

Piotr Siuda

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

<https://doi.org/10.18778/1733-8069.8.3.03>**Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie**

Abstrakt Celem artykułu jest wskazanie, że kolekcjonerzy to specyficzna kategoria konsumentów. Konsumpcja potraktowana jest w artykule przez pryzmat przyspieszenia współczesnego świata oraz sytuacji, kiedy czas staje się coraz ważniejszym zasobem, jest go coraz mniej, ludzie skarżą się na jego utratę. Wynika to między innymi z tego, że zagarniany jest on przez producentów, którzy walczą i konkurują ze sobą o każdą wolną chwilę, jaką przeznaczyć im może konsument – we współczesnym społeczeństwie dominuje zatem szybka konsumpcja. Kolekcjonowanie również jest nabywaniem, przy tym niezwykle aktywnym oraz realizowanym z pasją, mimo to znacznie się od niego różni – ten, kto kolekcjonuje, podejmuje szereg czynności przeciwstawnych szybkiemu konsumowaniu. Zbieranie pozwala wyrwać się z kołowrotu ciągłego nabywania i usuwania rzeczy przez nastawienie na całościowość, długofalowość oraz wspólnotowość, jak również sakralizację kolekcjonowanych obiektów. Kolekcjonowanie wymaga dużych pokładów czasu nieskompresowanego kolejnymi aktami kupowania, czyli czegoś, co w słowniku coraz szybciej pędzącej konsumpcji praktycznie nie istnieje.

Słowa kluczowe fragmentaryzacja czasu, kolekcjonowanie, konsumeryzm, przyspieszenie, rytuały kolekcjonerskie, wspólnoty kolekcjonerskie

W kieracie szybkiej konsumpcji

Norweski antropolog społeczny, Thomas Hylland Eriksen (2003: 75–171), uważa, że nasze życie podporządkowane jest „tyranii chwili”, która przejawia się w dwóch wzajemnie ze sobą powiązanych procesach – przyspieszeniu oraz spiętrzeniu. Pierwszy obejmuje wszystkie elementy bytowania – od pracy po sprawy intymne. W porównaniu z poprzednimi epokami szybkość jest dzisiaj wszechobecna. Dzięki coraz lepszym samochodom, szerszym autostradom, dostępnym powszechnie liniom lotniczym prędkiej podróżujemy. Mobilne technologie sprawiają, że porozumiewamy się z innymi w zatrważającym tempie, jesteśmy zalewani coraz szyb-

szymi przekazami medialnymi, coraz zwawiej konsumujemy (słowa konsumować używam na zmianę z terminem nabywać). Szybkość działa na nas jak narkotyk – pożądamy jej. W gazetach oczekujemy coraz krótszych artykułów, w telewizji preferujemy jedynie skróty wiadomości, w kinie zaczynamy się nudzić, o ile film nie obfituje w wartkie, często zmieniające się zwroty akcji. Nudzą nas powolne, mało widowiskowe sporty – wolimy te szybsze, przez to bardziej ekscytujące. Narzekamy, kiedy przyjdzie nam czekać na spóźniający się pięć minut autobus bądź tramwaj, marudzimy, kiedy komputer uruchamia się nie dziesięć, a dwadzieścia sekund.

Ponieważ wszystko przyspiesza, zaczyna zatem wkraczać w nasze życie coraz szybciej i szybciej, co powoduje kurczenie się czasu i mniejszą jego ilość. Czas staje się coraz cenniejszym zasobem – jakże często słyszymy, że doba powinna liczyć więcej niż dwadzieścia cztery godziny. Wiele osób chętnie usunęłoby ze swojego przepełnionego grafiku zadań zbędną ich zdaniem czynność, jaką jest sen. Chcąc oszczędzić czas, coraz więcej rzeczy robimy równocześnie – można powiedzieć, że spiętrzają się one jedna na drugiej. Na wakacje zabieramy laptopa po to, aby pracować, w pracy dokonujemy zakupów w sklepie internetowym, jesteśmy zalewani górą poczty elektronicznej, reklama goni reklamę, news z ostatniej chwili wskakuje na miejsce poprzedniego. Jesteśmy poddani tyranii chwili – ta, która trwa obecnie, na przykład ta, w której piszemy artykuł, zagrożona jest następną, czyli tą, w której zadzwoni do nas telefon komórkowy czy w której trzeba będzie oderwać się od pracy, bo czeka na nas jakieś inne, pilniejsze zadanie. Chwile stają się coraz krótsze, nachodzą na siebie – jedna zastępuje drugą. Coraz więcej zdarzeń dzieje się w tym samym czasie, rośnie liczba rzeczy, które należy robić jednocześnie.

Eriksen narzeka (2003), że czas jest coraz szybszy, że zaczyna nam brakować „czasu powolnego”, takiego, w którym moglibyśmy odpocząć, oddać się ulubionemu hobby czy po prostu leniuchować. Ponieważ coraz więcej rzeczy piętrzy się jedna na drugiej i wciska w każdą wolną chwilę, coraz mniej zostaje czasu nieskompresowanego, nienaruszonego przez ciągły natłok tego, co jest szybkie. Napisał o tym również niemiecki socjolog Hertmut Rosa (2009), który zauważył, że w dobie, w której środki techniczne pozwalają robić wszystko zwawiej, czasu powinno być coraz więcej. Tak się jednak nie dzieje. Mimo że wiele rzeczy faktycznie robimy w szybszym tempie, na przykład wysyłamy listy (robimy to za pomocą sieci elektronicznej, a nie poczty tradycyjnej), poruszamy się czy pierzemy ubrania, czynimy to jednak znacznie intensywniej niż kiedyś – wysyłamy więcej listów, jeździmy dalej, pierzemy częściej. Taka intensywność zabiera czas.

Czas ulega dzisiaj fragmentacji; Eriksen twierdzi (2003), że jej przejawem jest właśnie spiętrzenie, rozbitcie na chwile, które, w najlepszym wypadku, są ze sobą luźno związane. Według Norwega tego rodzaju fragmentacja powoduje utratę nie tylko powolności, ale również wewnętrznej spójności następujących po sobie odcinków czasu. W jednym momencie absorbuje naszą uwagę coś, co w ogóle nie jest związane z czynnością, którą wykonywać będziemy w kolejnym momencie. Eriksen jest pesymistą – uważa, że poszatkanie czasu skutkuje wytworzeniem specyficznego stylu myślenia: nielogicznego, nieściśłego, nieliniowego, a „wolnoskojarzeniowego”, metaforycznego, poetyckiego, jednym słowem: nieosadzonego w kontekście, lecz od niego oderwanego. W przypadku takiego sposobu myślenia coraz trudniej o spójne narracje czy porządki – widać to w wielu dziedzinach życia: edukacji, nauce, pracy, stylu ży-

Piotr Siuda, doktor socjologii, adiunkt w Katedrze Socjologii UKW w Bydgoszczy. Autor książek *Religia a internet* (2010), *Kultury prosumpcji* (2012) oraz *Japonizacja* (w druku). Członek zarządu Oddziału Toruńskiego Polskiego Towarzystwa Socjologicznego. Naukowo zainteresowany socjologią kultury, społecznościami fanowskimi oraz społecznymi aspektami Internetu. Prowadzi bloga o tematyce popkulturowej (popblog) – www.piotr.siuda.pl.

Dane adresowe autora:

Katedra Socjologii
Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
ul. Ogińskiego 16, 85-092 Bydgoszcz
e-mail: piotr.siuda@gmail.com

cia. Eriksen uważa, że poddani jesteśmy hegemonii fragmentów, co negatywnie odbija się na kreatywności – ludzie po prostu nie mają czasu, aby spokojnie o czymś pomyśleć (2003: 146–157).

O fragmentacji czasu napisał również Rosa (2009), według którego objawia się ona tym, że coraz trudniej dłużej skupić na czymś uwagę. Kiedy wykonujemy jakieś czynności albo przerywają nam inni, albo sami sobie przerywamy, uświadamiając sobie, że do zrobienia czekają inne, ważniejsze rzeczy. Beładnie i chaotycznie mieszamy ze sobą zadania przynależne do różnych sfer naszego życia – raz piszemy e-mail do współpracownika, zaraz potem dzwoniemy do żony czy męża, by za chwilę oddać się pisaniu elektronicznego listu do naszego lekarza. Rosa, podobnie jak Eriksen, podkreśla, że skutkiem poszatkowania jest odejście od spójnych, osadzonych w kontekście narracji – na atrakcyjności tracą zajęcia długoterminowe, wymagające dużych nakładów czasu oraz energii. Gratyfikacja za aktywność ma być natychmiastowa, nie możemy na nią czekać – nie mamy czasu, by na nią czekać. Niemiecki socjolog zauważa ponadto, że coraz mniej pociągające stają się aktywności zespołowe, wspólne – coraz trudniej jest nam do jakiegoś działania zaangażować innych, cierpiących – podobnie jak my – na ciągły, permanentny brak czasu.

