

Zakupy

Autor tekstu: **Bartosz Jastrzębski**

Zakupy są – na ogół – horrorem. Ich konieczność powraca cyklicznie, miarowo, nieuchronnie – niczym łopaty młyńskiego koła wbijające się w płynną rzeczywistość codziennego życia. To żelazny punkt programu, którego nie można sobie odroczyć, chyba że za cenę ekspresowej erozji zwyczajowych i koniecznych czynności: jedzenia, mycia, ubierania, rozrywki...Tak się przynajmniej wydaje. Trzeba wszak znieść do domostwa wszystkie niezbędne składniki służące do upichcenia dnia powszedniego, nadania mu smaku nie odbiegającego od słusznym oczekiwań cywilizowanego człowieka. Inaczej nie będzie możliwy odpoczynek, błogostan: ciche i rozkoszne zażywanie intymności domu w pełnym poczuciu obfitości i zaspokojenia. Bez zakupów nie podobna uczynić sobie tymczasowego rajku konsumenta: polegiwania na wygodnej kanapie, napełniania brzucha ulubionymi łakociami, spoglądania na słusznym rozmiarów i najlepiej LCD telewizor lub iście ekstatycznego rozpakowywania książki z tych modnych ostatnio cieniutkich, gładkich i szeleszczących folii (uniemożliwiających biedakom nieuczciwe, a nawet jakoś złośliwe podczytywanie sobie woluminów w ukryciu, pomiędzy regałami księgarni), popijania przy tym markowego wina, markowego tak jak kubraczki wiszące w designerskiej, wnękowej szafie, błyszczącej wewnątrz niklowanymi drążkami o wytrzymałości do 120 kilogramów. Oczywiście miernej moralnie i duchowo jakości są te raje, ale lepszych się ani nie reklamuje, ani nie sprzedaje – nawet na zamówienie – i nawet nie wiadomo, gdzie i jak można by ich szukać.

Wizja konsumenckiego spełnienia krzepnie tedy w umyśle, drażniąc i prowokując go, dlatego w końcu – choć się nie chce – trzeba wygospodarować czas, co wciąż szybko ku śmierci biegnie, ogarnąć się, ubrać i wyjść na zakupy. Najlepiej oczywiście tam gdzie wszystko jest pod ręką, a więc do centrum handlowego, tej świątyni współczesnego życia, w której wydarza się cud: możliwe do zaspokojenia są nawet te pragnienia, co się nawet jeszcze nie pojawiły. Jest tam bowiem wszystko (księgarnie jeno są dość marne lub nie ma ich wcale – ale za to gazet i filmów bez liku), wszystko i więcej jeszcze, aż do granic wyobraźni, by nie chciało się opuszczać tych seraficznych przybytków, oaz dla istot utrudzonych móżdżkiem pracy i wychostanych jesienno-zimową szarugą. Oto więc my również – jak wszyscy – zajeżdżamy na wielkie parkingi, przedsionki świątyni, gdzie zawsze jest już tłok, bowiem mrowie ludzkie ściągnęło na plac ze wszech stron, niczym pradawni islandzcy wikingowie ciągnęli z gór i dolin na Althing, by uradzić co dobre, a co złe. I już tu niestety uzmysławiać sobie zaczynamy, iż pozyskanie tego pociągniemy przybyli wyższe siły i zważy umysł. Rytuał się rozpoczyna.

Pierwsze co się rzuca w oczy to oczywiście współwyznawcy, a na ich twarzach dwa główne rodzaje spojrzeń: łapczywe, spragnione i szkliste, oszołomione wyraźnie perspektywą bliskiego spełnienia, nieziemskiej promocji, okazji, które pozwolą przechytryć Los, rynek, producentów, sprzedawców i kupić tanio i dobrze (choć bardziej przytomna, a przez to zdławiona na zakupach część umysłu podpowiada, że to żadną miarą udać się nie może), słowem wygrać, wykraść ekstazę niemal darmo. Ci się spieszą, prawie biegną, w myślach już macają to, co wymacane i kupione być powinno, czasem warczą do siebie lub pokrzykują do swych niesfornych dzieci, które albo się ociągają, albo zawracają głowę drobiazgami, że mianowicie chcą to lub tamto, nie zważając przy tym jak ważną batalię mają do stoczenia rodzice. Drugi zaś rodzaj spojrzeń to te zmętniałe i zrezygnowane. Najczęściej naznaczone są nimi twarze wychodzących, rozbitych już i umęczonych nadprodukcją wrażeń, czasem też lekko upokorzonych faktem swej niewielkiej mocy nabywczej lub ułomności logistycznej, która nie pozwoliła, jak to się mówi, „załatwić” wszystkiego. Niektórych z nich zapewne przygnębiła też owa nieogarnialna masa ludzi, chaotycznie przemieszczający się tłum, rozgadany i blokujący prosty trakt, co wiedzie do spełnienia. Tych zmęczonych twarzy należy unikać, bo apatia jest zaraźliwa i może zniweczyć wszelką satysfakcję. Miast się wpatrywać w podejrzone facjaty trzeba tedy zacząć kupować.

