążenia. Robotnik musiał podlegać regulacjom – na jego pracę miało wpływ szereg czynników, a także decyzje zwierzchników. To samo dotyczyło się pracowników wyższego szczebla, których praca również była regulowana. Jednostka sama nie tworzyła całości, całość była tworzona dopiero we współpracy z innymi. Praca pojedynczego człowieka miała znaczenie dopiero w kooperacji z innymi. Stąd też drugi człowiek liczył się jako nie tylko kom-

² Dokładnej analizy społeczeństwa konsumpcyjnego dokonuje autorka w publikacji: K. Cikała, *Społeczeństwo konsumentów. Kilka słów o racjonalizacji na sprzedaż*, [w:] *Społeczeństwo rozumne? O relacji między jednostkami a racjonalnością*, red. K. Cikała, K. Drążkiewicz, W. B. Zieliński, Kraków 2014, s. 38–52.

³ Z. Bauman, *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń 1995, s. 53.

pan w pracy, ale również podmiot dialogu⁴. Ważną częścią życia człowieka była sprawność fizyczna, a szczególnie – silne i solidne ciało. Miało ono być gwarantem solidnej pracy. Wątpliwość ciała, chaotyczność działań i niezdolność dopasowania się do rytmu pracy innych były odbierane jako dysfunkcja danej jednostki. W związku z tą cechą pojawiała się swoista potrzeba dyscypliny jako motoru napędzającego działanie człowieka. Dyscyplina miała na celu mobilizację do dbania o poprawne funkcjonowanie organizmu, ale także o poprawne stosunki w pracy.

Z kolei w ponowoczesności następują radykalne zmiany w funkcjonowaniu jednostki. Według autora:

Jednostki ludzkie kształtowane są w pierwszym rzędzie pod kątem „spożywczo-ludycznych” funkcji, innymi słowy, role konsumenta i gracza (czy człowieka zabawy), które większość ludzi ponowoczesnych ma pełnić i do których pełnienia się ich spობi, dostarczają podstawowych wzorów i kryteriów oceny czynnych w procesach formowania i samo-kształtowania się jednostek⁵.

W ponowoczesności człowiek stał się w pierwszym rzędzie organizmem doświadczającym – tym, który przeżywa, odczuwa, konsumuje, doświadcza różnorodnych emocji. Nie jest tylko organizmem, do którego dochodzą różnego rodzaju bodźce, ale to właśnie on staje się punktem wyjścia wszelkich działań. Akcent został postawiony na spontaniczność działań i ich nieskrępowanie. Wartością, która wychodzi na piedestał, jest niezależność i możliwość samodecydowania o sobie oraz samostwarzania siebie. W tej konstrukcji zamiast potrzeby dbania o tężyznę fizyczną pojawia się potrzeba dbania o własną sprawność. Nie tyle chodzi tu o sprawność fizyczną, co o sprawność w odbieraniu wrażeń, sprawność doświadczania i przeżywania odbieranych bodźców. Pojawia się także potrzeba osiągnięcia sprawności w dostosowywaniu się do zmiennych warunków otoczenia, możliwość zadowolenia się w innych warunkach geograficznych. Przeciwieństwem sprawności będzie „sflaczałość”, która w tych warunkach będzie polegała na nieprzystosowaniu się

⁴ Podobne myślenie przedstawiał Józef Tischner w swojej koncepcji pracy. Według Tischnera praca to nie tylko wykonywanie konkretnych zadań z perspektywą zarobienia pieniędzy, ale przede wszystkim możliwość wejścia w dialog z drugim człowiekiem. (Zob. J. Tischner, *Etyka solidarności*, Kraków 2000, s. 17–27).

⁵ Tamże, s. 54.

do zmiennych warunków życia, niedostatecznej konsumpcji oraz nie tak płynnym przeżywaniu otoczenia⁶. Wszelkie objawy sflaczałości należy jak najszybciej usuwać, np. poprzez konsultacje ze specjalistami, terapie, odpowiednie leki. Sflaczałość zagraża kondycji człowieka – nie jest on w stanie być dobrym konsumentem, nie dostosowuje się do wymogów społecznych. Istnieje spore prawdopodobieństwo, że sflaczała jednostka zostanie zepchnięta poza nawias społeczny, stając się tym samym jednostką zbyteczną – „człowiekiem odpadem”⁷. Stąd też ogromna troska o poprawną kondycję człowieka. Człowiek odpad, człowiek sflaczały nie jest już dobrym członkiem społeczeństwa. Dobrym, czyli takim, który należycie wypełnia swoje obowiązki – w dostateczny sposób konsumuje.