Rację mają i Rosa, i Eriksen, kiedy wskazują na to, że w sytuacji fragmentacji bardzo trudno o spójne narracje. Przejawia się to chociażby rzadkością krótkofalowego czy długofalowego planowania swoich czynów – ludzie nie patrzą już na przyszłość pod kątem tego, co będzie, nie widzą jej z optymizmem bądź pesymizmem. Spoglądają na to, co jest, poświęcają się przeżywanej chwili – są przeciw jej władzy. Ponieważ bieżąca chwila całkowicie zaprzęta umysły, z podporządkowanych jej działań

nie wyłania się żaden kierunek, w którym się podąża. Mało tego – o przyszłości nic pewnego nie da się nawet powiedzieć, jest ona całkowicie otwarta, czas bowiem pędzi, wszystko się zmienia i jedyne, co jest prawdziwe, to właśnie zmiana.

Skutkiem przyspieszenia, ogromnej szybkości dzisiejszych społeczeństw, spiętrzania się czynności oraz fragmentacji czasu jest to, o czym napisało wielu współczesnych teoretyków – płynność i niestabilność ludzkiej tożsamości. O jej kondycji pisali Ulrich Beck (2002) czy Anthony Giddens (2001). Kiedyś, w „czasach powolnych”, tożsamość budowało się raz na całe życie, korzystając przy tym z jasnych i klarownych instrukcji. Dziś nikt takowych nie daje, ludzie pozbawieni są zestawu gotowych pakietów tożsamościowych, zmuszeni są ciągle konstruować swoje Ja od nowa. Szybko pędzący czas sprzyja owemu odnawianiu tożsamości, konstruowaniu jej niczym układanki z klocków, ciągłym rekonfiguracjom jej elementów, ich przemieszaniu. Tego rodzaju kompletowanie Ja z ciągle nowych fragmentów obserwować można w takich sferach, jak edukacja, praca zawodowa, życie rodzinne czy polityczne. Bytowanie staje się niczym kolaż, pełne jest pojedynczych, krótkoterminowych epizodów i wrażeń, arbitralność zastępuje nadrzędność i ukierunkowanie.

Doskonale widać to w sferze konsumpcji – współczesne nabywanie nazwać można mianem szybkiego konsumowania. Dla producentów czas biegnie nieubłagane, poddani tyranii chwili muszą coraz więcej, coraz szybciej produkować i jednocześnie coraz skuteczniej rywalizować o uwagę nabywcy. Coraz więcej produktów zapełnia z dnia na dzień przestrzeń konsumencką, towary ulegają spiętrzeniu, kupujący stoją w obliczu ogromnego ich natłoku. Chcąc skonsumować wszystko, co wytwarzają

producenci, musieliby dysponować ogromną ilością czasu. Tego jest jednak coraz mniej, producenci zaczynają zatem ostrą walkę o konsumenta – każda wolna chwila musi zostać zagospodarowana, skompresowana, czas zawsze można poddać jeszcze większej ekonomizacji, tak aby sprzedać w nim jak najwięcej. Nawet bardzo wydajny nabywca może stać się jeszcze wydajniejszy i z łatwością kupować więcej – trzeba tylko znaleźć na to sposób. Konsumentom należy sprzedać coraz więcej płyt, ubrań, telewizorów, telefonów komórkowych, samochodów i tak dalej. Coraz szybciej i szybciej – granica ciągle nie została osiągnięta, przy czym podstawowe założenie jest następujące: aby ludzie mogli zwiększyć konsumpcję, muszą coraz częściej wymieniać artykuły.

Rotacyjność kupowania nie jest dziś niczym zaskakującym. Rzeczy nabywa się w zależności od tego, w jakim stopniu zaspokajają potrzeby, jak bardzo w danym momencie się ich pożąda lub czy ich nabycie i posiadanie spowodowane jest chwilową zachcianką. Nieważne jednak, czy nabyło się coś w wyniku potrzeby, pożądanego czy zachcianki – pewne jest to, że prędzej czy później konsument się z tym czymś rozstanie. Potrzeba zostanie zaspokojona, na jej miejsce pojawi się inna, zmuszająca do nabycia kolejnej rzeczy. Pożądanie wygaśnie lub zastąpione zostanie przez nowe żądze. Zachcianka, z definicji ulotna, przestanie oddziaływać tak, aby zachęcać do zatrzymania danego przedmiotu. Konsument coraz wyraźniej zacznie odczuwać potrzebę zastąpienia posiadanych rzeczy innymi, pozbycia się starych, usunięcia ich, zapomnienia o nich. Proces ten jest cykliczny – życie to ciągły kołowrót nabywania i wyrzucania rzeczy.

Za Zygmuntem Baumanem (2004: 86) stan taki nazwać można „syndromem konsumenckim”. Jego

tworzenie polega na ciągłym rozbudzaniu pożądanego rzeczy, wzbudzaniu poczucia niezaspokojenia, ciągłej obietnicy gruntowniejszego i bardziej satysfakcjonującego zaspokojenia pragnień przez kupowanie ciągle nowych przedmiotów (Bauman 2000: 95–96). Społeczeństwo konsumenckie frustruje swoich członków wskutek przesadnych obietnic zaspokojenia pragnień, jednocześnie oferując remedium na rozgoroczenie – ogromną liczbę możliwych do nabycia nowych dóbr, które ulżyć mają cierpieniom pożądanego. Ostatecznie okazują się one jednak pod tym względem zawodne. Przez wzorowych konsumentów wcale nie jest to jednak postrzegane jako wada, lecz jako obietnica wymiany rzeczy na lepsze, nadzieja na doznawanie nowych ulepszeń i ekscytacji. Syndrom konsumencki zamiast długowieczności rzeczy promuje ich przemijanie, skraca znacząco czas między takimi etapami kupowania, jak pożądanego, jego zaspokojenie i zanik oraz uznanie przedmiotu za nieużyteczny czy w końcu sprawne jego usunięcie. W odniesieniu do tej ostatniej czynności Bauman stwierdza: „konsument nie mają zahamowań, gdy wypada spisać rzeczy na straty. Przyjmują kruchość rzeczy za ich cechę przyrodzoną, a ich wędrówkę do śmietnika za naturalną kolej losu” (2004: 87). Kołowrót konsumpcji kręci się wspierany przez nadmiar oraz marnotrawstwo.

W związku z tym ludzie doświadczają życia jako szeregu konsumenckich wyborów, w żadnym względzie nie jako czegoś o dalekowzrocznym charakterze, sprzyjającego mniej doraźnym celom niż zaspokojenie swoich żądz. Nabywca „spożywa” ciągle od nowa – nieustannie wybiera rzeczy z bliżej nieokreślonego zbioru, którego jako całości nie potrafi ogarnąć i którego zrozumienie nie jest dla niego celem. Całość, zestaw przedmiotów, nie ma dla konsumenta najmniejszego znaczenia. Jak pod-

kreśla Bauman: „[i]dea całościowości [...], całości – to ostatnia rzecz, jaką nieuchronnie cząstkowa i przypadkowa próbka zbioru znajdująca się w polu widzenia może nasuwać. Bo przecież: *przedmioty, niczym we śnie, lekko się bierze i porzuca. Żadnemu nie jest dane być trwałym*” (2006: 57–58). Odwołując się do poglądów Waltera Benjamina przedstawionych w eseju *Dzieło sztuki w dobie reprodukcji technicznej* (1996), stwierdzić można, że kupowane produkty tracą aurę, czyli swoistą „magiczną moc”, która określa ich wartość. Owa moc istnieje jedynie do momentu, kiedy zechce się zastąpić dane dobra następnymi.

Poglądy Baumana podziela wielu współczesnych myślicieli – różnie nazywają oni syndrom konsumencki, niektórzy utożsamiają go na przykład z modą (por. Szlendak, Pietrowicz 2007). W jednej ze swoich książek Tomasz Szlendak (2005: 99–101) przytacza przemysł francuskiego socjologa Georga Lipovetskyego. Wywód Francuza rysuje społeczeństwo „funkcjonujące w oparciu o hasło, że wszystko co nowe, jest piękne” (Szlendak 2005: 101) – dzisiaj liczy się to, co jest nowością, to, co tu i teraz, ważna jest terażniejszość. Myśl ta znalazła u Lipovetskyego zastosowanie przede wszystkim do opisanego zaniku dyktatury obyczaju i tradycji, upadku poprzednich pokoleń jako wyznacznika godnych do naśladowania wzorów. Ławo jednak odnieść ją do wytłumaczenia powszechnej dzisiaj zastępowalności rzeczy – skoro liczy się to, co tu i teraz, a nie to, co było, korzystanie ze starych przedmiotów nie jest atrakcyjne. O charakterystycznej dla współczesnego konsumowania wymienialności przedmiotów piszą także inni badacze. Również oni dostrzegają, że współczesna kultura opiera się na powtarzalnych cyklach nabywania (por. Lesznieński 2007: 51). Bardzo niewielu widzi jednak, że zastępowal-

ność przedmiotów doskonale wpisuje się w logikę przyspieszenia i spiętrzenia oraz ich wpływu na konsumpcję.

