

KAZIMIERZ SOKOŁOWSKI

LUKSUS I POSTAWA KONSUMPCYJNA

I. LUKSUS

Milczy o nim *Wielka Encyklopedia Powszechna PWN*, milczą również *Mały Słownik Ekonomiczny* (1958) i *Mała Encyklopedia Ekonomiczna* (1961). Dopiero popularny *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych* W. Kopalińskiego (1967] definiuje go jako „zbytek, przepych, wystawność”.

O ile słowo „zbytek” jest polskim odpowiednikiem słowa „luksus”, nie wnosi więc nic nowego, o tyle słowa: „przepych” i „wystawność” mają już coś do powiedzenia. Luksusem będzie więc konsumpcja wystawna, wybiegająca ponad przeciętną, konsumpcja „nad stan”. Towar luksusowy jest dobrem rzadkim i (kosztownym, uzyskać go można bądź dzięki wyjątkowo wysokim dochodom konsumenta, bądź — w przeciętnych warunkach dochodowych — za cenę wielkiego wysiłku lub wielkich wyrzeczeń. Towar luksusowy jest bardzo drogi w sensie absolutnym, a także w relatywnym (na tle cen artykułów zaspokajających ten sam rodzaj potrzeb); jego drożyzna pochodzi bądź z rzadkości, bądź z wysokich kosztów produkcji, bądź też z innych przyczyn, np. fiskalnych.

„Luksusowość” towarów trwa coraz to krócej. 35 lat temu samodzielne mieszkanie przeciętnego robotnika było w Polsce uważane za luksus. A dzisiaj? „Luksusowość” (pojęciowa, ale nie cenowa) telewizora nie przetrwała nawet 10 lat. Postęp techniczny i jego tempo są wrogami luksusu.

Dla kogoś, kto zarabia 1000 zł miesięcznie, już szynka jest luksusem; może nim być również książka w cenie np. 50 zł. Ale są to sytuacje szczególne i osądy zindywidualizowane. W sensie społecznym trzeba na luksus (zbytek) spojrzeć nieco inaczej. Ot, chociażby jak Czerkawski, ekonomista polski sprzed I wojny światowej. „Biorąc za podstawę wymagania ogólne — pisał on — nazywamy zbytkiem wszelką konsumpcję, której nie pożąda ogół społeczeństwa; przyjmując za normę potrzeby klasowe, zaliczamy do zbytłownych wydatków wszelkie przekroczenie indywidualnych zapatrzań danej warstwy ludności”¹. Punkt

¹ W. Czerkawski w uzupełnieniu przetłumaczonych przez siebie *Zasad ekono-*

ciężkości tkwi zatem w psychice społeczeństwa lub jego klas, w panujących tam lub tu poglądach; ponieważ odznaczają się one dużą inercją, konserwatyzmem, nie trudno się domyśleć, że zmiana poglądów na luksus nie nadąży ze zmianami czy to poziomu sił wytwórczych, czy też stosunków produkcji.

Artykuły konsumpcyjne zwykło się dzielić na artykuły pierwszej i drugiej potrzeby. Granica między nimi jest płynna: poszczególni ludzie, ba, poszczególne grupy społeczne, a także poszczególne społeczeństwa co innego zaliczają do pierwszej, a co innego do drugiej grupy². Wystarczy nie lubić np. mleka, aby je zaliczyć do grupy drugiej, podczas gdy zazwyczaj wchodzi ono w skład pierwszej grupy. Badani przez jednego z polskich ekonometryków kolejarze (1960 r.) do wydatków pierwszej potrzeby zaliczali wydatki na pieczywo, tłuszcze zwierzęce, mleko, cukier, mąkę, tłuszcze roślinne, wyroby mączne, ziemniaki, mięso i przetwory mięsne oraz sól, zaś do wydatków dalszego rzędu wydatki na ryby, nabiał, warzywa, owoce, jaja, słodycze, namiastki, masło, wędliny i żywienie zbiorowe³. W tym stanie rzeczy wypada przyznać rację Gide'owi, gdy pisze: „Daremny są usiłowania, by przeprowadzić granicę, od której rozpoczyna się zbytek”⁴.