Znakiem ponowoczesności jest podporządkowanie wszystkich sfer życia konsumpcji. To właśnie w ponowoczesności pojawiają się cztery wzorce osobowe (gracza, włóczęgi, spacerowicza, turysty), które to, jak pisze Bauman, są swoistymi metaforami opisującymi typowe zachowania ludzkie w tej epoce.

Żaden z tych typów nie odda chyba wszystkich cech ponowoczesnego bytu; jest na to ponowoczesność zbyt skomplikowana i za mało spójna. Wymyka się ona wszelkim próbom redukcji – tym właśnie różni się ona przecież od „klasycznej” nowoczesności, że nie można się w niej doszukać „stosu pacierzowego”, „głębinowej” struktury, „głównego ogniwa” czy wzoru dominującego, a więc takich właśnie składników, których widoczność pozwala posłużyć się jedną tylko metaforą dla oddania całokształtu życia nowoczesnego⁸.

Cztery wzorce osobowe nie mają pokazać możliwych zachowań ludzkich, ale mają uświadomić odbiorcy niespójność i wieloznaczność ponowoczesności⁹. Wynika to z faktu, że żaden człowiek nie reprezentuje w całości jednego wzorca osobowego, ale pewną ich mieszankę. Bauman, pisząc o danych wzorcach, stwierdza, że „wielość typów sygnalizuje analityczną «nieczystość» bytu, jego niespójność, rozchwianie, chroniczną wieloznaczność, niekonsekwencję, charakterystyczną dlań skłonność do zbierania w jeden nurt wzorów, którym

⁶ Tamże, s. 55.

⁷ Koncepcja ludzi odpadów została opisana i przedstawiona przez Baumana w książce *Życie na przemiał*. Zob. Z. Bauman, *Życie na przemiał*, Kraków 2004.

⁸ Z. Bauman, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Warszawa 1994, s. 20.

⁹ Zob. tamże, s. 21–35.

nie łatwo żyć ze sobą w zgodzie”¹⁰. Charakterystyka ta będzie przydatna przy dalszych rozważaniach dotyczących odpowiedzialności.

Konsumpcja *versus* odpowiedzialność

Podejmując kwestię odpowiedzialności w społeczeństwie ponowoczesnym, należy zwrócić uwagę, że pomimo wprowadzenia aż czterech wzorców osobowych głównie mówi się o jednym – pierwotnym wzorcu tego społeczeństwa – konsumencie. Konsument może być zarazem spacerowiczem, włóczęgą, turystą i graczem. Może przedstawiać wiele różnych koncepcji życia, jednak czymś dla nich wspólnym będzie podporządkowanie się prawom rynku i specyfiki społeczeństwa konsumpcyjnego.

Pierwotną koncepcją, która podporządkowuje sobie członków społeczeństwa konsumpcyjnego, jest „biała magia liczb”, o której pisał Jean Baudrillard w swojej książce *Społeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury*. Jak pisze Baudrillard:

Mówimy o absurdalnej akrobatyce „buchalterskich złudzeń”, narodowej księgowości. Nie dociera do niej nic prócz czynników widzialnych i mierzalnych w oparciu o kryteria racjonalności ekonomicznej – oto reguła owej magii [...]. Ponadto owe księgowo zestawienia mają coś wspólnego z marzeniem sennym, gdyż tak samo brakuje im pojęcia znaku odejmowania i wszystko ze sobą sumują, zarówno braki, jak i elementy dodatnie, a wszystko to dzieje się w płaszczyźnie całkowicie pozbawionej logiki, bynajmniej nie niewinnej¹¹.