W sferze nabywania obowiązuje maksyma „czas to pieniądz” – im więcej sprzedamy konsumentom w danym czasie, tym więcej zyskamy. W tym względzie słuszne wydają się spostrzeżenia marksistów czy przedstawicieli szkoły frankfurckiej. Marksizm stworzył koncepcję fetyszyzmu towarowego, która opiera się na odróżnieniu wartości wymiennej towarów od ich wartości użytkowej (Strinati 1995: 54–55). Pierwsza odnosi się do pieniędzy, do ceny, po jakiej obiekty są nabywane, druga natomiast dotyczy pożytku konsumenta z dóbr, ich praktycznej wartości oraz użyteczności. Za marksistami frankfurczycy uważali, że w społeczeństwie kapitalistycznym wartość wymienna będzie zawsze dominować nad użytkową. To pieniądz jest najważniejszy – określa on i przenika stosunki społeczne. Jeden z przedstawicieli szkoły frankfurckiej, Theodor Adorno, wykazał, że bardzo często wartość wymienna oraz użytkowa stają się jednym, zlewają się tak, że trudno je rozróżnić – ocenia się obiekty tylko przez pryzmat ich ceny, od razu przydając tym, za które zapłacono się znaczną sumę pieniędzy, większe znaczenie użytkowe (Strinati 1995: 54–55).

Frankfurczycy rozwijali również koncepcję fałszywych potrzeb tworzonych przez wszechwładny przemysł kulturowy. Według niej ludzie mają prawdziwe, rzeczywiste pragnienie bycia twórczymi i niezależnymi, autonomicznie kontrolującymi swoje życie jednostkami. Dążenia do tego nie mogą być jednak zaspokajane wskutek nakładania na nie fałszywych potrzeb tworzonych przez kapitalizm (Marcuse 1991: 13–27). Przekładając te poglądy na rozważania o przyspieszeniu i rywalizacji o czas konsumentów, stwierdzić można, że ludzie mają

rzeczywiste potrzeby leniuchowania, realizowania hobby i zainteresowań. Przyspieszenie, spiętrzenie, ekonomizacja czasu, zagarnianego przez producentów, promują fałszywe potrzeby, które domagają się ciągłego zaspokajania, właśnie przez nieustanne kupowanie oraz wymianę rzeczy.

Jeśli nie wymienia się starych przedmiotów na nowe, można zostać uznanym za odszczepieńca i dewianta. Ciągła konsumpcja jest dzisiaj czynnikiem pozwalającym odróżniać zachowania społecznie akceptowane od tych uznawanych za przejaw patologii. Jeśli nie pokazuje się ciągłego pędu do wymiany, można być posądzonym o zachowanie świadczące o zacofaniu oraz będące w złym tonie, można nawet zostać odrzuconym i wyrugowanym z ciągle kupującej społeczności. Nabywcy są zatem całkowicie pod wpływem mechanizmów konsumpcji, nie mogą wybrzydzać ani odrzucać tego, co aktualnie jest im przedstawiane. Trzeba poddać się konsumpcyjnym przyspieszeniom – jak twierdzi cytowany już w tekście Rosa, odwrócenie tego trendu jest bardzo trudne. Niemiec wskazuje na grupy społeczne, które wolne są od presji przyspieszenia – poza kołowrotem szybkiego kupowania znajdują się chociażby bezrobotni, renciści, chorzy, ludzie w depresji, narkomani.

W dalszej części artykułu rozważam, czy poza kołowrotem znajdują się również kolekcjonerzy. Czy zbieranie można uznać za czynność specyficzną, sytuującą się gdzieś obok szybkiego konsumowania? Realizowane z pasją oraz niezwykle aktywne gromadzenie przedmiotów niewątpliwie czyni z kolekcjonera konsumenta – zbieracz jest podmiotem, o względy którego walczą producenci. Wytwórcy chcą zagospodarować jak najwięcej czasu, którym on dysponuje (tak, aby konsumowanie opierało się na szeregu krótkotrwałych aktów związanych z za-

stępowaniem rzeczy). Kolekcjonowanie w znacznej mierze opiera się jednak temu procesowi, jest działalnością, która może być postrzegana jako uwolnienie się od szybkiej konsumpcji. Kolekcjoner nie jest łatwym celem producentów, bowiem liczy się dla niego czas nieskompresowany i niepokawałkowy – zbieranie jest czynnością długofalową i holistyczną (kolekcja zawsze osadzona jest w kontekście całości). W następnej części artykułu opisane zostaną aspekty zbierania wskazujące, że ową czynność można uznać za akt przeciwny szybkiemu konsumowaniu.

Podkreślić trzeba, że zarówno kolekcjonowanie, jak i zestawione z nim szybkie konsumowanie rzadko kiedy występują w rzeczywistości społecznej w czystej postaci. Łatwo to zrozumieć, kiedy uzna się, że zbieranie w znacznej mierze opiera się na konsumowaniu (a właściwie kolekcjonowanie jest konsumowaniem, tyle że specyficznym, bowiem odrębnym od innych aktów nabywania, polegających na szybkim wymienianiu zastępowalnych rzeczy). Jeśli radykalnie konfrontuje się ze sobą dwa wspomniane typy, jest to zabieg analityczny, mający zwrócić uwagę na wielowymiarowość nabywczych aktywności ludzi. W związku z tym należy pamiętać, że zbieranie to subwertywność wobec społeczeństwa konsumpcyjnego, realizowana niejako dodatkowo, to znaczy będąca odskocznią od codziennego szybkiego nabywania, od którego całkowite odcięcie się wymagałoby znacznie więcej poświęcenia niż ma to miejsce w przypadku kolekcjonerów. Obydwa wskazane typy nie wykluczają się – można zbierać i równocześnie na co dzień (szybko) konsumować. Posługując się typami idealnymi, postanowiłem nie uwzględniać odcieni obydwu zjawisk. W rzeczywistości społecznej występują przecież różne stopnie zaangażowania w konsumpcję oraz kolekcjonerstwo

– można mówić o kontinuum zachowań rozciągających się między skrajnie położonymi punktami. Na kontinuum nabywania z jednej strony znajdują się zakupoholicy, z drugiej osoby w ogóle nie konsumujące. Na kontinuum zbieractwa wyróżnić można kolekcjonerów zaangażowanych oraz zbierających okazjonalnie, co powoduje, że aby uznać kogoś za kolekcjonera, niekoniecznie muszą u niego wystąpić wszystkie elementy zbierania wspomniane w następnej części artykułu.

Rozważania o kolekcjonowaniu jako czynności przeciwstawnej szybkiemu nabywaniu wpisują się w popularną obecnie problematykę funkcjonowania społeczeństwa konsumpcyjnego i alternatywnego (niekonsumpcyjnego) w nim działania (nie chodzi o analizę sytuacji jakiegoś konkretnego państwa, lecz o wszystkie społeczeństwa późnowoczesne). Dziś coraz częściej pisze się o tak zwanej prosumpcji (por. Siuda 2012), czyli specyficznej aktywności konsumentów konfrontowanej z konsumpcjonizmem, ponieważ opierającej się na twórczej działalności aktorów społecznych (por. Siuda 2011). Przedstawionym przeze mnie rozważaniom (o kolekcjonerach) blisko jest do opisów działania nabywców, określanych mianem dostarczycieli zawartości (*content*), członków społeczności wirtualnej, lojalnych i inspirujących konsumentów (por. Jenkins 2006) czy fanów (por. Jenkins 2007; Siuda 2010). Badacze zajmujący się nowymi trendami prosumpcyjnymi dokumentują świat, w którym coraz więcej ludzi (trudno mówić o liczbach) jest aktywnych, produkuje przekazy kulturowe, redystrybuje je, reinterpretuje oraz tworzy ich nowe znaczenia. W literaturze przedmiotu znaleźć można liczne sprawozdania z badań empirycznych pokazujących zachowania prosumenckie (por. Brooker 2002; Bury 2005; Jenkins 2007; Kozinets 2007; Ross 2008; Fili-

ciak, Hofmokl, Tarkowski 2012). Niezwykle zaskakujące jest, że akademicy zajmujący się prosumpcją tak rzadko podejmują temat kolekcjonowania. Nie zwraca się na nie uwagi w kontekście praktyk prosumpcyjnych, mimo że zasadza się ono na części wspomnianych wyżej działań. Bardzo dużo pisze się o sprzeciwie prosumpcyjnym, na przykład internautów czy fanów, i chociaż ci drudzy często są zbieraczami, to jednak temat samego kolekcjonowania nie jest w prezentowanym znaczeniu poruszany. Zbierania nie traktuje się jako odrębnego trybu nabywczego będącego przejawem oporu wobec starej konsumpcji i promowania nowej prosumpcji.