Obiektywizując poszukiwania granicy między artykułami pierwszej i dalszej potrzeby, można dojść do następującego sformułowania problemu: „Jeśli dochodowa elastyczność popytu danego dobra (e_v) jest nie większa od 1 ($e_v < 1$), a tym samym względny przyrost konsumpcji tego dobra jest nie większy od względnego przyrostu dochodu, to możemy przyjąć, że mamy do czynienia z dobrem pierwszej potrzeby. Natomiast jeśli $e_v < 0$, a więc jeśli stosunkowemu przyrostowi dochodu odpowiada względny spadek konsumpcji dobra, to zostanie ono zaliczone do dóbr niższego rzędu. Gdy $e_v > 1$, wówczas towary i usługi uznawane są za dobra dalszej potrzeby, przy czym podział na dobra wyższego rzędu i dobra luksusowe jest raczej konwencjonalny”⁵. Można też posiłkować się uwagą ekonometryków amerykańskich, Prais i Houthakera, że dobra pierwszej potrzeby są to takie dobra, na które popyt rośnie pod wpływem wzrostu wielkości gospodarstwa domowego, zaś dobra dalszej potrzeby,

mii społecznej K. Gide'a, Warszawa 1914, s. 749; (podkreślenia — K. S.). Sam Gide nie wyjaśnił sensu słowa: luksus, gdyż ograniczył się do stwierdzenia, iż „w zwykłym tego słowa znaczeniu nazywamy zbytkiem zaspokojenie potrzeby zbytecznej” (ibidem, s. 750).

² „Ubodzy zarzucają bogatym zbytek już tam, gdzie, zdaniem innych, zaspokajają się tylko niezbędne potrzeby” (Czerkawski, ibidem, s. 748). Gdzie indziej przypomina, że „były czasy, w których koszula stanowiła przedmiot wielkiego zbytku i (podarunek niemal królewski)” (ibidem, s. 751).

³ Por. A. Luszniwicz, *Statystyka poziomu życia ludności*, Warszawa 1972, s. 77.

⁴ K. Gide, op. cit., s. 758.

⁵ J. Piasny, *Miejsce konsumpcji w teorii gospodarki socjalistycznej*, Poznań 1967, s. 34 - 35.

gdy popyt na nie maleje ze wzrostem liczby członków tegoż gospodarstwa⁶.

O słowo „luksus” ociera się niejako słowo „komfort”, używane zwykle dla oznaczania bądź ogólnych warunków życia, bądź tylko warunków mieszkaniowych. Niekiedy utożsamia się to słowo z wygodą, do której dąży każdy normalny człowiek. Tak też podchodzi do zagadnienia wspomniany już *Słownik wyrazów obcych*: dla niego komfort to „zespół urządzeń, warunków zapewniający wygodę i odpowiadający w pełni wymaganiom estetyki”. W przekonaniu jednak ludzi o niskiej kulturze np. mieszkaniem komfortowym, czyli luksusowym jest mieszkanie po prostu... czyste lub — jak to mówią — uładzone.

Nie należy luksusu utożsamiać z rozrzutnością; wyraża ją jaskrawa dysproporcja między nakładem pracy społecznej na dane dobro a stopniem normalnej satysfakcji indywidualnej. Jeżeli rozrzutność i luksus to jedność, należałoby za luksus uważać nadmierną w Polsce skłonność do bogatych uczt rodzinnych lub weselnych, niewspółmiernie drogie w stosunku do dochodów przeciętnych, a nawet do dochodu tych, którzy te uczyty wyprawiają. Kto wie jednak, czy właśnie takie rozumienie luksusu nie byłoby bardziej wychowawcze.

O tym, czy dany towar zaliczyć do sfery luksusu, decyduje nieraz — jak już wspomniano — prawo podatkowe. Wystarczy np. na pomarańcze, odpowiadające w sensie zdrowotnym jabłkom lub nawet stojące od nich wyżej, wyznaczyć ceny 3 - 4-krotnie wyższe niż na jabłka, różnicę zaś wyznacza podatek od pomarańczy, ukryty w ich cenie detalicznej. A ponieważ — jak to już dawno zauważył Cournot — popyt na dobra luksusowe zmienia się w stosunku więcej niż odwrotnie proporcjonalnym do ceny, nie trudno udowodnić, że prawo podatkowe miało rację: konsumenci „stronią” od pomarańcz, traktując je jak zbytek. Można jednak postawić sprawę inaczej: uznanie pomarańcz za luksus konieczne jest dla ochrony krajowego sadownictwa lub za źródło dopłat państwa do artykułów pierwszej potrzeby (choć trudno uzasadnić te dopłaty przy wysokim poziomie dobrobytu i przy nikłej roli popieranym tą drogą artykułów w budżecie przeciętnego obywatela)⁷.