Według Joanny Mysony Byrskiej „biała magia liczb” to nic innego jak dyktatura pieniądza, wykluczająca wartości niematerialne czy też sprowadzająca te wartości do sfery typowo ekonomicznej. Autorka jako przykład podaje sytuację, w której to młoda matka do opieki nad potomstwem powinna zatrudnić inną osobę, a sama udać się do swojej pracy. Byrska analizuje sytuację z perspektywy ekonomicznej i zwraca uwagę na fakt, że w sytuacji, w której matka idzie do pracy i zostawia swoje dziecko pod opieką niani, wymierny zysk dla rodziny jest

¹⁰ Tamże, s. 21.

¹¹ J. Baudrillard, *Społeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa 2006, s. 33.

zerowy, zaś niewymierny w postaci nieobcowania ze swoim dzieckiem na co dzień nie podlega wartościowaniu w świecie konsumpcji¹². Wynika to z przekonania, że tylko młoda matka, która pracuje i spełnia swoją rolę konsumentką, jest cenioną osobą w społeczeństwie konsumentów.

W tej mitycznej algebrze księgowości kryje się jednak być może pewna prawda, prawda systemu ekonomiczno-politycznego społeczeństw wzrostu. Bezładne sumowanie na równi czynników dodatnich i ujemnych wydaje się czymś paradoksalnym. Być może jest to jednak zwyczajnie logiczne. Gdyż prawdą może być, że to dobra „ujemne”, wyrównane szkody, wewnątrz koszty funkcjonowania, społeczne koszty „dysfunkcyjnej” wewnętrznej regulacji, pomocnicze sektory bezcelowego marnotrawstwa „odgrywają w tej całości dynamiczną rolę lokomotywy ekonomicznej”¹³.

Inna racjonalność, która panuje w społeczeństwie konsumentów, narzuca na przeciętnego człowieka zupełnie inne wymogi i wartości. Racjonalność ekonomiczna staje się podstawą do przyjęcia określonych postaw i wartości jako normalnych, powszechnych i uniwersalnych. Jak w przykładzie z młodą matką – czymś normalnym i powszechnym staje się pozostawianie dziecka pod opieką innych osób, które posiadają odpowiednie kompetencje. W myśleniu nowoczesnym tego rodzaju podejście nie było tak faworyzowane. Matka, która notorycznie zostawiała swoje dziecko do opieki innym, nie była traktowana zbyt poważnie (o ile nie zmuszały jej do tego warunki życiowe). Prawdziwa i idealna matka wychowywała swoje dziecko, była przy nim obecna i nie opuszczała go na krok. Zmiana tempa życia, poprawa warunków materialnych, a także przyjęcie zachodnich zwyczajów przekształciły nowoczesne podejście do wychowywania potomstwa. Wraz z przyjętym schematem postępowania przyjęciu uległy także wartości, które to Baudrillard nazwał nowymi wartościami¹⁴. Nowe wartości spowodowały, że na piedestale oczekiwań konsumentów stanęły dobrobyt, sukces, prestiż, zdrowie, ładny wygląd, wysportowane ciało. Wskutek przeobrażeń rynku oraz etyki przeobrażeniu uległy także dotychczasowe wartości, a z nimi również odpowiedzialność.

¹² J. Mysona Byrska, *Odpowiedzialność konsumenta w świecie konsumpcji*, [w:] *Spółeczna odpowiedzialność gospodarki. Perspektywa interdyscyplinarna*, red. S. Fel, Lublin 2014, s. 152.

¹³ J. Baudrillard, *Spółeczność konsumpcyjna: jego mity i struktury*, dz. cyt., s. 34.

¹⁴ Zob. tenże, *Wymiana symboliczna i śmierć*, tłum. S. Królak, Warszawa 2007, s. 92.

Byrska podkreśla, że odpowiedzialność w myśli wielu filozofów zawsze była postrzegana jako wartość, która konstytuuje osobę. Odpowiedzialne działanie to działanie świadome, polegające na realizowaniu wybranych wartości i ponoszeniu konsekwencji za popełniane czyny¹⁵. Już Roman Ingarden, pisząc o odpowiedzialności człowieka, podkreślał że zawsze zachodzi ona w perspektywie trójczłonowej – pomiędzy jednostkami, jednostką a zbiorowością – i dotyczy pewnej sytuacji społecznej¹⁶. Sprawca zaś jest zawsze odpowiedzialny za czyn, jeżeli jest jego własnym¹⁷. W myśli Ingardena odpowiedzialność jest wartością, która jest niezbędna w obliczu spotkania z innym człowiekiem.