Kolekcjonowanie

Przystępując do zobrazowania tych aspektów i wariantów kolekcjonowania, które są ważne w kontekście przeciwstawiania się szybkiemu konsumowaniu, trzeba wskazać, że zbieranie wyklucza niszczenie rzeczy, ich usuwanie, pozbywanie się czy zużywanie, na co zwrócił uwagę Manfred Sommer (2003: 13–51) (to za nim przyjąłem praktykę zamiennego stosowania pojęć kolekcjonowanie i zbieranie).

Filozof rozróżnił dwa rodzaje zbierania – ekonomiczne oraz estetyczne, przy czym właśnie to drugie jest jego wyższą formą, to znaczy kolekcjonowaniem właściwym, opierającym się na zachowywaniu prowadzącym do przetrwania przedmiotów. Ekonomiczna odmiana zbierania, nazywana również przez Sommera gromadzeniem czy zbieraniem akumulacyjnym, zakłada ostateczne zniszczenie rzeczy. Bez znaczenia jest tu moment ich eliminacji, nie liczy się czas, który upłynął od ich zebrania do eliminacji. Warto jeszcze dodać coś, o czym Sommer zapomina – w wypadku kolekcjonowania ekonomicznego jednostka zdaje sobie sprawę, że zebrane przez nią rzeczy będą ostatecznie usunię-

te. Nie musi tego wyraźnie artykułować, wystarczy, że jest to odnotowane w jej podświadomości. Nieważne jest przy tym, czy zniszczenie będzie miało charakter konsumpcyjny, czyli całkowity, powodujący ostateczne zniknięcie rzeczy, czy produkcyjny, skutkujący użyciem przedmiotu do stworzenia czegoś nowego. Zatem grzybiarz, który zdaje sobie sprawę, że obiekty jego uwagi będą ostatecznie zjedzone, nie kolekcjonuje, a jedynie gromadzi. Podobnie nie kolekcjonuje się pieniędzy, bowiem nawet odkładając je, ma się świadomość, że prędzej czy później będą one wydane. Zbiera się wówczas, gdy w grę wchodzi zatrzymywanie, przechowywanie, utrzymywanie w istnieniu – według Sommera to właśnie jest istotą rozważanego zjawiska. Filozof napisał, że „to, co zostało zebrane na sposób ekonomiczny znika; natomiast to, co zebrano na sposób estetyczny zostaje zachowane. Oto fundamentalne przeciwstawienie, które odnosi się do zbierania [...] z jednej strony mamy ekonomikę *znikania*, a z drugiej estetykę *zachowywania*” (Sommer 2003: 29).

Kolekcjonować można zarówno przedmioty materialne, jak również doświadczenia, takie jak chociażby podróże w odległe zakątki świata. Je również zbiera się tak, żeby je przechować – zwykle w pamięci, a ponieważ bywa ona zawodna, pomóc mogą różnorodne artefakty służące przypomnieniu (np. zdjęcia z podróży, pamiątki). Kolekcjonowanie doświadczeń przekłada się zatem na zbieranie przedmiotów materialnych. Podkreślenia warty jest fakt, że te ostatnie mogą przynależeć zarówno do sfery tradycyjnie rozumianej kultury wysokiej, lecz równie dobrze do obszaru produkcji na skalę masową. W społeczeństwie konsumpcyjnym, w którym masowo tworzone dobra stają się głównym katalizatorem pragnień i marzeń, to właśnie kolekcjonowanie rzeczy przynależnych do tego drugiego wy-

miaru jest bardziej prawdopodobne. Dziś znacznie powszechniejsze od zbierania dzieł sztuki, antyków czy wyrobów rękodzieła jest kolekcjonowanie towarów zaliczanych do kultury popularnej.

Kolekcjonowanie jest nabywaniem rzeczy oraz ich posiadaniem. Zbieracz niezwykle ceni sobie możliwość realizacji tych dwóch czynności, kieruje się w ich wypadku pasją i jest niezwykle aktywny. Przedmioty pełnią bardzo ważną, jeśli nie centralną, rolę w jego życiu, są źródłem satysfakcji lub jej braku (por. Formanek 1994: 331). Zgodnie z przyjętą optyką kolekcjonowanie jest konsumowaniem. Mimo to pewne właściwości zbierania, związane z odrzucaniem postawy szybkiego wymieniania zastępowalnych rzeczy, pozwalają uznać kolekcjonowanie za odstępstwo od zwyczajnej konsumpcji, która dzisiaj przyspieszyła, tak jak zostało to wyżej opisane (zaryzykować można stwierdzenie, że zbieranie jest po prostu inną od szybkiej odmianą nabywania). Kolekcjoner pragnie zdobyć napotkane przedmioty należące do rodzaju rzeczy zbieranych, ale takie, których jeszcze nie posiada – specyfika kolekcjonerskiego konsumowania polega na dążeniu do tego, by mieć ich jak najwięcej. Nie jest zbieraczem ten, kto nie rozszerza swojej kolekcji przez dołączanie do niej kolejnych rzeczy (por. Belk 1995: 67). Wszystkie razem formują określony zestaw, stanowiący swoistą całość o wyraźnie określonych granicach, które wyznaczają, jaki konsumowany przedmiot może się w owym zbiorze znaleźć, a jaki nie. Oczywiście współczesna kultura dysponuje pewnymi opcjami możliwych do wyboru granic, określających to, co się zbiera (przykładowo kolekcjonować można pocztówki lub znaczki). Obszar kolekcjonerskiej aktywności często jest wyznaczany społecznie, choć nic nie stoi na przeszkodzie, aby jednostka stworzyła swój własny lub przynajmniej

nadała dostępnym opcjom indywidualny charakter (kolekcjonuje się tylko pocztówki z danego kontynentu czy znaczki z danego kraju). Zbieranie opiera się na wyznaczaniu granic, a ono z kolei na zasadzie odróżniania przedmiotów (wskazywania tych, które chce się zbierać i tych, których się nie chce). Dodatkowo, kolekcja nie może składać się z takich samych rzeczy – nie mogą być one identyczne, mimo że są podobne ze względu na przynależność do danego zbioru przedmiotów. Kilka takich samych komiksów nie stanowiłoby kolekcji, inaczej seria różniących się zeszytów, podobnie zbieranie pieniędzy na koncie bankowym to zbieranie akumulacyjne, natomiast kolekcjonowanie monet przez numizmatyka, który dokładnie odróżnia każdy egzemplarz, jest już zbieraniem właściwym.

Kolekcjonowanie jest zatem czynnością zindywidualizowaną, polegającą na osobistym, dokonywanym przez jednostkę akcie selekcjonowania rzeczy (zgodnie z wytyczonym obszarem). Mimo owej indywidualizacji zbieranie może być również aktem wspólnotowym (choć nie musi – wspólnotowość nie jest warunkiem koniecznym zbierania) – dana osoba często konkuruje z innymi o miano najlepszego kolekcjonera (warto zaznaczyć, że taka relacja nie jest regułą – istnieją kolekcjonerzy niezainteresowani rywalizacją). Ci inni, mimo że są specyficznymi przeciwnikami, bardzo często współtworzą z jednostką wspólnotę, mniej lub bardziej realnie ukształtowaną i określoną, ale jednak wspólnotę. Bowiem nawet jeśli ktoś nigdy nie spotkał innej osoby dzielącej pasję ani nie ma pojęcia, gdzie takiego kogoś można znaleźć (co zdarza się coraz rzadziej w dobie internetowych społeczności kolekcjonerskich), w jego świadomości zawsze istnieć będą ludzie zbierający to samo. To właśnie oni legitymizują hobby i zażegnują niebezpieczeństwo uznania

siebie za dziwaka, który zajmuje się trywialnymi sprawami. Legitymizacja jest o wiele silniejsza, jeśli osoba spotyka się z innymi zbieraczami, przynależy do klubów, zrzeszeń czy innego rodzaju grup kolekcjonerów, tworzy wraz z innymi osobami realnie ukształtowane wspólnoty (por. Sowiński 1977: 6).