I tu od razu pojawia się pierwszy, a zarazem jeden z najgorszych problemów: by kupić należy wprzód wybrać. Zatem, o zgrozo, również myśleć, określać kryteria wyboru i stopień ich spełnienia przez dany produkt. Przeanalizować winno się także – bardziej rudymenarnie – stopień realności potrzeby, bo przecież zawsze może być tak, że się jakaś fikcja za potrzebę przebrała i ją udaje. Pojawia się tu niekiedy przestłonięta i stłumiona na ogół myśl (i słuszenie, Racionalista.pl

bo dla kupowania zabójcza), że zakupy, zwłaszcza artykułów nie spożywczych, w niewielkim stopniu wynikają z rzeczywistej życiowej potrzeby, że to tylko jakiś amok, odruch, oszołomienie. Wszak rzeczy, których używamy sporadycznie tylko mają szansę dotrzeć do faktycznego kresu swej używalności (gdy je zmieniamy są co najwyżej sprane, wyblakłe, porysowane, rozciągnięte, wytarte, niemodne etc.), zatem wymieniając je na nowe realizujemy potrzebę estetyczną tylko – nie zaś egzystencjalną. Potrzeba estetyczna jest jednak sztucznie stymulowana w taki sposób, by nigdy nie została w pełni zaspokojona – zbyt łatwo bowiem, na Proteuszowy sposób, przyjmuje wszelkie kształty i ulega modyfikacjom. Z drugiej jednak strony, życie pozbawione waloru estetycznego to życie nędzne, brudne i złachmanione, życie umęczonego bydłęcia, co zawsze za ciężki wóz ciągnie. A piękno nowości i świeżości uwodzi, daje wrażenie aktualności bycia, które w końcu przestaje spóźniać się za krewkim pulsem realności. Takie to rozmyślania wypełniają czasem w markecie, gdy się zbyt długo nad produktem duma. Na ogół jednak na takie refleksje nie ma czasu, wszystko bowiem rusza się żwawo i do ruchu – świadomości i nóg – zachęca. Jeśli jednak w końcu dana rzecz pomyślnie przeszła ów pierwszy, myślowy sprawdzian swej nieodzowności i faktycznie potrzebna i/lub chciana jest, wówczas należy pomyśleć jeszcze o pieniądzach, zrekapitulować naprędce budżet, określić stopień zakłócenia, wprowadzić modyfikacje i nowe stratyfikacje. To strukturalny moment zakupów nawet dla ludzi stosunkowo zamożnych – ci bowiem kupują rzeczy droższe i więcej, co ich także do wewnętrznej, chałupniczej ekonomii zmusza, choć z całą pewnością nie tak restrykcyjnej jak ta niebogatych. Wyłania się tedy oskarżenie wtóre: zakupy to myślenie o pieniądzach. Myślenie zaś o nich zawsze przynosi wnioski ponure. Bo oto na mocy przyrodzonej człowiekowi zachłanności zawsze jest ich jakoś mało, za mało w stosunku do potrzeb, które z natury szybki i solidny wzrost mają. Zadowolenie finansowe (jeśli w ogóle występuje), podobnie zresztą jak każde inne, ma charakter chwilowy i epizodyczny, po czym stacza się w normę, a później w niedosyt. Tu zaś – w centrum handlowym – pieniądz jest wszystkim, jest powietrzem, którym się oddycha, a równocześnie eterem pozwalającym przezwyciężyć nękającą codzienność anhedonię.