Inną ważną koncepcją jest myśl Emmanuela Levinasa i pojawiający się w niej fenomen twarzy. Metafora twarzy ma tu wydźwięk etyczny. Według Marty Agaty Chojnickiej:

Słowa – „nie zabijaj” zmuszają mnie do podjęcia odpowiedzialności za Innego. Jest to nakaz absolutny. Zmuszona jestem wziąć na siebie odpowiedzialność, tym bardziej, że przede mną stoi twarz naga, najbardziej bezbronna z bezbronych – twarz obcego, wdowy, sieroty [...]. Twarz Innego zobowiązuje. Pod jej wpływem ja zapominam o sobie. Pierwotnie rozkoszowałam się sobą, zamknięta w swoim bycie, w którym było mi dobrze. Teraz ów byt opuszczam¹⁸.

Filozofia Levinasa przedstawia jedną z najślawniejszych koncepcji odpowiedzialności, w której to człowiek jest odpowiedzialny nie tylko za siebie, ale także za drugą osobę. Według Magdaleny Kozak to właśnie odpowiedzialność za Innego jest próbą przeciwdziałaniu złu w relacji z drugim człowiekiem, przez co odpowiedzialność staje się lekiem na egoizm człowieka¹⁹.

Na tle przedstawionych powyżej koncepcji pojawia się pytanie o koncepcję odpowiedzialności w społeczeństwie ponowoczesnym – społeczeństwie konsumpcyjnym. Kim jest jednostka odpowiedzialna i czy odpowiedzialność jest czymś bezwarunkowym i dotyczy każdego człowieka?

¹⁵ Zob. J. Mysona Byrska, *Odpowiedzialność konsumenta w świecie konsumpcji*, dz. cyt., s. 153.

¹⁶ Zob. K. Skuriat, *O odpowiedzialności. Filozofia moralna Romana Ingardena*, <http://www.kulturaswiecka.pl/node/84> (11.12.2014).

¹⁷ R. Ingarden, *Książeczka o człowieku*, Kraków 1973, s. 108.

¹⁸ M. A. Chojnicka, *Problem odpowiedzialności w filozofii Levinasa*, „Studia z Historii Filozofii” 2 (2011), s. 140.

¹⁹ Zob. M. Kozak, *Problem zła w filozofii Emmanuela Levinasa*, Kraków 2011, s. 211.

Bauman, rozpoczynając swoje rozważania, zaznacza, że podstawową zasadą funkcjonowania w społeczeństwie ponowoczesnym jest potrzeba stale rosnącego poczucia szczęścia:

Zakłada się, że wzrost konsumpcji wiąże się w sposób konieczny ze wzrostem poczucia szczęścia konsumenta, co nie jest wcale takie oczywiste. Jeśli na przykład pogoń za szczęściem, które jest, jak wiadomo, zajęciem absorbującym, frustrującym, obciążonym ryzykiem i wymagającym znacznego nakładu energii, przyczynia się do wzrostu częstotliwości popadania w depresję, to więcej pieniędzy trzeba przeznaczyć na środki antydepresyjne²⁰.

Silna presja bycia szczęśliwym jest paradoksalnie gwarantem rosnącego niezadowolenia z życia. Systematyczne oglądanie reklam gwarantujących coraz intensywniejsze doznania, mających poprawić poczucie własnej wartości, przyczynia się do wzrostu poczucia zagubienia w społeczeństwie. Imperatyw ciągłego poszukiwania szczęścia jest bezwarunkowy i obowiązuje każdego konsumenta. To właśnie konsumpcja ma być rozwiązaniem wszelkich dylematów egzystencjalnych. Stąd też sprzedawcy robią wszystko, by skrócić do minimum czas poświęcony na przyjemność czerpaną z samego aktu konsumpcji²¹. Mechanizm jest prosty – skoro konsumpcja ma być gwarantem poczucia szczęścia, to każdy konsument będzie chciał i czuł potrzebę konsumowania. Jeśli potrzeba konsumowania ma być powszechnym zjawiskiem, to producenci zrobią wszystko, by zagwarantować coraz nowsze i lepsze środki zaspokajające te potrzeby. Z tym że sam akt nabywania przedmiotów i korzystania z usług wiąże się z odczuwaniem przyjemności, która w społeczeństwie konsumpcyjnym często mylona jest z poczuciem szczęścia. Konsument jako podmiot leniwy chce bez większego trudu oraz zaangażowania sił fizycznych i umysłowych uzyskać efekt sugerowany przez reklamy i sprzedawców. Skoro ma to być gwarantem szczęścia, to szczęście to ma być jak najszybsze i niewymagające większego poświęcenia. „Kult natychmiastowego zaspokajania pragnień”²² ogarnął całe społeczeństwo i spowodował, że samo oczekiwanie stało się zbyteczne i bezwartościowe. W kulturze umożliwiającej szybkie zaspokajanie pragnień konsument zostaje szybko znudzony dostępnością dóbr. Według Baumana:

²⁰ Z. Bauman, *Sztuka życia*, tłum. T. Kunz, Kraków 2009, s. 11.

²¹ Zob. tamże, s. 15.

²² Zob. tamże, s. 16.

Jednym z najistotniejszych skutków utożsamiania szczęścia z nabywaniem obdarzających szczęściem towarów jest nieustanne odkładanie nadziei na to, że pogoń za szczęściem kiedyś się skończy. Poszukiwanie szczęścia nie może mieć kresu, oznaczałby on bowiem kres samej idei szczęścia w jej obecnej wykładni²³.

W idei poszukiwania szczęścia zawiera się jej ulotność i niedostępność. Nie ma linii mety, nie ma refleksji sugerującej, że jest to tylko namiastka szczęścia. W tej teorii odpowiedzialny człowiek to odpowiedzialny konsument, zatem istota skupiająca się na ciągłym poszukiwaniu szczęścia poprzez nabywanie kolejnych dóbr. Bierze on odpowiedzialność za swoje działanie, czyli wciąż musi mieć nadzieję na otrzymanie szczęścia na skutek dokonania danej transakcji. Fakt, że szczęście zostaje zastąpione przez sam akt nabywania, wymaga pokładu nadziei mającej zmobilizować jednostkę do kolejnych wyborów konsumenckich. Problematyczna jest również sama możliwość doznania szczęścia. Wydaje się, że konsument mający problem z budowaniem własnej tożsamości jest po prostu nieświadomy własnych potrzeb. Skoro nie wiem, kim jestem, a muszę być szczęśliwy, to będę próbował wszystkiego, co daje mi obietnicę bycia szczęśliwym²⁴.

Konsument na każdym kroku musi być odpowiedzialny za własne wybory konsumenckie. Wszelkie rozczarowania związane z błędnymi wyborami spoczywają wyłącznie na jego barkach. Odpowiedzialność pojawia się również po drugiej stronie transakcji – u producentów i właścicieli wiodących marek. Bauman opisuje przypadek, kiedy to pewna kobieta zakupiła spodnie w jednym ze znanych sklepów²⁵. Marka i logo firmy były gwarancją, że jej wybór spowoduje u niej poczucie szczęścia, szacunek i przede wszystkim zintegruje ją ze resztą społeczeństwa. Spodnie nie do końca jej się podobały i nie była do nich przekonana. Dopiero gdy zobaczyła swoje spodnie na ciele jednej z modelek w wiodącym piśmie, stały się jej ulubioną częścią garderoby. Przypadek może i trywialny, ale w świetny sposób przedstawiający pewien mechanizm – firma, marka stają się przewodnikami w świecie konsumpcji, gdyż właśnie one wzbudzają nadzieję na osiągnięcie wymarzonego błogostanu. Firma daje swoisty rodzaj za-

²³ Tamże, s. 22.

²⁴ Pojawia się tu myślenie magiczne, o którym pisał już Jean Baudrillard. Konkretnie towary i usługi obiecują określone stany zadowolenia i gwarantują podniesienie statusu materialnego. Kiedy chodzi o obietnice związane z wartościami niematerialnymi, myślenie to wydaje się nieracjonalne i magiczne. (Zob. J. Baudrillard, *Spółczesność konsumpcyjna: jego mity i struktury*, dz. cyt., s. 17–19).

²⁵ Zob. Z. Bauman, *Sztuka życia*, dz. cyt., s. 23–24.