Członkowie wspólnot mogą być nie tylko konkurentami, ale również osobami służącymi radą i pomocą (choć znowu trzeba podkreślić, że takie stosunki nie są regułą). Wraz z nimi dana osoba odróżnia się od tych, którzy pasji nie podzielają, nie posługują się specyficznym językiem oraz nie dysponują wiedzą, która pozwala wchodzić we wzajemne interakcje. Dla przykładu, osoba kolekcjonująca wina, dzięki swojej znajomości rodzajów tego trunku, ich jakości, terminologii związanej z produkcją czy degustacją, łatwo pozna innego kolekcjonera – będzie się potrafiła z nim porozumieć. Zbieracze tworzą zatem społeczności o charakterystycznej, materialnej i symbolicznej kulturze. Odróżnia ich to od indywidualnych konsumentów, pozwala zaliczyć do tak zwanych subkultur konsumpcji, które John Schouten oraz James McAlexander (1993; 1995) określili mianem „wspólnot ludzi uformowanych wokół konkretnych produktów”. Społeczności te powstają na podstawie współdzielonego przez członków zaangażowania w nabywanie (por. Kozinets 2001: 68), a także pokazują, dlaczego kolekcjonerzy przyznają niektórym rzeczom większą wartość niż innym i uznają pewne obiekty za te, do posiadania których szczególnie warto dążyć. To właśnie wspólnota nadaje przedmiotom wagę, naznacza pewne z nich jako warte większej uwagi czy to ze względu na rzadkość i unikatowość, czy z zupełnie innych powodów.

W przypadku pewnych form kolekcjonowania rzeczy konstytuujące kolekcję pozbawione są funkcji

użytkowych. Zawrócił na to uwagę Jean Baudrillard (1997: 7–8) w artykule *The System of Collecting*, stwierdzając, że nie można posiadać czegoś, co się użytkuje (obiekt może być używany, czyli może służyć do uzyskania kontroli nad światem zewnętrznym i w ten sposób „kierować ludzi do świata”, przedmiot można również posiadać, czyli mieć nad nim subiektywne poczucie kontroli). Używanie wyklucza posiadanie i dopiero za pomocą tego ostatniego można opisać coś, co Francuz nazywa systemem kolekcjonowania. Zaliczanie do niego kolejnych rzeczy wiąże się właśnie z pozbawianiem ich funkcji użytkowych. Mogą one nie posiadać tych funkcji od początku, to jest od momentu powstania – niepraktyczność wskazuje się jako cechę wrodzoną wielu istniejących przedmiotów, tak traktuje się chociażby dzieła sztuki, przykładowo obrazy, które od razu po namalowaniu stają się obiektem kolekcjonerskim pozbawionym jakichkolwiek funkcji pragmatycznych. Rzeczy tworzące kolekcję mogą być ich pozbawione również w związku z tym, że nie używa się ich zgodnie z pierwotnym przeznaczeniem. Wszak żaden zbieracz nie wyobraża sobie, aby jego znaczki wykorzystane zostały nagle jako sposób opłaty za przesyłkę pocztową. Podobnie kolekcjoner figurek przedstawiających bohaterów jakiegoś serialu lub filmu nigdy nie wyjmie ich z opakowań, traktując tak naruszony towar jako wadliwy i pozbawiony wartości. Osoba, która zbiera książki, ma je za obiekty nie do czytania – kolekcja jako całość ma o wiele większe znaczenie niż poszczególne elementy, których bynajmniej nie zamierza się używać tak, jak to robi przeciętny nabywca. Nawet jeśli zbieracz zdejmie woluminy z półki po to, aby zagłębić się w lekturze, stara się ich nie uszkodzić – z radością wita moment odłożenia ich na regał, czyli w jedyne bezpieczne miejsce. Jak zauważyła Susan M. Pearce (1994), kolekcjonowanie jest swoistym fetyszyzmem,

polegającym na wyrywaniu rzeczy z ich naturalnego kontekstu oraz osadzaniu w kontekście nowym, czyli kontekście kolekcji, dodać można – kontekście antyutylitarnym. Warto podkreślić, że wyłączenie ze zwyczajowego użycia to tylko jeden z wariantów kolekcjonowania, nie zawsze musi on występować, bowiem zbieracze mogą się posługiwać przedmiotami tak, jak robią to przeciętni ich użytkownicy (na przykład mogą wyjmować z pudełek wspomniane wyżej figurki). Na kolekcjonowanie nakładają się mogą dodatkowe czynności związane ze zdobytymi dobrami – na przykład zbieracz komiksów może przerysowywać występujące w nich postacie, tworzyć ich galerie czy serwisy internetowe poświęcone zeszytom komiksowym.

Mimo to kolekcjonerzy często traktują rzeczy jako wyjątkowe, mające duże znaczenie, co z kolei skutkuje rytualizacją pasji. Zbieranie może się wiązać z szeregiem czynności mających przekształcić dany obiekt z przedmiotu codziennego użytku (zwykłej rzeczy) w część kolekcji i przez to uczynić z niego coś przynależnego do sfery *sacrum*. Trzeba to powiązać ze specyficznym stanem umysłu części zbieraczy – nawet jeśli nie wyłączają oni kolekcjonowanych przedmiotów ze zwyczajowego użycia, czynią owe obiekty tak istotne, że aż odświętne, to znaczy decydujące o odrębnym aspekcie codzienności (jakim jest kolekcjonowanie). Działania przenoszące dobra do tego wymiaru nazwać można za Rogerem Cardinalem (1997: 76–79) „rytuałami kolekcjonowania”. Obzędem takim jest specyficzny sposób nabywania, polegający na postrzeganiu kupowania jako „wyprawy po łupy”. Rytuałem jest również ulokowanie nabytej rzeczy w przestrzeni przeznaczony specjalnie do jej przechowywania (półka, pokój, koperta, klaser itp.), jak również segregowanie przedmiotów oraz decyzja, które można zaliczyć do zbioru, a któ-

re nie (por. Steward 1994). Ceremoniały odprawia kolekcjoner oznakowujący obiekty, nadający im numerację oraz nazwę, a także ten, który traktuje je w specjalny sposób, to znaczy czyści, poleruje, pakuje, aby uchronić przed zniszczeniem, konserwuje czy przeprowadza renowację. Rytuałem jest również przygotowywanie i pokazywanie swoich zbiorów publicznie. Jeszcze raz warto podkreślić, że tego typu zabiegi mają na celu wprowadzenie danego obiektu do zbioru i przez to pozbawienie go miana zwykłego towaru, nadanie aury wyjątkowości i niepowtarzalności. Dobrze pokazał je Kay Tolley (1978: 180), pisząc o zbieraczach kart przedstawiających zawodników amerykańskiej ligi baseballu. Badacz ukazał sytuację, którą poetycko określić można jako upodobnienie się kolekcjonera do kapłana zdolnego dokonywać transformacji rzeczy – z przedmiotów codziennego użytku w te będące *sacrum* (por. Belk 1994: 321).

Traktowanie zbierania jako czynności odświętnej wyjaśnia, dlaczego ci, którzy zbierają instrumentalnie, czyli po to, by zarobić, nie są przez niektórych postrzegani jako „prawdziwi” kolekcjonerzy. Steven M. Gelber, analizując środowisko zbieraczy znaczków, pokazał różne ich typy (1992) – za autentycznych wspólnota uznaje tych, których nastawienie nie jest tylko i wyłącznie instrumentalne. Przywiązywanie zbytnej uwagi do pieniędzy to zbrukanie świętości, które powinny być ponad tak przyziemnymi sprawami, jak zysk. Chęć zarobienia może być drugorzędnym celem, ale zawsze na pierwszym miejscu powinny znajdować się uświęcone przedmioty oraz dobro kolekcji jako zbioru tych przedmiotów.

Tego rodzaju postawa nie jest powszechnie spotykanym stosunkiem do rzeczy – w pierwszej części artykułu wskazałem, że kolekcjonerzy mogą być

nawet uznani (przez nie-kolekcjonerów) za dewiantów, a ich działalność za przejaw patologii. Odczuwają oni zatem silną potrzebę, aby w jakiś sposób zracjonalizować swoje działania. Wobec nie-kolekcjonerów stosowane mogą być różnorodne techniki mające wyjaśniać przywiązanie do przedmiotów – Belk wskazał cztery z nich (1995: 78–83):

- zrzucanie winy na naturę ludzką, która pobudza istniejący w każdym człowieku instynkt kolekcjonowania (od którego nie można się oswobodzić);
- podkreślanie racjonalnych, towarowych wymiarów zbierania jako inwestycji, co ma ukryć jego sferę duchową (ma być jej przykrywką, bo tak naprawdę zbieranie nie służy generowaniu zysków – zostało to pokazane wyżej);
- zrzucanie winy na chorobę, traktowanie manii kolekcjonerskiej jako nabytej przypadłości, na którą nie można nic poradzić;
- traktowanie zbierania jako dbania o zapomniane, zaniebdywane obiekty, przechowywania ich dla przyszłych pokoleń, a więc ukazywanie kolekcjonowania jako działania podejmowanego dla dobra publicznego (por. Formanek 1994: 331–335).

