
Spółeczeństwo postindustrialne

Spółeczeństwo postindustrialne, informacyjne, konsumpcyjne...
Czyli tyle wiesz, ile zjesz?

I. Spółeczeństwo postindustrialne, czyli poprzemysłowe

A. Z pamiętnika starego wyjadacza...

Analizując rozwój różnorodnych nacji, zestawiając to z założeniami mikroekonomii, możemy dojść do trafnego spostrzeżenia. Do życia potrzebujemy towarów i usług, które zaspokajają nasze generalne i indywidualne potrzeby. Towary i usługi z kolei, powstają poprzez przetworzenie trzech komponentów: darów natury (vel. ziemi), inwestycji przetworzonych rzeczy (vel. kapitału) oraz pracy (vel. pracy :P). Zestawienie trzech czynników w określonej konfiguracji pozwala nie tylko stworzyć zamierzono dobro, ale również usprawnić i zwiększyć wydajność produkcji.

Co i jak produkować - oto pytania, na które odpowiedzieć muszą sobie wszyscy producenci. Oprócz grupowych zapotrzebować (tzw. grup docelowych) determinujący wpływ na odpowiedź ma kontekst historyczno-społeczny. Od zarania dziejów do przełomu XVIII i XIX wieku ośrodki produkcji nastawione były na rolnictwo. Nic dziwnego - potęgę plemienia (a później większej społeczności tj. państwa) wyznaczała demografia a ujmując bardziej szczegółowo - zasób żołnierza. Pozyskiwanie żywności było tak czasochłonne i energochłonne, że ludziom nie pozostawało wystarczająco czasu, aby spełniać inne potrzeby. Głód, zmęczenie i niebezpieczeństwo zewnętrzne były wytycznymi działań na szczeblu partykularnym. Od zbieractwa nasz przodek przeszedł do rolnictwa ¹, które stale udoskonalał (nowe technologie i rodzaje upraw). I jeśli rozjuszony żołdak nie puścił z dymem jego chałupy wraz z inwentarzem żywym i martwym, mógł nawet pokusić się o wymianę towarową.

Przełom nazwany rewolucją przemysłową faktycznie zasłużył na te miano. Postępująca mechanizacja produkcji pozwoliła na oszczędność pracy i ziemi, bardziej efektywne inwestowanie tychże czy zwiększenie ilości wyrobów. W ujęciu społecznym zapoczątkowała dwa zjawiska: powszechność dostępu do dóbr oraz kapitał czasu wolnego. Udział pracy w produkcji stale się zmniejszał, bez udziału kosztów w ilości produkcji. Wiązało się to z rozwijającą produkcją taśmową oraz emancypacją robotników - strajkami, ruchem socjalistycznym i powstawaniem związków zawodowych. Robotnicy pracowali mniej a zarabiali wystarczająco dużo, aby wolny czas przeznaczyć na konsumpcję. I już nie tylko produktów żywieniowych.

B. Rolnictwo, przemysł i ...

Za twórców określenia społeczeństwo postindustrialne uważa się Daniela Bella oraz Alana Touraine ². Na przełomie 60 i 70 lat dostrzeżono pewne modyfikacje w młodym bądź co bądź społeczeństwie przemysłowym.

W/w Panowie a za nimi szereg innych badaczy zaczęli przydawać społeczeństwu XX w. nowe imperatywy. Uznano bowiem, że ludzkość poczyniła kolejny krok w rozwoju indywidualnej i zbiorowej konsumpcji a w skutek automatyzacji produkcji ogromna rzesza pracowników przeniosła się do tzw. sektora usług. Usługi stały się zatem dominującą sferą zatrudnienia w krajach rozwiniętych więc na tej podstawie przyjęto udział zatrudnionych w danym sektorze za miernik

rozwoju gospodarczego kraju. Analogicznie odniesiono się i do Polski. ³ Ponieważ sektor usług zaczął się rozrastać, stale zaczęto poszukiwać nowych przedmiotów, które mogą zostać opatentowane (także formalnie) i wystawione na sprzedaż. Takim czymś stała się wreszcie informacja. Podsumowując, warto

przyczyć najważniejsze cechy społeczeństwa postindustrialnego, czyli przemysłowego:

" Zatrudnienie pracowników w sektorze usług na poziomie przekraczającym 50%.