Fiskalny punkt widzenia nie jest jedynym kryterium zaliczania poszczególnych artykułów konsumpcyjnych do grupy artykułów luksusowych, a więc tak czy inaczej źle widzianych. Istnieją, jak wiadomo, normy fizjologiczne (A, B, C, D). Dąży się jakoby do zbliżenia faktycznego wyżywienia do tych norm, ale przecież do tego trzeba m. in. wzrostu

⁶ Por. *ibidem*, s. 35.

⁷ Taniłość maki sprawia, że ciastka (od niepamiętnych czasów sprzedawane po 2 zł) nie są luksusem. Za to wysoka ze względów fiskalnych i społecznych cena wódki nie przeszkadza w zaliczeniu jej do rzędu artykułów pierwszej potrzeby. Ale tutaj choroba społeczna (alkoholizm) okazała się silniejsza od rachunku ekonomicznego.

podażą białka zwierząt i ryb oraz bogatych w witaminy owoców południowych⁸. Jeżeli nie stać nas na ten wzrost, to domaganie się, by dogonić normy C i D, będzie namawianiem do konsumpcji choć częściowo luksusowej.

Artykuły konsumpcyjne importowane z zagranicy lub wytwarzane w kraju, ale pod wpływem tegoż importu, sprzedawane są po nader wysokich cenach, gdyż uznano je za luksusowe. Być może, iż słowem tym oznaczono artykuły pojawiające się na fali mody. Zapomniano wszakże, iż moda łączy się często z wygodą, usprawnieniem itp.; nabywa się artykuły zwane modnymi również (a czasami wyłącznie) dlatego, że są bardziej funkcjonalne. Tymczasem np. płaszcze ortalionowe, zamiast jako ochronę od deszczu, potraktowano u nas jako strój wyznaczający pozycję społeczną czy towarzyską.

Sądząc po cenach, większość dóbr trwałego użytku w zakresie gospodarstwa domowego została w swoim czasie zaliczona do rzędu luksusowych. Tymczasem są to artykuły ułatwiające pracę, zwłaszcza kobiet, o których „uprodukcyjnienie” (przepraszam za to niezręczne słowo) stale się zabiega. Na zachodzie kobiety pracujące mają te same problemy czy kłopoty co kobiety w Polsce, ale łatwiej je rozwiązują, ponieważ owych dóbr trwałego użytku jest znacznie więcej.

Ceny telewizorów nie kwalifikują ich do rzędu artykułów pierwszej potrzeby. A tymczasem są one niezbędne jako powszechny środek zdobywania informacji i — wiedzy. Podobnie masowy sport i masowa turystyka są zaliczane do rzędu luksusów, skoro produkcja artykułów sportowych i turystycznych jest daleka od pokrycia potrzeb w tym zakresie, a ich ceny są wygórowane (inaczej w ZSRR, gdzie dba się nie tyle o elegancję i drogie kostiumy czy obuwie i sprzęt dla turystyki i sportowców, ile o udostępnienie odzieży, obuwia i sprzętu, a także baz noclegowych). Nie inaczej przedstawia się sprawa aparatów fotograficznych, amatorskiego sprzętu filmowego itp.; w stosunku do liczby mieszkańców przypada ich w Polsce kilkanaście razy mniej niż w NRD, a kilkadziesiąt razy mniej niż w NRF lub Japonii. Poziom ceny aparatu fotograficznego w Polsce i jej zróżnicowanie nie zawsze jest podporządkowane celom społeczno-kulturalnym.

Była już przedtem mowa o komforcie. Trudno zaliczyć do niego posiadanie własnej łazienki. Na pewno będzie jednak luksusem wanna z mar-

⁸ Zamożność ludności PRL nie odbiega znacznie od zamożności ludności Czechosłowacji i NRD. Tymczasem w 1972 r. PRL miała kupić bananów tylko 8 tys. t, podczas gdy Czechosłowacja 30, a NRD 40 tys. t. „Wcześniej czy później będziemy musieli przestać traktować je jak luksus” — pisało „Życie Warszawy” nr 32 z 1972 r.

mur, gdy wszyscy kąpią się w wannach emaliowanych. Ale nie będzie luksusem wyłożenie ścian łazienki kafelkami, które chronią ściany od wilgoci i brudu; chyba że kafelki są z drogiej porcelany, a nie z taniego fajansu. Luksus = wygodzie i luksus = rozrzutności nie są tożsamością.