Ostatnie podejście to odwołanie się do swojej pasji jak do misji, aktu poświęcenia siebie na rzecz jakiegoś większego dobra. Zbieracz to bohater cechujący się dalekowzrocznością, pilnością oraz wytrwałością w ratowaniu przedmiotów skazanych na zagładę. We własnych oczach kolekcjoner postępuje zatem jak romantyczny bohater, co odróżnia go od konsumenta zaspokajającego jedynie własne potrzeby (Belk 1995: 148).

Zbieranie jest nabywaniem, i to niezwykle aktywnym oraz realizowanym z pasją. Na pierwszy rzut oka można traktować je jako akt bardzo szybkiego konsumowania, jednak tak naprawdę znacznie się one między sobą różnią. Kolekcjonowanie niesie ze sobą znaczenia przeciwstawne pędzącej konsumpcji – takie, które uznać można za opór skierowany nie tylko wobec przyspieszenia czy spiętrzeniu, ale również opisanej w pierwszej części artykułu fragmentacji czasu oraz ludzkiego życia i wynikającego z nich poszatkowania tożsamości. Zbieracze opierają się tym tendencjom, ponieważ promują czynność, która ze swej natury nastawiona jest na długofalowość i budowanie spójnej, wewnętrznie powiązanej całości. Podejmują działalność, która jest bardzo mocno osadzona w kontekście całości (którą stanowi cała kolekcja), a także jest praktykowana wspólnotowo. W następnej części artykułu dokładniej zostanie wskazane, dlaczego kolekcjonowanie przeciwstawia się szybkiej konsumpcji.

Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie

Przedstawione w poprzednim fragmencie artykułu formy, warianty i wymiary kolekcjonowania uświadamiają, na jakie jego aspekty warto zwrócić uwagę w kontekście zestawiania zbierania z (szybkim) konsumowaniem. Warto dokładniej wyjaśnić, dlaczego opisane cechy kolekcjonowania przeciwstawne są szybkiemu nabywaniu. To ostatnie stawia na ulotność i powierzchowność przeżyć doświadczanych w codziennym życiu, podkreśla rolę nowości oraz promuje tymczasowość wszelkich konsumowanych dóbr – nabywcy to jednostki egzystujące w ciągłym kołowrocie kupowania i usuwania. Z tego cyklu skutecznie wyrwywają się kolekcjonerzy, którzy nie pozwalają, aby ich czas, tak bardzo potrzebny na budowanie zbiorów, został przez producentów za-

garnięty i skompresowany. Kolekcjonowane przedmioty nie stają się zbędne, nie zamienia się ich na inne ani nie niszczy. Dzieje się odwrotnie – kolekcja cały czas powiększa się o nowe obiekty, a każdy z nich, jako jej składnik, jest niezwykle ważny. Nawet jeśli zbieracz godzi się na ubytek jakiejś rzeczy, zwykle wynika to z chęci wymiany, zastąpienia jednego przedmiotu przez inny, który jest ważniejszy ze względu na całość jaką jest kolekcja. Należy zaznaczyć, że zbieracz wyzwala się z dyktatu producenta określającego co jest cenne. To nie twórca określa wartość rzeczy – decyduje o niej społeczność lub jednostka.

Szybkie konsumowanie pogardza obiektami, które wyszły z użycia; uważane są one za zbędne. Dla kolekcjonera mogą stać się natomiast wyjątkowo pożądane ze względu na to, że od chwili uznania ich za bezużyteczne będą się coraz bardziej starzeć. Doskonale uwidacznia się tutaj spowolnienie kolekcjonowania – społeczność (lub jednostka) w swoim nadawaniu znaczeń rzeczom bardzo często za najbardziej wartościowe uznaje przedmioty unikatowe i rzadkie, właśnie ze względu na ich sędziwy wiek. Stare obiekty, będące częścią kolekcji, są z reguły więcej warte, co powoduje chęć zachowania ich w jak najlepszym stanie.

Szybko konsumujący osobnicy nierzadko wytykają kolekcjonera palcami, stosują najrozmaitsze sankcje mające nakierować go na tor właściwego postępowania. Myśl o ekscentryczności własnego zachowania nieraz przemknęła zbieraczowi przez głowę – tak, że czuje się on niczym dewiant. Na podporządkowaniu ma jednak cały szereg racjonalizacji mających poprawić własne samopoczucie oraz pozwolić wytrwać w kolekcjonowaniu. Jedną z nich zakłada traktowanie zbierania jako poświęcenia się dla dobra wyższego, ratowania rzeczy starych przed niszczącym wpły-

wem czasu. Co równie ważne, kolekcjoner, aby nie odczuwać przykrości wynikającej z tego, że jego zachowanie nosi stygmat społecznie nieakceptowanego działania, dysponuje wspólnotą, która służy za oparcie (choć oczywiście nie każdy zbieracz musi w niej partycypować). Świadomość, że istnieją inni dzielący pasję jest dowodem na to, iż nie jest ona dziwactwem, przy czym wystarczy, że społeczność jest wyobrażona, nie musi przyjmować ona realnych kształtów. Zbieracz nie musi być członkiem klubów, stowarzyszeń, uczestniczyć w wystawach czy zjazdach. Oczywiście jeśli owym członkiem jest, i jeśli partycypuje w spotkaniach, przekonanie o własnej „normalności” jest o wiele silniejsze. Jak pokazane zostało w pierwszej części artykułu, wskutek przyspieszenia na atrakcyjności tracą dzisiaj aktywności wspólnotowe – w przypadku kolekcjonowania wcale się to jednak nie sprawdza.

Kolekcjonowanie jest pozostawianiem wiernym granicom określającym to, co się zbiera, zamiast podążaniem za każdą nowością, która pojawi się na rynku. Określenie granic wiąże się z selekcją przedmiotów, wyborem tych, które należą do rodzaju zbieranych, co ma wydzźwięk wyraźnie przeciwstawny szybkiej konsumpcji. Zamiast ciągłej pogoni za rzeczami zakłada się bowiem namysł nad nimi – chodzi o skupienie się nad nabywanymi obiektami, podjęcie świadomej decyzji, co się chce, a czego nie chce się kupić. Ponieważ kolekcja składa się z wielu obiektów nieidentycznych, wykluczone jest nabywanie ciągle tych samych dóbr. Ważne przy tym jest to, że celem każdego kolekcjonera jest całkowite wypełnienie granic, czyli zgromadzenie wszystkich możliwych przedmiotów przynależnych do zbieranego rodzaju rzeczy. Taka idea całościowości obca jest sfragmentaryzowaniu charakterystycznemu dla naszego życia. W tym sensie kolekcjonowanie opiera się pędzącemu

czasowi oraz wynikającej z niego utracie długofalowego planowania, jest ono bowiem czynnością nastawioną nie na terażniejszość, ale na przyszłość, jest wewnątrznie spójne, mocno osadzone w kontekście, jaki stanowi zbiór. Kolekcjonowanie nie poddaje się zatem fragmentaryzacji, jest czynnością powolną, przeciwstawną szybkiemu konsumowaniu, w którym nie ogarnia się całości. W toku pędzącego nabywania całość jest poza zasięgiem wzroku, nie jest istotna – inaczej w przypadku zbierania. Przeciwstawia się ono fragmentaryzacji również przez budowanie spójnej tożsamości osoby kolekcjonującej. Tożsamości tej nie można w dowolny sposób modyfikować ani porzucać, jest ona nabywana na dłuższy czas, co wynika właśnie ze specyfiki zbierania jako czynności długofalowej.

W pierwszej części artykułu pokazane zostało, że szybkie konsumowanie wiąże się z utożsamianiem wartości wymiennej z wartością użytkową, jak również z utratą „aury” przez przedmioty kupowane. Inaczej jest w wypadku kolekcjonowania – wyznaczenie granic oraz budowanie na ich podstawie kolekcji to często (choć nie zawsze) pozbawianie wartości użytkowej rzeczy, które są do niej włączane. Za pomocą opisanych rytuałów następuje odtowarowanie przedmiotów oraz ich sakralizacja. Posiadane obiekty przestają być towarem użytkowym, co przenosi ich konsumowanie na poziom transcendentny, niedostępny dla przeciętnego konsumenta – kolekcjonowane przedmioty posiadają benjaminowską aurę i nie tracą jej wraz z upływem czasu. Należy zaznaczyć, że dotyczy to zarówno obiektów przynależących do sfery uznawanej za kulturę wysoką, jak również tych produkowanych na skalę masową. Wartość użytkowa szybko dezaktualizuje się w przypadku ogółu konsumentów, co sprzyja usuwaniu przedmiotów i zastępowaniu ich następnymi – nabywcy tracą zain-

teresowanie pewnymi przedmiotami, kierując uwagę na te, z których mogą czerpać większy pożytek. Część kolekcjonerów nie zwraca natomiast najmniejszej uwagi na wartość użytkową rzeczy.