świadczenia społecznego – podążasz właściwą drogą, gwarantujemy ci, że jesteś szczęśliwy, a właściwie to będziesz, gdy tylko zostaniesz z nami. Zatem pewna forma odpowiedzialności pojawia się również po drugiej stronie i jest to odpowiedzialność polegająca na gwarancji pojawienia się wartości niematerialnych poprzez nabycie odpowiednich dóbr. Według Byrskiej odpowiedzialność konsumenta wiąże się również ze świadomością logiki świata konsumpcji: „umie się w nim poruszać i dzięki posiadanej świadomości nie ulega (zbytnio) pokusom, jakie przed nim się pojawiają”²⁶.

Odpowiedzialność w świecie konsumpcji często jest odpowiedzialnością skodyfikowaną. Chodzi tu o odpowiedzialność ustanowioną przez umowę, w której określone są wszystkie warianty, uwzględnione wszelkie *casusy*. W obliczu rozrostu możliwości transakcyjnych z każdej strony pojawia się obawa związana z bezpieczeństwem, grożącym rozczarowaniem. Stąd też coraz częściej wszelkie wątpliwości związane z odpowiedzialnością rozwiązywane są poprzez zawarcie umowy. Sytuacje te równie często są przekładane na grunt osobisty, gdyż niepewność na rynku pracy jest równie powszechna jak niepewność w relacji z drugim człowiekiem. Z zawieraniem umów wiąże się zjawisko adiaforyzacji, które zaczęło funkcjonować w nowoczesności i przeniosło się do czasów ponowoczesnych. Bauman, pisząc o adiaforyzacji, zaznacza, że wzory osobowe, które dziś są faworyzowane, powodują, iż:

Wszystkie one [cechy wzorów osobowych – przyp. K. C.] rzutują na „innego człowieka” na ekran zainteresowań życiowych jako przedmiot „estetycznej” raczej niż moralnej, oceny; jako źródło „doznań”, nie „odpowiedzialności”. Usuwają one zatem pokaźne teryny interakcji poza nawias obszaru podległego motywom i ocenom moralnej natury²⁷.

Adiaforyzacja jest procesem polegającym na neutralizacji zachowań ludzkich z perspektywy etycznej. W gruncie rzeczy wszelkie dylematy etyczne przestają być rozpatrywane z perspektywy wartości pozytywnych bądź negatywnych, stąd też obserwuje się tendencję do neutralizacji czynów. Takie postępowanie jest bardzo wygodne dla konsumentów. Zwalnia ich z konieczności myślenia, analizowania własnych zachowań. Wszelkie dylematy są już rozwiązywane na etapie umowy – spisanej wcześniej – która uwzględnia możliwe warianty. Ten sposób funkcjonowania jest pokłosiem przejścia zachodnich stylów zachowań oraz sze-

²⁶ J. Mysona Byrska, *Odpowiedzialność konsumenta w świecie konsumpcji*, dz. cyt., s. 156.

²⁷ Z. Bauman, *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, dz. cyt., s. 58.

rzącej się biurokracyzacji. W nowoczesności adiaforyzacja miała odciążać pracę konkretnych osób – zwiększyć wydajność pracownika i ułatwić mu pracę. W ponowoczesności zjawisko adiaforyzacji z perspektywy społecznej coraz częściej przenosi się w sferę osobistych stosunków. Dla Baumana zjawisko adiaforyzacji jest jednym z przejawów przemocy społecznej – wywieranie presji społecznej ma na celu np. przyciągnięcie uwagi poszczególnych widzów do emitowanych programów. Pytanie tylko, czy emitowane sceny grozy, pokazywanie tragedii mają na celu włączenie w odbiorcy odczuć typowo ludzkich i głębokiego namysłu etycznego, czy może chodzi tu jedynie o wartości ekonomiczne, które pełnią ważną rolę w funkcjonowaniu mediów. Odpowiedź wydaje się jednoznaczna.