W końcu jednak kupuje się – pierwsza foliówka ciąży już w dłoni. Czasem ów akt przyprawiony jest lekko poczuciem rozrzutności, ambiwalencji (dobrze w końcu robię czy źle? Marnotrawstwo? Zysk?), niekiedy też świadomością krótkotrwałości sukcesu – wszak rzecz nowa traci na wartości z każdym dniem, staje się starsza, stara, coraz bardziej obleziona czasem, który minął od jej wyprodukowania i nabycia. Jedyne na co ją stać to powolny rozkład, niezawodny mechanizm niszczenia, bliznowacenia, na mocy którego traci swą ciężko przez nas okupioną atrakcyjność. Zresztą Eros w stosunku do rzeczy, tak jak każdy inny jego rodzaj, ma naturę pragnienia, stąd największy jest wówczas gdy do spełnienia daleko, gdy zaś ono następuje znika: nie można bowiem pragnąć tego, co się już ma. Ale ogólnie jest dobrze – tak trzeba akt zakupu dla własnego dobra podsumować. Kupiło się i już jest, dobrze czy źle – problem wyrzucony został z głowy. Nie ma już co myśleć, a myślenie było tu wszak tym co najgorsze i tegośmy się właśnie pozbyli. Czas ruszać dalej: na spożywczy.

Tu już prawdziwy młyn: wszyscy kupują, bogaci i biedni – wszak każdy jeść musi i to codziennie. Ten powszechny przymus oraz skala w jakiej jest spełniany naznacza się nieprzyjemnym grymasem na twarzach sprzedawców i kasjerów. Ci wyraźnie mają dość. W godzinach popołudniowych nienawidzą już swoich klientów, w ogóle, zdaje się, nienawidzą wszystkich ludzi, bezosobowej masy przeciskającej się robaczkowym ruchem przez gardła kas, masy żrącej coraz więcej, na potęgę, dużo więcej niż potrzeba, by potem z trudem wydać, otłuszczać się, chorować i umierać – między innymi z obżarstwa właśnie. Kasjerzy, pracujący wciąż na widoku publicznym (którego nikt tak naprawdę nie lubi), nieobecni i zubożeni, podliczają cierpliwie i bez słowa jednorazowe zakupy o wartości przekraczającej nieraz ich miesięczne przychody. W pełni zautomatyzowani i mechaniczni przypominają ludzkie widma, zakłete na wieki w sekwencjach tych samych ruchów. Słowem są wysoce nieapetyczni i dobrze, iż ogląda się ich tylko przy wyjściu – choć i to za wiele.

Na „samie” tymczasem znów rozpoczyna się wybieranie. Nie da się od niego uciec w świecie kilkudziesięciu gatunków pieczywa. Wybieramy i jesteśmy świadkami cudzych wyborów (które i nam do myślenia dają): łysawy pan wybrał bułeczki ze słonecznikiem, a elegancka pani w wieku średnim z sezamem. Błada i nie umalowana niewiasta z Inianym, wielorazowym workiem wybiera, rzecz jasna, czarny i czerstwy jak podeszwa chleb ekologiczny – by żyć dłużej, być zawsze młodym i mieć wewnątrz pełne błogosławionych błonników, co do powstania raka umęczonych, żołądkowych tkanek nijak nie dopuszczają, ani dzisiaj, ani nigdy. Przecudne dziewczę co w urodę swą wierzy i się z nią obnosi wybiera produkt osobliwy: niby chlebowy,