Niejednokrotnie słowo „luksus” kojarzy się poniekąd niektórym ludziom z wysoką jakością; konsumpcja luksusowa odnosi się wówczas do wysokich standardów, a konsumpcja masowa (powszechna, powszednia, popularna itp.) — do standardów niskich. Z takim pojmowaniem socjalistycznej konsumpcji trudno się, doprawdy, zgodzić⁹. Jest ono dowodem świadomego lub mimowolnego nawiązywania do stosunków przedwojennych, kiedy dobry towar był dla elity, masom zaś pozostawiono tanią tandetę. Tymczasem w socjalizmie powinno się dążyć do upowszechnienia dobrej roboty i dobrych jakościowo wyrobów, do zdemokratyzowania dobrobytu, którego nie rozumiem w sensie: ile kosztuje?, lecz w sensie: na czym polega? Bo sądząc po konsumowaniu wielkich ilości alkoholu przy jego relatywnie wysokich cenach moglibyśmy się już uważać za społeczeństwo dobrobytu.

Spółeczeństwo konsumpcyjne oznacza w moim przekonaniu udostępnienie jak największej liczbie obywateli kraju dóbr i usług, które kiedyś były zarezerwowane dla garstki uprzywilejowanych. Cytowany tu już kilkakrotnie Gide ujął to w następujących słowach: „Powinniśmy pragnąć, aby każdy, nawet najuboższy, miał coś ponad niezbędne potrzeby, a więc, aby mógł zaspokoić pewne potrzeby zbytkowne”¹⁰. Dotychczasowe podejście do luksusu i cen luksusowych nie wskazuje wszakże na zmianę struktury konsumpcji w ujęciu planistycznym; ujęcie to grzeszy tradycjonalizmem. Słusznie przeto wspomniany wyżej Danecki akcentuje „konieczność przewartościowania tradycyjnych wyobrażeń o potrzebach «podstawowych» i «luksusowych»”. Dopominają się o nią również inni publicyści (np. Polityka).

Luksus może być społecznie szkodliwy. Wspomniane „życie nad stan”, „konsumpcja nad stan” czy „konsumpcja ostentacyjna”¹¹ na pewno rzu-

⁹ Nie zgadza się również J. Danecki w artykule drukowanym w nr 51 i 52/72 „Życia Gospodarczego”; pisze on m. in., że „dla potrzeb zdecydowanie priorytetowych, o najwyższej randze indywidualnej i społecznej, dążyć by należało do upowszechnienia standardów optymalnych”.

¹⁰ K. Gide, op. cit., s. 750.

¹¹ Wielu piszących pod wpływem Galbraitha lub Vance'a (skłonnych jest samochód osobowy uważać i w Polsce za przedmiot konsumpcji ostentacyjnej. Samochód osobowy, podobnie jak mieszkanie, służy w dzisiejszym świecie nie celom prestiżowym, ale tworzeniu indywidualnego życia i jest „ostatnią wysepką wolności człowieka” (jak à propos mieszkania wyraził się A. Rajkiewicz w wywiadzie dla „Kulis” nr 52 - 53/72). „Ostentacyjność” samochodu wynika stąd, że wszyscy go widzą, że się rzuca w oczy, natomiast mało kto może obejrzeć luksusowe wewnętrzne prywatnego domu lub mieszkania.

cają się w oczy, ale mimo wszystko stanowią tylko margines problemu. O wytwarzaniu lub imporcie artykułów wyraźnie zbytkowych (w sensie: zbytecznych) trudno mówić w naszych warunkach ustrojowych. Luksusowy, niewątpliwie (ale w sensie wysokości kosztów podróży), wyjazd na Wyspy Kanaryjskie nie jest wyjazdem konspiracyjnym, skoro organizują go uspołecznione biura podróży.

Z uwagi na odmienną stratyfikację społeczną i znacznie mniejsze rozpiętości w dochodach indywidualnych społeczeństwo socjalistyczne nie może naśladować społeczeństwa kapitalistycznego w zakresie struktury spożycia, dopuszczającej zbytek, przepych lub wystawność. Jesteśmy ograniczeni potrzebami inwestycyjnymi, aczkolwiek zalicza się tu również budownictwo mieszkań, stanowiących wszakże przedmiot konsumpcji; ograniczają nas także warunki dewizowe, surowcowe itp. Ale strategia gospodarcza ostatnich dwóch lat ujawniła, że można „zachować cnotę nie tracąc kapitału”, tzn. podnieść poziom spożycia nie zmniejszając stopy inwestycji (bo wiele zależy od tego, w jakim dziale lokują się inwestycje, czy wzrostem eksportu np. maszyn, nie da się wzmóc importu np. owoców południowych, czy nie można podnieść wydajności pracy itd.).

Niebezpieczeństwo nie tkwi w luksusie jako takim, gdyż jego treść nie pokrywa się z ujmowaniem go *przez* nasz system cenowo-podatkowy. Dopatrywanie się w każdym samochodzie, każdej łazience, każdym magnetofonie itp. dowodów, że i w Polsce tzw. elity dochodowe mogą stanowić „ogniwo pośrednie w przewodzeniu do szerszych warstw społecznych ukształtowanych na Zachodzie swoistych wzorców »ostentacyjnej konsumpcji« ze wszystkimi tego znanymi konsekwencjami”¹², wynika z zapomnienia, że nie tylko PRL, ale i zachodnia Europa to nie USA, gdzie te sprawy wyglądają istotnie tak, jak podają Galbraith, Vance i inni. Odwrotnie, jest zasługą nie tyle owych „elit dochodowych”, ile ludzi „kręcących się po świecie”, że z ich pomocą działa ów — jak pisze Danecki — „międzynarodowy efekt demonstracji”¹³, obejmujący, jak rozumiem, nie wille nad morzem i jachty prywatne, lecz zwykłe mieszkania i ich wyposażenie, fiaty i telewizory kolorowe lub wycieczki za granicę, niekoniecznie za 25 tys. zł od osoby, lecz wielokrotnie taniej¹⁴.

W średniowieczu wydawano prawa przeciwko zbytkowi, przepisywano, kto ma nosić jakie stroje, określano liczbę talerzy na stole itp. Nie żyjemy w średniowieczu i dlatego nie będziemy zwalczali luksusu, za to nie dopuszczali do marnotrawstwa, rozrzutności itp. i dążyli do demokratyzacji potrzeb i sposobów ich zaspokojania.

¹² J. Danecki, op. cit.

¹³ W słabo lub średnio rozwiniętym kraju, pod wpływem informacji z krajów bardziej rozwiniętych, określona potrzeba nie czeka wielu lat na swą realizację w sposób niejako automatyczny, lecz staje się potrzebą palącą lub jej realizacja ulega przyśpieszeniu.

¹⁴ Campingi nie są dla bogatszych, lecz właśnie dla mniej zamożnych turystów.

II. SPOŁECZEŃSTWO KONSUMPCYJNE

Określenie: społeczeństwo konsumpcyjne jest mało precyzyjne lub wieloznaczne. Jedni rozumieją pod tym bierność i wygodnictwo, stanowiące przewidziany czy nie przewidziany skutek postępu technicznego, inni — niechęć do pracy społecznej, jeszcze inni przekonanie, że szczęście można kupić zamiast je osobiście wypracowywać, a jeszcze inni — użytkowanie dóbr materialnych w ilościach przekraczających rozsądne normy. Odnosi się wrażenie, iż chodzi tu przede wszystkim o wartości i postawy moralne i uczuciowe, a nie o poziom życia, który oczywiście musi się podnosić, rozszerzać i demokratyzować. Sprawa ta wiąże się również z awansem społecznym i ekonomicznym warstw czy klas społecznych, poprzednio nie osiągających minimum egzystencji; warstwy te czy klasy zakosztowały dobrobytu i nie chcą niczego oddać, z niczego zrezygnować, a my to bierzemy za postawę konsumpcyjną.

Historia Polski, ściślej, historia jej szlachty i możnowładztwa, daje aż za wiele przykładów istnienia, zwłaszcza od XVII w. począwszy i konsumpcji ponad stan tak kraju, jak i samej szlachty i postawy konsumpcyjnej. Jedna i druga znalazły swe apogeum w smutnej pamięci epoce saskiej, epoce społeczeństwa konsumpcyjnego w najgorszym tego słowa znaczeniu. I to nie dlatego, że jadło ono, piło i popuszczało pasa, lecz dlatego, że na tym poprzestawało, grzęznąc w ciemności i zacofaniu, rezygnując z obrony kraju i reformy jego instytucji, uciśkając niezmiernie chłopów i mieszczan, idąc na pasku jezuickiego obskurantyzmu, sprzedając się obcym mocarstwom itd.

Społeczeństwo socjalistyczne, które dba o swój rozwój, nie może nie dbać o rozwój konsumpcji, rozumianej jak najszerzej, alle nie zacieśniającej horyzontów życiowych człowieka jedynie do spraw materialnych. A zatem nie chodzi mu tylko o to, by więcej jeść i pić, bo pod tym względem (mam na myśli przeciętną liczbę kalorii na osobę dziennie) Polska znajduje się w czołówce, lecz by lepiej mieszkać, ubierać się, korzystać z dóbr i usług kultury, oświaty itd. W tym sensie można by społeczeństwo socjalistyczne nazwać społeczeństwem konsumpcyjnym, społeczeństwem rosnącego powszechnie standardu życiowego, (materialnego i duchowego).

Mimo to poruszone tutaj zagadnienie zdążyło obrosnąć w szereg urazów i kompleksów, obaw i zastrzeżeń. Słowu: konsumpcja nadaje się wiele odmiennych objaśnień lub nie dostrzega warunków, w których konsumpcja ma się rozwijać lub je kształtować.

Czynimy sobie nieraz zarzuty, że się „materializujemy”, tzn. schlebiamy zaspokajaniu materialnych potrzeb, wyżywamy się w nabywaniu rzeczy bardziej i mniej potrzebnych, przywiązujemy zbyt duże znaczenie do dóbr konsumpcyjnych etc. Jednakże skoro młode pokolenie Polaków nie interesuje się majątkiem i robieniem majątku, a przecież chce ono

dobrze zarabiać, tzn. chce wysokie zarobki przeznaczać na bardziej rozbudowaną konsumpcję, to nie należy tej ostatniej ośmieszać lub zwalczać pod hasłem: precz z socjalizmem konsumpcyjnym.

Moralistów społecznych martwi to, że „gonimy” za przedmiotami (nie myślę tutaj o gonitwie, czyli o poszukiwaniu towarów niezbędnych, a brakujących w sieci sklepów detalicznych), że każdy pragnie mieć samochód lub willę w ogrodzie, że samochód lub willa przesłaniają nam świat innych pożytków, zwłaszcza natury duchowej itd. Nie martwi ich natomiast, że na alkohol wydajemy z dochodów osobistych 3-krotnie więcej niż na higienę osobistą i ochronę zdrowia, a półtora raza więcej niż na kulturę, oświatę, sport i turystykę¹⁵; nie martwią się oni rozrzutną ostentacyjną konsumpcją z tytułu wspomnianych już okazji rodzinnych lub dla zaimponowania (jak się nam wydaje) cudzoziemcom.

Krytyczne wywody Galbraitha, Marcusego itp. zostały przyjęte w Polsce z radością przez publicystów i ekonomistów zaniepokojonych konsumpcyjną postawą najszerzego społeczeństwa, przerażeniem się tego ostatniego w społeczeństwo konsumpcyjne, a więc w coś nie do pogodzenia z socjalizmem. Patrzcie — mówi się i pisze — dokąd doszły narody bogate, dumne z bogactw materialnych: do nicości, do pustki, do sceptycyzmu, pesymizmu czy też cynizmu. I nam też grozi „niewolnictwo konsumpcji”, o którym pisze Marcuse, duchowy przywódca niezadowolonych, przesyconych czy rozczarowanych, a zwykle nie wiedzących czego chcą.

Marcusemu sekunduje Galbraith, którego krytyka „cywilizacji gadżetów”¹⁶ została podchwycona przez wielu naszych ekonomistów i publicystów. Poglądy Galbraitha, zrozumiałe na tle stosunków panujących w USA (ale już nie w Europie Zachodniej), zaczerpnięte są, jak się zdaje, z angielskiego fabianizmu, który protestował przeciw bodźcom kapitalistycznym (zwłaszcza maksymalizacji zysku), skłaniającym przedsiębiorców do produkowania nie tego, co jest najbardziej potrzebne, lecz tego, co jest poszukiwane. Galbraith oskarżył wielki kapitał, że zmusza społeczeństwo do nadmiernej, rozrzutnej, marnotrawnej itp. konsumpcji, bo interesuje się on tylko zyskiem i z obawy o stagnację sztucznie wywołuje popyt na rzeczy w (Mode niepotrzebne. W jakim stopniu niepotrzebne, jaki odsetek zajmujące w produkcji rynkowej itp, tego Galbraith nie podaje.

Jest zrozumiałe, że musimy wyciągać wnioski z cudzych doświadczeń i unikać błędów lub chorób w rodzaju „schorzeń cywilizacji konsumpcyj-

¹⁵ Por. Rocznik Statystyczny 1972, s. 538, tabl. 11.