" Przejście od masowej produkcji dla anonimowego klienta do indywidualizacji odbiorcy usług.

" Automatyzacja produkcji, taśmowość i zwiększenie udziału kapitału kosztem pracy ludzkiej; spadek cen towarów niegdyś uważanych za luksusowe.

" Skupianie się społeczności w aglomeracjach miejskich, wysoki wskaźnik urbanizacji, migracja pionowa i pozioma.

" Rozwój kultury masowej (o czym dalej).

" Powstawanie korporacji

II. Społeczeństwo informacyjne

A. Czy jesteśmy pokoleniem Neostrady?

Jeszcze nie żegnamy się z terminem społeczeństwa postprzemysłowego. Nieprzypadkowo w materii tego eseju zestawiono trzy pozornie odrębne hasła. Społeczeństwo informacyjne jest następstwem organizacji zbiorowości ludzkiej w ramach społeczeństwa postindustrialnego. Zarówno jedna jak i druga klasyfikacja zakłada pewną działalność a mianowicie przemysł informacyjny. Podobnie jak klasyczny przemysł (np. metalurgiczny) ma charakter taśmowy, choć w tym wypadku określenie to zakrawa o metaforę.

Społeczeństwo informacyjne to słowa Japończyka Tadao Umesao, które wkrótce urosły do rangi definicji społeczeństwa XX wieku. Społeczeństwa które postrzega informację jako dobro niematerialne, cenny przymiot. Na szczeblu indywidualnym i zbiorowym dokonywane jest rozporządzanie informacją, polegające na wytwarzaniu, przechowywaniu, przetwarzaniu, przekazywaniu i pobieraniu aż wreszcie wykorzystywaniu. Wszystkie te procedury obejmują różne typy informacji, obarczonych klauzulami (np. intymne, o szczególnym znaczeniu dla bezpieczeństwa, cenne etc.), zachodzą w nieokreślonym czasie i przestrzeni w zależności od posiadanej technologii.

Informacja nierzadko generowana jest w eter, to znaczy bez ustalonego odbiorcy a zatem do każdego. Jej wartość bywa znikoma lub wręcz mierna, co nie przeszkadza w jej wytwarzaniu i dystrybucji w nadziei na pozyskanie słuchacza. Jej potencjalna ilość nie podlega ograniczeniom. Tym samym jesteśmy wręcz bombardowani wszechobecnymi informacjami, danymi i bodźcami co musiało doprowadzić do zmian w odbiorze zmysłowym i działaniach odruchowych. Tzw. selekcja informacji staje się narzędziem wyuczonym, kolejną baterią systemu obronnego naszego organizmu. Chyba, że dana informacja jest przez nas pożądana?

B. Inwigilacja, informatyzacja, infiltracja...

Zdolności adaptacyjne naszego ciała i umysłu sprawiają, że w zasadzie umiemy odnaleźć się w dzicy informacyjnej, w której znaleźliśmy się z własnej przyczyny. Niekoniecznie jednak musi być ona przez nas dostrzegana. Społeczeństwo informacyjne to określenie prawidła tak skomplikowanego, odnoszącego się do tak rozbudowanej konstrukcji, że w zasadzie przenika ona wszystkie aspekty naszego życia. Generuje nasze potrzeby, narzuca zdania, wpycha w stereotypizację czyniąc nas niewolnikami własnych potrzeb.

Jak rozpoznać różnic pomiędzy społeczeństwem informacyjnym a innymi typami? Odnosząc się do historii, etnologii czy socjologii. Którąkolwiek z dróg podejmiemy, będzie można dotrzeć do pewnych powtarzających się prawideł.

a. Do pozytywnych cech społeczeństwa informacyjnego możemy zaliczyć:

" Powszechność edukacji, dostępność do wiedzy i niski poziom analfabetyzmu.