lecz o niskiej zawartości chleba — aby nie zapełniać płaskiego jak lotnisko brzucha, a mimo to coś jeść, składa się on w przeważającej mierze z powietrza, ograniczonego skórka. Mężczyzna w wieku lat trzydziestu paru wyraźnie lekceważy takie przyziemne dylematy i zmierza prosto do celu – a jest nim lada z wyjątkowym towarem: to piwo wyprodukowane specjalnie dla tego marketu, o dziwnej nazwie, jakby niderlandzkiej, lecz swojskim miejscu produkcji (Ostrów, Kostrzyń, lub coś podobnego), a przede wszystkim dobrze uwarzone (bez mała 10% alkoholu) i w naprawdę atrakcyjnej cenie – 1,69 zł. Inny znowuż jegomość szuka towarów droższych i wyrafinowanych. Widać to po zawartości jego wózka. Są tam jakieś głowonogie paskudztwa z rybnego, karczochy, brokuły, białe szparagi, bakłażany, i avocado z warzywniaka, a nawet rosyjski kawior, niegdyś symbol zamożności, dzisiaj wyraźnie wzgardzony (zwykle doczeka smętnie na półkach kresu zdatności do spożycia). Pan go jednak kupił. To koneser, człowiek wyrafinowany, który zwyczajami kulinarnymi odróżni się od pospółstwa. Do takiego przynajmniej doszedł wniosku oglądając na swej satelitarnej platformie jeden z licznych programów z gatunku „kuchnia twoim domem”. Przecież trzeba się jakoś indywidualizować, nadawać sobie rysy niepowtarzalne (modnie niepowtarzalne), co uwiodą swym urokiem rodzinę, znajomych i pełnopiersne kandydatki na kochanki.

W istocie, możliwości wyboru jest wiele. Krystalizują się one w niezliczonych dychotomiach: zdrowe-niezdrowe, tanie-drogie, świeże-nieświeże, smaczne-niesmaczne, polskie-niepolskie, znane-nieznane, dobrze wyglądające-nie dobrze itd. Każdy musi wybierać w tym kosmosie sam, każdy ma również swoje przyzwyczajenia, natręctwa, narowy, które mu w tym pomogą. A jeśli nie one zagra w końcu automatyzm, podświadomie sterowany instynkt, który jest mrocznym jądrem zainteresowań specjalistów od reklamy. Nawet wolą oni by świadomość już osłabła, wówczas bowiem sterowanie przechodzi na sfery podprogowe. Te zaś same z siebie bezforemne, łatwo pożądane formy przyjmują. Wówczas pieniądź płynie, a pieniądź zmienia świat.

Słychać też strzępy rozmów: młoda kobieta mówi w gniewie (głosem niebezpiecznie zduszonym i ściszym, lecz tym bardziej zajadłym) do mężczyzny (męża lub partnera): „Dupa jesteś a nie facet!”. W innym małżeństwie jeszcze tak źle się nie dzieje, wciąż zwracają się do siebie per „kochanie” i to bez przekąsu – jakby rzeczywiście się kochali. Staruszka cierpliwie tłumaczy wnuczce dlaczego nie kupi mu miniskutera. Dwie nastolatki rozważają co kupić swojej koleżance, której „nigdy nic nie leży”, starsi państwo w czarnych płaszczach komentują pogrzeb – że się udał. Dwaj studenci rozważają splątane losy swego znajomego-emigranta, osiadłego na zielonej – wbrew starożytnej nazwie – wyspie Albionu, ktoś mówi o swoim pracodawcy: że bufon, o koleżance: że zazdrosna o wszystko, o chłopaku: że boski... Okruchy tych rozmów szybko zapełniają ograniczone objętościowo rejestry pamięci krótkotrwałej. W końcu słychać tylko szum i pojedyncze oderwane słowa...

Pozostają jednak jeszcze wyglądy. Wzrok pracuje. Rzeczy wyglądają, ludzie wyglądają i obrazy te osiadają w umyśle po to tylko, zda się, by po chwili stopniem niemal doszczętnie. Miny, grymasy, oczy („linia przebiegająca pomiędzy dwoma parami oczu jest dobrym przewodnikiem osobowości, nastrojów, impulsów w obie strony” [1] słusznie powiada Simmel), tiki, ubiory, ruchy, gesty, a to wszystko wyrwane z kontekstu więc bez znaczenia, fragmentaryczne, migawkowe a jednak jakoś oddziałuje, nastraja – choć tylko na moment. Każdy człowiek to wewnętrzny świat, specyficzna aura, wyraz heroicznego autokreacji, manifestacja funkcjonowania splątanych mózgowych zwojów, o których – mimo wszystko – tak niewiele wiadomo. Tych ludzi jest jednak tak wielu, że zaczyna się nienawidzić ich obecności. Nieuniknionym efektem zakupów jest socjopatia.