¹⁶ Gadżet to dosłownie śrubka, sztuczka, zabawka, udogodnienie, w interpretacji zaś publicystycznej to każdy przedmiot materialny (któryś z 1001 drobiazgów i samochód, „kozaczki” i willa). Ale gdy domy towarowe „Centrum” w Warszawie sprzedają 125 tys. różnych artykułów, to paryskie „Galeries Lafayette” mają ich dwa razy, londyński „Selfridge” dwa i pół raza, a nowojorski „Macy” pięć razy więcej.

nej" (jakby się wyraził Galbraith). Ostatecznie mamy gospodarkę planową, społeczną własność środków produkcji i czujne środki masowego przekazu, aby uniknąć patologii rynku (a może zgodzimy się, że jej objawem jest aż 10% wydatków przeznaczonych na alkohol?). Martwi nas nie to, że socjalistyczny, przemysł będzie nam narzucał samochód co 2 lata¹⁷, lecz to, że tenże przemysł jeszcze często serwuje niemodne modele lub wyroby nie najwyższej jakości¹⁸.

Krytykowany przez Galbraitha i jego polskich naśladowców kult gadżetów oznacza w istocie kult przedmiotów już posiadanych, przywiązywanie się do nich, niechęć zmieniania ich itd. Tymczasem epoka współczesna, zwłaszcza w krajach rozwiniętego kapitalizmu, zrywa z tym kultem, cechuje ją poszukiwanie nowych przedmiotów o tym samym przeznaczeniu, ale *sprawniejszych*, w ciągu kilkunastu lat konsumpcja się podwaja, co deprecjonuje znaczenie przedmiotów poprzednio nabytych, ludzie zrywają z przywiązywaniem się do przedmiotów, wolą kupować nowe przedmioty niż reperować stare itp. Wspomnianemu kultowi opiera się też odchodzenie od własności przedmiotów na rzecz ich wynajmowania. Wynajmuje się np. samochód, aby nim jeździć, a nie po to, by nim (tzn. jego posiadaniem) imponować otoczeniu (analogiczna sprawa z magnetofonami, telewizorami, sprzętem turystycznym, nawet odzieżą itd.).

Nasi publicyści i ekonomiści przestrzegają przed próbami tworzenia socjalistycznej teorii dobrobytu. „Teorię dobrobytu i teorię gospodarki socjalistycznej z pewnością znacznie więcej dzieli, niż łączy, są to bowiem dwie zupełnie różne koncepcje społeczno-gospodarcze”¹⁹. Założenia są na pewno różne, jednakże „niektóre koncepcje lansowane przez ekonomię dobrobytu mają znacznie większe szanse realizacji w ustroju socjalistycznym niż w kapitalistycznym”²⁰. Przecież zadaniem tego ustroju jest stałe podnoszenie powszechnego i wielostronnego poziomu życia społeczeństwa. A więc teoria gospodarki socjalistycznej może być w swej treści teorią dobrobytu, nie uzyskiwanego wszakże za każdą cenę. Jedną z nich już płacimy: dewastacją naturalnego środowiska, które stanowi jedno z najcenniejszych dóbr, z jakich może korzystać człowiek. Nic przeto dziwnego, że w publicystyce zachodniej pojawiają się głosy, nawołu-

¹⁷ W kapitalizmie moda przyspiesza moralne starzenie się dóbr trwałego użytku; jest ona podsycona przez producentów i podtrzymywana przez snobizm. W tym punkcie Galbraith i inni wydają się mieć rację.

¹⁸ To, że rury wodociągowe w niektórych nowo zbudowanych domach nie wytrzymują nawet 10 lat, daje te same skutki ekonomiczne co przyspieszone moralne zużycie dóbr trwałego użytku w kapitalizmie, chociaż tu i tam przyczyny są zgoła inne.

¹⁹ A. Michalewski, *Ekonomia dobrobytu*, Warszawa 1972, s. 246.

²⁰ Ibidem.

jące do nader ostrożnego i powolnego podnoszenia stopy życiowej z uwagi na wyczerpujące się surowce i zatrucie czy zaśmiecanie środowiska przyrodniczego; niektórzy publicyści nie ukrywają obaw przed realizacją wizji takiego świata, którego konsumpcja dorównałaby konsumpcji USA.

Nie martwmy się społeczeństwem konsumpcyjnym czy socjalistycznym społeczeństwem dobrobytu. Niepokój może wzbudzać zgoła co innego: postawa konsumpcyjna. Cechuje ją to, że nie ma się niczego dosyć, obojętnie, czy w grę wchodzi dobra trwałe czy nietrwałe, pieniądze lub inne wartości rzeczowe, że środek wiodący do celu przekształca się w cel sam w sobie, że w centrum zainteresowań znalazło się kupowanie jako takie, stając się u niektórych ludzi normalną potrzebą itd. „Już starożytni Rzymianie” głosili zasadę: *non vivimus ut edamus, sed edimus ut vivamus*.