" Rozwinięty sektor usług nowoczesnych (telekomunikacja, finanse, zarządzanie etc.).

" Urozmaicenie życia i nowy katalog rozrywek, również tych wyższych lotów .

" Gospodarka wolnorynkowa i postępujący liberalizm.

" Możliwość przekazywania informacji na odległość; szeroki dostęp do Internetu i telefonii.

" Powszechna znajomość prawa, przejrzystość i spójność prawa; uwzględnienie w prawodawstwie nowoczesnych rozwiązań ekonomicznych i społecznych np. praw autorskich, telepracy (art. 675 Kodeksu Pracy), czy usług telekomunikacyjnych.

" Rozległość infrastruktury technicznej przeznaczonej do transmisji danych.

" Współpraca naukowo-badawcza, tworzenie systemów informacyjnych (np. zniechęcony studencki USOS).

b. Do negatywnych cech społeczeństwa informacyjnego możemy zaliczyć:

" Decentralizację społeczeństwa i nadmierną indywidualizację życia oraz wynikające z tego znieczulicę i apatię.

" Deprecjację wartości informacji (o czym dalej).

" Potęgę informacji, wykraczająca poza inne wartości w tym życie i moralność.

" Problematykę w ochronie prywatności. 4

III. Społeczeństwo konsumpcyjne

A. Pasibrzuch chce jeść!

Jak zostało już wspomniane w cz. I, postęp cywilizacyjny zwrócił uwagę ludzi na dobra wykraczające poza te niezbędne do zaspokojenia pierwotnych potrzeb. Dlatego też społeczeństwo konsumpcyjne poczytuje się za emanację społeczeństwa nowoczesnego, którego nadrzędnym priorytetem jest konsumpcja. Generalna poprawa jakości życia doprowadziła ostatecznie do podporządkowania konsumpcji innych aspektów życia w tym polityki, obyczajów, prawa etc. Tym samym konsumpcja przestała być trendem albo cechą partykularną, ale stała się zjawiskiem powszechnym.

Urodzony na początku XIX wieku, filozof francuskiego pochodzenia Alexis de Tocqueville, zwracał uwagę, że dla nowego typu społeczeństwa bezsprzecznie najważniejsza stała się wygoda oraz nowe możliwości. Nieskrępowani nadmiernymi obowiązkami i zobowiązaniami przeciętni ludzie oddają się pracy, aby móc wypracować środki niezbędne do zażywania życia. Jakie zagrożenia z tym związane zaczęły kiełkować z tego powodu, możecie przeczytać w odrębnej pracy p.t ...Jesteś tylko częścią wielkiej, nieokreślonej materii, której życiowym celem jest żyć... O społeczeństwie masowym.

Promienie konsumpcji zaczęły docierać do naszego macierzystego kraju wraz z transformacją ustrojową i zmianą gospodarki centralno- planowanej na model wolnorynkowy. Państwo, wycofując się z roli administratora konsumpcji i quasi-animatora kultury, oddało batutę prywatnym organizacjom i gremiom. Z jednej strony doprowadziło to do popularyzacji usług, wzbogacenia społeczeństwa etc. z drugiej - umożliwiło dostęp szemranych treści do opinii publicznej. Polskie społeczeństwo rychło przejęło zachodnie wzorce i z zapałem powieliło schematy, które miały rządzić zepsutymi tworam kapitalistów. Do naszego kraju zaczęły masowo docierać produkty, niegdyś poczytywane za luksusowe, a światowi twórcy kultury masowej znaleźli swoich odpowiedników również i w nadwiślańskich realiach.

B. Czy być sobą to wybrać Pepsi?

Jakie cechy charakteryzują społeczeństwo jako konsumpcyjne? Na pewno nie tylko te negatywne. Jak zostało już podniesione, społeczeństwo konsumpcyjne wiąże się tylko ze społeczeństwami rozwiniętymi gospodarczo, gdyż tylko w warunkach względnie powszechnego dobrobytu katalizować mogą zjawiska związane ze społecznościami konsumpcyjnymi. I tak:

" w stosunku do większości obywateli zaspokojeniu ulegają podstawowe potrzeby życiowe (wyżywienie, akomodacja, ubiór) oraz społeczne (dostęp do edukacji, służby zdrowia czy obiektów kulturowych)

" dobra poczytywane za konsumpcyjne są względnie tanie i ogólnodostępne (np. kartę do telefonu komórkowego można kupić niemal wszędzie a z bandażem może być już gorzej)

" nasileniu ulega reklama dóbr konsumpcyjnych a wydarzenia cykliczne czy jednorazowe przekształcano są w nadzwyczajne okazje do konsumpcji (np. zamieszanie przed Świętami, Walentynki etc.)

" zachęta do konsumpcji wykracza poza reklamę, ale wynika również ze sposobu życia współplemieńców (np. Wszyscy mają Mambę - mam i ja!)

" zaczynają tworzyć się gusta, prądy czy mody co do rodzajów towarów i sposobów ich użytkowania (np. popcorn i inne łakocie w kinie)

" kupno prestiżu wraz z towarem przestaje być wstydlive a pożądane (np. kupno samochodu ze względu na modny kolor, wysoką cenę czy opinie biegłych z magazynów motoryzacyjnych a nie ze względu na wydajność, faktyczną potrzebę czy korzystną cenę)

" powstanie zjawiska zwanego w j. angielskim endorsement , czyli reklamowanie produktów twarzą znanych osób

C. Jesteś tym co jesz!

Czy zastanawialiście się kiedyś jakiego typu dobra i dlaczego konsumujemy? Słodyczne są słodkie, komedie śmieszne a masaże przyjemne. Zupełnie inne wytyczne przyświecają nam w poszukiwaniu informacji, gdzie pozytywne odczucia ustępują sensacyjności, grozie a nawet brutalności. Dlaczego kochając wygodę i sielankowe życie instynktownie podążamy za zepsuciem i destrukcją. Czy to opisywany przez Zygmunta Freuda czy Ericha Fromma pociąg do Tanatosa czy znudzenie plastikowym życiem? Odpowiedzią staje się kolejne założenie. Nie mniej jednak dostrzec można pewną dewolucję człowieka. Część aspektów życia, uważanych historycznie za taboo, dziś staje się powszechnie dostępna a nawet popularyzowana. Z bardziej niesmacznych jak dla mnie przypadków można wymienić:

a. Pranie osobistych brudów - to co w świadomości Gabrieli Zapolskiej uchodziło za skrajnie intymne dziś cieszy gapiów na całym świecie. Przykładami są talk-show Rozmowy w toku czy zdjęty już z wizji program Wybacz mi.

b. Sprzedaż intymności - trend zapoczątkowany przez program Big Brother a podtrzymywany przez szereg programów typu reality - show. W filmie Truman Show zostaliśmy niejako ostrzeżeni, ale nie posłuchaliśmy... Ostatnio świeci triumfy nowy program Moment Prawdy, w którym podłączeni do wariografu uczestnicy odpowiadają na pikantne i osobiste pytania prowadzącego.

c. Nagość, seks w filmie, seks na żywo, perwersja - podczas gdy obraz Jean-Honore Fragonarda Huśtawka uchodził za niemoralny a sodomia przez wieki karana była śmiercią, rewolucja seksualna zniosła stereotypy i uprzedzenia do tej, bądź co bądź, najbardziej intymnej sfery ludzkiego życia. Transformacja powoli wymykała się spod kontroli. Od okazywania nagości, przez powszechność scen łożkowych, seks na żywo w reality show (pamiętne wystąpienie Frytki, chlip!) przeszliśmy do dosadnych obrazów dewiacji i zbrodni. Podawanie przykładów tych ostatnich wydaje się nie na miejscu.

d. Brutalność - domena większości filmów, gier komputerowych czy muzyki. Śmierć, choroby i anomalie anatomiczne stały się również wątkami przewodnimi części portali internetowych. Produkcje filmowe od scen walki, szybkiej i efektownej śmierci przeszły do obrazowania realistycznych scen tortur, rozkładu zwłok etc. Kanon rozpoczęty przez film Piła był obrazem trendu, ale nie wskazywał prekursora. Równie popularna tematyka zombie jest przykładowo niemal tak stara jak produkcja filmowa.

e. Głupota - jak mawiał Symonides z Keos Niezliczony jest ród głupców . Tyle, że i niska rozrywka (np. popularne w USA wyśmiewanie się z publiczności), kreowanie osób znanych z tego, że są sławne etc. zajmują w bloku telewizyjnym znacznie więcej czasu, niż programy edukacyjne, informacyjne i podobne. Kuriozalna dla mnie osoba Joli Rutowicz (i jej pluszowego konia) czy program Ciao, Darwin są chyba aż nadto wyraźnymi przykładami.

f. Szokować zamiast śpiewać - z racji dużej konkurencji w sprzedaży swego talentu, artyści nie chcą uzyskać statusu gwiazdki jednej piosenki, zaczęli sięgać po specyficzne techniki. Szokowanie opinii publicznej, sprzedaż swojego życia czy kontrowersyjne wypowiedzi mają przyciągać uwagę, w ułamkowej części także na twórczość. 5

D. Pokolenie JP2 czy PS2?

Niemalą rolę w naszym życiu zaczęła odgrywać reklama. Informując nas o nowościach i zaletach produktu pozwala wybrać najbardziej pożądanym i odpowiedni produkt. Tyle, że twórcy reklam zaczęli obficie czerpać z dorobku teorii wpływu na ludzi i zabiegów erystycznych w związku z czym, reklama przestała pełnić funkcję informacyjną a stała się służalcza wobec funkcji sugestywnej. Zakaz m.in. przekazu podprogowego nie przeciwdziała całkowicie zagrożeniom związanym z reklamą, gdyż te z powodzeniem wykorzystują proste a skuteczne socjotechniki jak np. efekt kontrastu czy opinii powszechnej.

Nie będzie zaskoczeniem, jeśli powiem, że świat kreowany przez reklamę stanowi alternatywną płaszczyznę do tej w której na co dzień przebywamy. Wyraża nasze pragnienia albo a contrario - kreuje je. Obrazuje człowieka jaki jest rzeczywiście, albo tworzy punkty odniesienia do których chcemy dążyć. Reklama bądź pokazuje nam przekrojowy świat większości masy bądź próbuje narzucić punkt widzenia. Jak byśmy na to nie spojrzeli, stanowi potężną siłę oddziaływania i trzyma w ryzach cały system oparty na konsumpcji.

Tym samym przedstawione wyżej zmienne koegzystują ze sobą tworząc model społeczeństwa konsumpcyjnego, postindustrialnego, informacyjnego i masowego zarazem.
C.B.D.U

Społeczeństwo postindustrialne, informacyjne, konsumpcyjne - bibliografia:

1 Tzw. rewolucja neolityczna, która rozpoczęła się ok. 10.000 lat przed narodzinami Chrystusa na terenie Bliskiego Wschodu.

2 Dla zainteresowanych polecam: D. Bell The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting oraz A. Touraine, The Post-Industrial Society: Tomorrow's social history: classes, conflict and culture in the programmed society.

3 Diagram zaczerpnięto ze strony www.empi2.pl.

4 Fotografia zaczerpnięta ze strony www.ruseblog.com.

5 Więcej na temat społeczeństwa konsumpcyjnego w książce Społeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury Jeana Baudrillarda.

Przeczytaj także artykuły pod tytułem:

Społeczeństwo :: Rodzina :: Problemy społeczeństwa polskiego :: Społeczeństwo masowe :: Bezrobocie :: Prawa człowieka