Odpowiedzialni za odpowiedzialność

Podsumowując powyższe analizy, można dojść do wniosku, że społeczeństwo ponowoczesne ma ogromny problem z odpowiedzialnością. Odpowiedzialność jest czymś trudnym, a zarazem zbytecznym, gdyż wymaga odpowiednich narzędzi, które w społeczeństwie są systematycznie zagłuszane. Namysł etyczny zostaje zagłuszany rozszerzającą się adiaforyzacją, a wszelkie roszczenia względem drugiego człowieka mają ograniczyć się do tych wcześniej ustalonych. Z jednej strony gwarantuje to pozorne bezpieczeństwo (konsument może przewidzieć, co go dalej czeka). Z drugiej zaś w obliczu gwałtownych zmian pojawia się wieczna troska o stosowną reakcję ze strony osób mających „ponosić” odpowiedzialność. Mieszanka wzorców osobowych, które pojawiają się w ponowoczesności, jest tak różnorodna, że trudno przewidzieć, czym dla drugiego człowieka będzie odpowiedzialność.

Należy też zwrócić uwagę na popularność firm ubezpieczeniowych, które w tej chwili rozszerzają swoją ofertę tak, by zniwelizować wszelkie możliwe obawy konsumentów. Zawarcie umowy z firmą ubezpieczeniową ma uwzględnić kwestie odpowiedzialności za wszelkie możliwe zdarzenia. Konsument musi czuć się bezpiecznie, a skoro drugi człowiek nie jest żadnym gwarantem bezpieczeństwa, to jedyną ostoją staje się firma ubezpieczeniowa.

Można pokusić się o stwierdzenie, że problem odpowiedzialności jest tylko jednym z wielu, które pojawiają się w społeczeństwie. Społeczeństwo ponowoczesne ma problem z wartościami takimi jak: prawda, wolność, bezpieczeństwo, zaufanie. Odpowiedzialność jest tylko kolejnym przykładem różnorodności,

jaka panuje z społeczeństwie. Globalizacja, ruchy migracyjne, otwarcie rynku – to wszystko powoduje rozmycie struktur, poszerzanie granic o kolejne zjawiska kulturowe, co tylko pogłębia problemy etyczne.

Próbą rozwiązania problemu odpowiedzialności jest powrót do wartości re-spektowanych w filozofii Emmanuela Levinasa i Józefa Tischnera. Odpowiedzią na zaznaczone kwestie jest powrót do dialogu i brania odpowiedzialności za Drugiego. Sięgając do źródłostwu wyrazu „odpowiedzialność”, należy odpowiadać za swoje czyny, wiedząc, że działanie jednego człowieka ma wpływ na funkcjonowanie Drugiego, odpowiadania Drugiemu. Kluczem do zrozumienia odpowiedzialności będzie tu zrozumienie Innego. Zatem nie tyle ponoszenie odpowiedzialności za własne czyny, ale przede wszystkim skierowanie się ku innym ludziom poprzez dialog.

Bibliografia

- Baudrillard J., *Spółczesność konsumpcyjna: jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa 2006.
- Baudrillard J., *Wymiana symboliczna i śmierć*, tłum. S. Królak, Warszawa 2007.
- Bauman Z., *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Warszawa 1994.
- Bauman Z., *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń 1995.
- Bauman Z., *Etyka ponowoczesna*, tłum. J. Bauman, Warszawa 2012.
- Bauman Z., *Sztuka życia*, tłum. T. Kunz, Kraków 2009.
- Bauman Z., *Życie na przemiał*, Kraków 2004.
- Chojnicka M. A., *Problem odpowiedzialności w filozofii Levinasa*, „Studia z Historii Filozofii” 2 (2011), s. 133–146.
- Cikała K., *Spółczesność konsumentów. Kilka słów o racjonalizacji na sprzedaż*, [w:] *Spółczesność rozumne? O relacji między jednostkami a racjonalnością*, red. K. Cikała, K. Drążkiewicz, W. B. Zieliński, Kraków 2014, s. 38–52.
- Ingarden R., *Księżeczka o człowieku*, Kraków 1973.
- Kozak M., *Problem zła w filozofii Emmanuela Levinasa*, Kraków 2011.
- Mysona Byrska J., *Odpowiedzialność konsumenta w świecie konsumpcji*, [w:] *Spółeczna odpowiedzialność gospodarki. Perspektywa interdyscyplinarna*, red. S. Fel, Lublin 2014.
- Skuriat K., *O odpowiedzialności. Filozofia moralna Romana Ingardena*, <http://www.kulturaswiecka.pl/node/84> (11. 12. 2014).
- Tischner J., *Etyka solidarności*, Kraków 2000.