Nie należy wszakże dostrzegać wszędzie niebezpieczeństwa, o którym teraz mowa. Kto w komforcie, dostatku, dobrobycie itp. widzi zapowiedź niezdrowej postawy konsumpcyjnej, nie może zapominać, że społeczeństwo, które przeżyło kilka ciężkich lat wojennych, wypowiada się za komfortem czy dostatkiem; podobnie działo się po wojnach napoleońskich. „Zbyt długo i w zbyt szerokiej skali panował u nas niedostatek; zbyt biedni jesteśmy jeszcze dzisiaj, zbyt wiele mamy palących potrzeb ekonomicznych, byśmy mogli nie wiązać wizji lepszego świata z możliwością lepszego zaspokojenia potrzeb materialnych”²¹.

Rozwój pełnej osobowości powinien towarzyszyć rozwojowi dobrobytu; to nie są elementy sobie wrogie, lecz współtworzące. Historia zna narody, które upadły wskutek „zniewieścienia”, tzn. osłabienia ich *élan vital*, ale zna i takie narody, które nie uległy „zniewieścieniu”, chociaż powodzi im się materialnie nie najgorzej (przykładem może być m. in. Szwecja), jak również narody, które upadły, mimo że nie tonęły w dostatkach.

Diogenes i inni cynicy starożytności oraz pierwsi chrześcijanie hołdujący życiu ascetycznemu gardzili wzrostem potrzeb, a powściągliwość równą wyrzeczeniu traktowali jako cnotę. Współcześnie trudno o zwolenników ascetyzmu. Nie należy też zapominać, że dążenie społeczeństwa do wzrostu konsumpcji (które wydaje się nadmierne) jest konsekwencją przewagi siły nabywczej nad wartością towarów i usług oferowanych na rynku, oszczędności są zaś tylko konsumpcją odłożoną i to przeważnie dlatego, że podaż nie nadążyła za towarami.

Nie tracąc z oczu pewnych wynaturzeń czy wypaczeń konsumpcji, należy z Wielką ostrożnością zabierać się do pouczania konsumentów czy do ich wychowywania. Byt kształtuje świadomość, chcąc więc zmienić świadomość trzeba wpierw zmienić warunki bytu (np. tak doskona-

²¹ W. Osiatyński, „Kultura”, nr 53/72.

łąc produkcję uspołecznioną, by margines demoralizującej konsumenta „inicjatywy prywatnej” stracił sens swego istnienia). Zadaniem filozofii etyki, (moralistyki, literatury i sztuki jest natomiast kształtowanie nowego, lepszego człowieka, któremu będzie się materialnie powodziło lepiej, a nie gorzej. Wyraził to trafnie A. Rajkiewicz, mówiąc, że „głównym celem naszego obywatela ma być [...] kształtowanie osobowości [...] z pomocą funkcjonalnych rzeczy” i że „rozwinęte społeczeństwo socjalistyczne powinno się charakteryzować utrwalaniem systemu wartości, w którym zachowana byłaby harmonia między zaspokajaniem potrzeb duchowych i (materialnych, żeby nawet różnorodne formy zaspokajania potrzeb materialnych były związane z uwzględnieniem potrzeb duchowych człowieka, rozwijaniem jego życia wewnętrznego, jego osobowości, a z tym wiąże się chłonność na konsumpcję kulturalną i uczestniczenie w kształceniu permanentnym, aktywność społeczna itd.”²² To znaczy: „zjadaczy chleba” nie w anioły przerabiać, lecz w mędrców.

LE LUXE ET L'ATTITUDE DE CONSOMMATION

Resumé

La notion du luxe constitue un reflet des opinions de diverses couches sociales, ainsi qu'une tradition, des conventions et du droit fiscal. Il est aussi bien difficile de définir les limites entre le luxe et une consommation d'un degré plus élevé. Mais plus important c'est la démocratisation du contenu du luxe c' est -à- dire l'accès à chacun aux biens, considérés jusqu'à présent comme possédant le trait du luxe, or destinés à un groupe bien restreint; à l'heure actuelle ce sont des biens utiles de point de vue social, qui facilitent et enrichissent la vie.

La société socialiste peut être considérée comme une société de consommation, une société d'un standard matériel et spirituel croissant de la façon universelle. On ne peut l'identifier avec une attitude de consommation, qui se résume en une identification des moyens (des objets satisfaisant nos besoins) avec des buts de la vie. Une négation de cette attitude c'est — sur le fond de l'accroissement du bien-être social — le développement d'une pleine personnalité et une harmonie entre la satisfaction des besoins matériels et des besoins intellectuels.

22 W wywiadzie dla „Kultury” nr 3/73.