Sakralizacja zbieranych obiektów pozwala odrzucić tezę fetyszyzmu towarowego. Dla kolekcjonera mało istotna jest wartość wymienna – zbieracze nie uważają za „prawdziwych” tych przedstawicieli swojej społeczności, którzy kolekcjonują dla samego zysku pieniężnego. Mało tego, uświęcając obiekty swojej uwagi, nadają im aurę wyjątkowości oraz sytuują ponad tak przyziemnymi sprawami, jak pieniądze. Wartość duchowa przedmiotów jest najważniejsza, choć pieniężna nie jest zupełnie bez znaczenia – zbieracze muszą jakoś zdobywać obiekty pasji, nierzadko nimi handlują i wymieniają się nimi, co czyni koniecznym nadanie im wartości pieniężnej. Jak już zostało wskazane, ich wartość określana jest jednak przez społeczność, która nadaje obiektom znaczenia pokazujące, które rzeczy są cenniejsze. Początkowa cena obiektu zależy co prawda od producenta, dystrybutora i tak dalej, ale wartość ostateczna jest, z upływem czasu, ustalana przez kolekcjonerów. Wspólnotę traktować można w kategoriach „podziemnej” działalności leżącej gdzieś na uboczu oficjalnej konsumpcji – zbieracze są twórcami funkcjonującej w „podziemiu” gospodarki, tworzą własny rynek, przez co przeciwstawiają się oficjalnemu obiegowi przedmiotów.

Kolekcjonowanie jest czynnością nastawioną na realizację długofalowych celów, spójną wewnątrznie, nierzadko wspólnotową i związaną z sakralizacją nabywanych obiektów, a także taką, która wymaga dużo nieskompresowanego i niepokawałkowanego czasu. Pod tym względem zbieracze nie poddają się tyranii chwili, są poza przyspieszeniem i spiętrzeniem, które ogarniają coraz więcej sfer ludzkiego życia. Mają czas, aby spokojnie zająć się kolekcjonowa-

niem, co pozytywnie odbija się na ich kreatywności związanej z tworzeniem całości jaką jest dana kolekcja. Można zatem stwierdzić, że zbieracze to jednostki realizujące swoje prawdziwe potrzeby i będące poza dyktatem przemysłu kulturowego, narzucającego potrzeby fałszywe. Kreatywność przejawia się w odrzuceniu postawy biernego konsumowania na rzecz nabywania aktywnego, znajdującego swój wyraz w producenckiej działalności. Produkcja, z definicji stojąca w opozycji do konsumowania, przybiera w przypadku kolekcjonerów najrozmaitsze formy oraz podejmowana jest z różnym natężeniem.

Postrzeganie zbieraczy jako produkujących opiera się na wyodrębnieniu różnych kategorii nabywców, podzieleniu ich na takich, którzy nic nie tworzą oraz na takich, którzy podejmują się amatorskiej twórczości. Aby lepiej ukazać obie kategorie, można się oprzeć na kontinuum publiczności medialnej, które wyróżnili Nicholas Abercrombie oraz Brian Longhurst (1998: 141). Na jednym jego krańcu autorzy umieszczają konsumentów (*consumers*), na drugim drobnych producentów (*petty producers*). Pierwsi postrzegani są negatywnie, jako pozbawieni wiedzy i kompetencji związanych z pochłanianymi produktami, dla drugich bycie członkami publiczności medialnej stało się na tyle ważne, że zaczynają produkować na wewnętrzny rynek, stają się twórcami amatorskich tekstów związanych z jakimś medialnym zjawiskiem. Podział, który stosują badacze, doskonale wpisuje się w rozróżnianie „złych” (bo całkowicie poddanych dyktatowi współczesnej szybkiej konsumpcji) konsumentów od „dobrych” kolekcjonerów. Ci ostatni są odpowiednikiem tego krańca kontinuum, na którym Abercrombie i Longhurst umieszczają drobnych producentów.

Zbieracze to zatem producenci, których aktywność przejawia się na różne sposoby. Kategoryzując je, po-

służyć się można rodzajami twórczości, które wyróżnił John Fiske (1992: 37–42). Analizując działania twórcze w kontekście współczesnej kultury, wyróżnił on produktywność semiotyczną (*semiotic*) (Fiske przypisywał ją wszystkim ludziom), enuncjacyjną (*enunciative*) oraz tekstualną (*textual*) (te dwa ostatnie typy zostały przez Anglika uznane za charakterystyczne dla środowisk fanów popkultury). W przypadku kolekcjonerów produktywność semiotyczna to opisywane już tworzenie znaczeń związanych z danym obiektem lub z kolekcją jako całością, sakralizacja rzeczy zbieranych, ich odtowarowanie, pozbawienie funkcji użytkowych, jak również traktowanie zbierania w kategoriach ratowania rzeczy od zagłady, zachowywania ich dla przyszłych pokoleń. Produktywność enuncjacyjna polega na rozmawianiu o przedmiocie swojej kolekcjonerskiej manii – mówiąc bardziej ogólnie, na wchodzeniu w i tworzeniu interakcji w oparciu o wypracowane znaczenia. Tego rodzaju produktywność wzmacnia wspólnotowe znaczenia oraz skutkuje ich popularyzacją. Trzeci wyróżniony przez Fiske'a typ produktywności – tekstualna – to nic innego jak tworzenie materialnie namacalnych przedmiotów, czyli w przypadku zbieraczy produkcja całych kolekcji, łączenie i klasyfikowanie rzeczy, organizowanie publicznych wystaw i tym podobnych. Nieważne, którą z rodzajów produkcji praktykują zbieracze – każda z nich jest przejawem kreatywności, na którą mogą sobie pozwolić tylko dlatego, że dysponują większą ilością nieskompresowanego czasu niż ktoś poddany szybkiej konsumpcji. W tym sensie kolekcjonowanie nabiera znamion czynności odmiennej od szybkiego konsumowania.

Aby lepiej uświadomić sobie, do jakiego typu działań zaliczyć można kolekcjonowanie, a szczególnie jego wymiar związany z prezentowaną wyżej produktywnością, warto pokazać, jak tego typu twórczość

wygląda w społecznościach fanów kultury popularnej. Publikacje przedstawiające badania etnograficzne realizowane w grupach wielbicieli ukazują obraz aktywnych osób zajmujących się produkcją zarówno znaczeń (na przykład interpretowanie danego przekazu kulturowego zgodne z własnymi doświadczeniami i potrzebami) (por. Bacon-Smith 1992; Jenkins 1992), jak też namacalnych tekstów będących wynikiem produktywności trzeciego typu, to jest tekstualnej. Wytworzone dzieła cyrkulują w przestrzeni społecznej miłośników popkultury – dla członków tej społeczności amatorskie dobra mają wielką wartość, niemierzalną w pieniądzu. Oddolna działalność tekstualna przybiera różne formy – można wśród nich wyróżnić *fan fiction*, czyli opowieści literackie pisane na kanwie ulubionych historii (por. Brooker 2002: 129–171; Pugh 2005), *fan art*, to jest rysunki przedstawiające ulubione postacie lub motywy (por. Czaplińska, Siuda 2008) czy *fan film*, czyli obrazy filmowe kręcone przez entuzjastów (por. Stein 2010). Wszystkie pomagają fanom tworzyć własną, bujną i tętniącą życiem kulturę, i są przejawem manipulowania oryginalnymi narracjami, ich remiksowania i zmieniania.

W pierwszej części artykułu wspomniane zostało, że zbieracze to ważna część szeroko omawianej w literaturze naukowej prosumpcji, której elementem są również fani. To właśnie scharakteryzowana wyżej produktywność w największym stopniu nadaje zjawisku kolekcjonowania prosumpcyjnego posmaku. Rozważania związane z twórczością zbieraczy nie były do tej pory podejmowane – akademicy nie zastanawiali się, jak ważną częścią posumpcji są kolekcjonerzy. Czy przyczyniają się oni do jej rozwoju tak jak zrzeszeni w społecznościach wirtualnych internauci czy wybitnie aktywni pod względem działalności tekstualnej fani? Zauważając, że opisane cechy zbieraczy pozwalają uznać ich za prosumentów, wskazać

można ważne, otwierające się pole naukowych dociekań. Dotyczy ono właśnie ulokowania kolekcjonerów w ramach najnowszych trendów prosumpcyjnych – z pewnością warto jest rozszerzać analizy odnoszące się do tego tematu.

Wnioski

Rekapitulując, zbieranie jest aktem przeciwstawnym szybkiej konsumpcji, i to na wielu płaszczyznach. Pozwala wyrwać się z kołowrotu ciągłego nabywania i usuwania rzeczy, promuje ich zatrzymywanie, a nie niszczenie. Opór wobec presji producentów, chcących skompresować każdą wolną chwilę konsumenta oraz maksymalnie ją zekonomizować, przejawia się w selektywnym wyborze przedmiotów, które kolekcjoner nabywa. Wybór ten związany jest z tworzeniem granic kolekcji określających, co jest przedmiotem zbieranym, a co nie. Szybkiej konsumpcji przeciwstawia się nastawienie zbierania na całościowość oraz sakralizacja przedmiotów, traktowanie ich jako pozbawionych wartości użytkowej, ich odtowarowanie oraz deprecjacja wartości wymiennej. Kolekcjonowanie jest

Bibliografia

- Abercrombie Nicholas, Longhurst Brian (1998) *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Bacon-Smith Camille (1992) *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Baudrillard Jean (1997) *The System of Collecting* [w:] John Elsner, Roger Cardinal, eds., *The Cultures of Collecting*. London: Reaktion Books, s. 7–24.
- Bauman Zygmunt (2000) *Globalizacja*. Przełożyła Ewa Klekot. Warszawa: PIW.
- (2004) *Konsumenci w społeczeństwie konsumentów* [w:] Marian Kempny, Krzysztof Kiciński, Elżbieta Zakrzewska, red., *Od kontestacji do konsumpcji*. Szkice

czynnością niepodlegającą fragmentaryzacji, długofalową oraz nierzadko wspólnotową – często zdarza się, że to społeczność decyduje o cenie rzeczy, co nadaje jej zupełnie inne znaczenia niż te przewidziane przez producentów. Zbieranie jest w końcu przeciwstawne szybkiej konsumpcji, ponieważ wymaga dużych pokładów czasu (nieskompresowanego i niepokawałkowanego kolejnymi aktami kupowania), który pobudza kreatywność kolekcjonerów, przejawiającą się w produktywności, a więc działalności z definicji innej niż konsumowanie.

W związku z tym wszystkim można powiedzieć, że chociaż realizowane z pasją oraz niezwykle aktywne nabywanie upodabnia zbieracza do konsumenta, są to tylko pozory. Ten, kto kolekcjonuje, nabywa, ale nie po to, żeby się pozbyć, przydaje wartość pieniężną, ale nie po to, aby zyskać. Zbieracz nie poddaje się producenckiej presji, co powoduje, że kolekcjonowanie to akt przeciwstawny szybkiej konsumpcji (podobnie jak inne zjawiska z kręgu prosumpcji, do którego przynależy również zbieranie).

o przeobrażeniach współczesnej kultury. Warszawa: Instytut Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, s. 85–91.

----- (2006) *Społeczeństwo w stanie obłąkania*. Przełożył Janusz Margański. Warszawa: Wydawnictwo Sic!

Beck Ulrich (2002) *Społeczeństwo ryzyka – w drodze do innej nowoczesności*. Przełożył Stanisław Cieśla. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.

Belk Russell W. (1994) *Collectors and Collecting* [w:] Susan M. Pearce, ed., *Interpreting Objects and Collections*. New York: Routledge, s. 317–326.

----- (1995) *Collecting in a Consumer Society*. New York: Routledge.

Benjamin Walter (1996) *Anioł historii. Eseje, szkice, fragmenty*. Przełożyła Krystyna Krzemieniowa. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.

Brooker Will (2002) *Using the Force: Creativity, Community and „Star Wars” Fans*. New York, London: Continuum.

Bury Rhiannon (2005) *Cyberspaces of Their Own: Female Fandoms Online*. New York: Peter Lang.

Cardinal Roger (1997) *Collecting and Collage-making: The Case of Kurt Schwitters* [w:] John Elsner, Roger Cardinal, eds., *The Cultures of Collecting*. London: Reaktion Books, s. 68–96.

Czaplińska Anna, Siuda Piotr (2008) *Fandomy jako element ruchu społecznego „wolnej kultury”, czyli prawo autorskie a produktywność fanów* [w:] Wojciech Muszyński, Marek Sokołowski, red., *Homo Creator czy Homo Ludens? Twórcy – internauci – podróżnicy*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 50–60.

Eriksen Thomas Hylland (2003) *Tyrania chwili*. Przełożył Grzegorz Sokół. Warszawa: PIW.

Filiciak Mirosław, Hofmokl Justyna, Tarkowski Alek (2012) *Obiegi kultury: Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań* [dostęp 11 maja 2012 r.]. Dostępny w Internecie: <http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf>.

Fiske John (1992) *The Cultural Economy of Fandom* [w:] Lisa A. Lewis, ed., *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. New York: Routledge, s. 30–49.

Formanek Ruth (1994) *Why they collect: collectors reveal their motivations* [w:] Susan M. Pearce, ed., *Interpreting Objects and Collections*. New York: Routledge, s. 327–335.

Gelber Steven M. (1992) *Free Market Metaphor: The Historical Dynamics of Stamp Collecting*. „Comparative Studies in Society and History”, vol. 34, no. 4, s. 742–769.

Giddens Anthony (2001) *Nowoczesność i tożsamość. Ja i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. Przełożyła Alina Szulżycka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Jenkins Henry (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.

----- (2006) *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.

----- (2007) *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*. Przełożyła Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

Kozinets Robert V. (2001) *Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek’s Culture of Consumption*. „Journal of Consumer Research”, vol. 28, s. 67–87.

----- (2007) *Inno-Tribes: Star Trek as Wikimedia* [w:] Bernard Cova, Robert V. Kozinets, Avi Shankar, eds., *Consumer Tribes*. Oxford: Butterworth-Heinemann, s. 194–209.

Leszniewski Tomasz (2007) *Moda i tożsamość – dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji* [w:] Tomasz Szlendak, Krzysztof Pietrowicz, red., *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 49–61.

Marcuse Herbert (1991) *Człowiek jednowymiarowy*. Przełożył Stanisław Konopacki. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Pearce Susan M. (1994) *Collecting reconsidered* [w:] Susan M. Pearce, ed., *Interpreting Objects and Collections*. New York: Routledge, s. 193–204.

Pugh Sheenagh (2005) *The Democratic Genre: Fan Fiction in a literary context*. Glasgow: Seren.

Rosa Hartmut (2009) *Social Acceleration: Ethical and Political Consequences of a Desynchronized High-Speed Society* [w:] Hartmut Rosa, William E. Scheuerman, eds., *High-Speed Society. Social Acceleration, Power, and Modernity*. New York: Pennsylvania State University, s. 77–111.

Ross Sharon Marie (2008) *Beyond the Box: Television and the Internet*. Oxford: Blackwell Publishing.

Schouten John W., McAlexander James H. (1993) *Market Impact of a Consumption Subculture: The Harley-Davidson Mystique* [w:] Fred Van Raaij, Gary J. Bamossy, eds., *European Advances in Consumer Research Volume 1*. Provo: Association for Consumer Research, s. 389–393.

----- (1995) *Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers*. „Journal of Consumer Research”, vol. 22, no. 1, s. 43–61.

Siuda Piotr (2010) *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na Fanów*. „Studia Medioznawcze”, t. 42, nr 3, s. 87–99.

----- (2011) *Młodzieżowe subkultury fanów. Między fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi* [w:] Krystyna Szafraniec, red., *Młodzież jako problem i jako wyzwanie ponowoczesności. Z prac Sekcji Socjologii Edukacji i Młodzieży PTS (Tom II)*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 203–215.

----- (2012) *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*. Warszawa: Instytut Dziennikarstwa UW, ASPRA JR.

Sommer Manfred (2003) *Zbieranie. Próba filozoficznego ujęcia*. Przełożył Jarosław Merecki. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Sowiński Janusz (1977) *Wędrowki przedmiotów. Kolekcje i kolekcjonerzy*. Warszawa: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Stein Louisa Ellen (2010) *‘What you don’t know’: Supernatural fan vids and millennial Theology*. „Transformative Works and Cultures”, vol. 4 [dostęp 11 maja 2012 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/192/158>>.

Cytowanie

Siuda Piotr (2012) *Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 8, nr 3, s. 58–75 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <<http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org>>.

Collecting vs. fast consuming

The goal of this article is to show that collectors constitute a specific category of consumers. The article treats consumption through the lenses of high-speed society in which time becomes more and more important and scarce resource that people are constantly searching for. One of the reasons of this scarcity is that producers compete with each other. They want to grasp consumers’ time in order to make them spend it for consumption, and that is why one can speak about acceleration of time. Passionate and active acquiring is a thing that makes collectors similar to consumers, but the act of collecting is, in fact, opposed to fast consumption. It is based on different behaviors than those promoted by contemporary and very fast culture. Therefore, one who collects is engaged in a set of acts that are opposed to the time-consuming acquisitions. Collecting allows people to disengage from consumer culture that wants them to destroy old and acquire new goods. To collect is to selectively try to form a “whole” which constitutes a collection. Collecting reveals one’s assumption that objects are to be unique, not utilitarian, they are to be more than pure commodities. Given that collecting requires a lot of free time that is not used for consumption, it might be perceived as an act that is opposed to fast consumption.

Key words: fragmentarization of time, collecting, consumerism, acceleration of time, collecting rituals, collectors’ communities