W końcu umysł nie wytrzymuje, wyłącza się, otacza zwiewną, lecz nieprzenikalną zasłoną wyczonego autyzmu, który chroni go przed przegrzaniem. Został on rozbity, pokonany, wyczerpał się, nie zdołał wszystkiego przetworzyć. Za dużo tego: ludzi, towarów, światła, obrazów, dźwięków, asocjacji i konotacji, pragmatycznych kalkulacji, podświadomych fiksacji, aksjologicznych, wewnętrznych konwersacji, pokątnych obserwacji, retencyjno-protencyjnych koncentracji i kumulacji. Trzeba stąd uciekać jak najprędzej. „Piekło to inni” powiadał Sartre i w rzeczy samej miał rację, choć lichym był myślicielem i podejrzaną personą. Jeszcze tylko zważona twarz kasjera, praca ładowniczego przy aucie, wniesienie dóbr do domostwa, gdzie będzie się można cieszyć szeleszczącą nowością towarów – i zwycięstwo: *consumentum est*. Koszmar dobiegł końca.

Oto więc zakupy. Cóż jeszcze można o nich rzec? Wydaje się, że są one sposobem na osvajanie świata poprzez jego spożywanie, swoistą „ontofagię”. Przyniesione do domu rzeczy

stają się konstytutywną i nieustanną – do odwołania – treścią moich postrzeżeń, a przez to świadomości. Wyrażają mnie, mówią kim jestem. To, co inne staje się moje i mną. W ten sposób rozrastam się, puchnę, dokonuję – w cywilizowanej formie – naturalnego aktu bytowej ekspansji. Z nicości wyłania się chwilowa przynajmniej tożsamość, w jej sakwach pojawiają się błyszczące przedmioty, miłe dla oka i w dotyku. Dzięki nim niweluję swoją obcość, przyrodzone człowiekowi poczucie niekompletności, niezakorzenia, metafizycznej bezdomności, na skutek którego sam w sobie czuję się nagi, kruchy i nijaki. Inne zaś szaty, którymi mógłbym otulić swą nagość zmurszały i żywot wiodą jeno w pożółkłych księgach lub w marzeniach o innym świecie.

Zakupy są tedy również sposobem życia, co oznacza dziś: płynięcia. Jedne przedmioty odpływają wypierane przez nowe ich fale – niczym w sławetnej heraklitejskiej rzece. A my płyniemy wraz z nimi, tyle że coraz starsi, bowiem w przeciwieństwie do nich niestety nieodnawialni. W ich lustrze widzimy przeto swe starzenie się. W pogoni za ulotną, estetyczną aurą, ważniejszą nawet niż sam przedmiot i sposób jego użytkowania (wszak aury i wyglądy zastąpiły udanie istoty rzeczy i ewentualne z nich pożytki), próbujemy jednak dogonić nieuchwytny grzbiet fali. Jest to pogoń za Istnieniem, które musi być równocześnie – powiedzieliśmy sobie to twardo i wyraźnie już jakiś czas temu – Blaskiem, Olśnieniem i Nieustanną Nowością. Inne istnienie nie interesuje nas wcale, bo zapadło by się ono w siebie uniemożliwiając wszelki ruch i zmianę. I w tym biegu, którego nigdy się nie wygrywa, wydarza się nasze życie, gdzieś z boku, cichaczem, przy okazji. Tak jak na zakupach – jakoś pobocznie, nie chcący i nie *a propos* – porusza się sprawy ważne, znaczące i niecodzienne. Jednak czyni się to powierzchownie, by zawsze można było odwrócić od nich głowę ku czemuś połyskującemu zalotnie. Życie bowiem musi pozostać Blaskiem.

Przypisy:

[1] G. Simmel, *Most i drzwi*, przeł. M. Łukasiewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2006, s. 190.

Bartosz Jastrzębski

Ur. 1976. Wykłada filozofię i etykę w Dolnośląskiej Szkole Wyższej Edukacji i na Uniwersytecie Wrocławskim. Doktorat poświęcił filozoficznym aspektom poezji Blake'a (wyd. Wydawnictwo Naukowe DSW 2006). Wydał zbiór esejów zatytułowany "[Pająk. Szkice prawie filozoficzne](#)" (Wrocław 2007).

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 31-10-2008)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6165) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6165>)

Contents Copyright © 2000-2008 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne

programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl