

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. Wydział Pedagogiki

RENATA TOMASZEWSKA

ORCID: 0000-0001-9605-1483

renatatl@ukw.edu.pl

Praca – konsumpcja – szczęście. Triada współczesności

Professional Work – Consumption – Happiness: The Trio of Today

PROPOZYCJA CYTOWANIA: Tomaszewska, R. (2021). Praca – konsumpcja – szczęście. Triada współczesności. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio J, Paedagogia-Psychologia*, 34(4), 37–51. DOI: 10.17951/j.2021.34.4.37-51.

ABSTRAKT

W niniejszym artykule skupiono się na analizie wybranych zjawisk związanych z pracą, konsumpcją i szczęściem. Sformułowano tezę, że tendencja do utożsamiania szczęścia z posiadaniem dóbr nie pozostaje bez wpływu na życie społeczne, a także na życie jednostki i jej pracę. Coraz silniej gloryfikując etos konsumpcji jako czynnik rozwoju społecznego i bogacenia się, wypacza się kategorię szczęścia i zaniedbuje jego korelaty.

Słowa kluczowe: praca; konsumpcja; szczęście; etos konsumpcji; kategoria szczęścia

WPROWADZENIE

Rozważania prezentowane w artykule nawiązują do analiz badawczych autorki zamieszczonych w tekście *W kierunku „kontrideologii pracy”. Wybrane refleksje pedagoga*, przygotowanym na X Ogólnopolski Zjazd Pedagogiczny „Pedagogika i edukacja wobec kryzysu zaufania, wspólnotowości i autonomii”, który odbył się w Warszawie w 2019 r. Jak wynika z przedstawionych w nim przemyśleń i wniosków, żyjemy w cywilizacji konsumpcyjnej, w której konsumpcja uznawana jest za najważniejszy wyznacznik jakości życia, a nawet szczęścia jednostki. Warunkiem koniecznym do konsumowania jest posiadanie dochodu, którego podstawowym źródłem jest praca zawodowa (Tomaszewska, 2020).

W niniejszym opracowaniu uzupełniono i wzbogacono te założenia, przyjmując, że praca, konsumpcja i szczęście stanowią „triadę współczesności”, przy czym to szczęście wydaje się być ostatecznym celem, do którego należy dążyć. Tendencja do utożsamiania szczęścia z posiadaniem dóbr materialnych nie pozostaje jednak bez wpływu na życie społeczne, a także na życie jednostki i jej pracę. Zagadnieniom tym poświęcono prezentowane refleksje.

W KIERUNKU „HEDONIZMU PRACY” I „EWANGELII SPRZEDAŻY”

Rozpoczynając rozważania, można zacząć od stwierdzenia, że konsumpcja to wszechobecne zjawisko dotyczące wszystkich aspektów naszego życia oraz ingerujące w nie. Cywilizacja konsumpcyjna przyniosła przede wszystkim eksplozję wyboru, którą można dostrzec w dwóch różnych płaszczyznach. Po pierwsze, w dziedzinach życia, w których ludzie zawsze mieli wybór, liczba dostępnych opcji spektakularnie wzrosła. Po drugie, w dziedzinach życia, w których wybór był dotychczas niewielki bądź nie było go w ogóle, pojawiła się możliwość swobodnego decydowania. Aby zilustrować pierwszy rodzaj ekspansji wyboru, należy przyjrzeć się asortymentowi oferowanemu przez typowy amerykański supermarket. W swej ofercie posiada on około 30 tys. różnych produktów, a co roku na jego półkach pojawia się więcej niż 20 tys. nowych, np. 285 rodzajów ciasteczek, 95 rodzajów przekąsek, 61 rodzajów preparatów ochronnych do opalania, 40 rodzajów pasty do zębów, 90 różnych środków na przeziębienie i katar czy też 230 rodzajów zup, w tym 29 zup z kurczaka. W nawiązaniu do drugiej płaszczyzny, obejmującej dziedziny, w których wybór wcześniej był nieobecny bądź niewielki, są to np.:

- sfera pracy, w której poprzez rewolucję teleinformatyczną stworzono możliwość niezwyklej elastyczności w zakresie czasu i miejsca zatrudnienia (przebiegł 32-letni Amerykanin pracował w swoim krótkim życiu zawodowym w dziewięciu różnych firmach),
- sfera wyborów życiowych „jak kochać”, tzn. nieortodoksyjne wybory uczuciowe stają się coraz bardziej powszechne, istnieje też ogólny trend zwiększania tolerancji dla różnych związków uczuciowych,
- sfera „kim chcemy być”, tzn. możliwość wychodzenia poza dziedziczną klasę społeczną i ekonomiczną powoduje, że bardziej niż kiedykolwiek w historii rozwoju cywilizacji kształtujemy i eksponujemy naszą tożsamość (Schwartz, Ward, 2007).

Odnosząc się do powyższego, należy podkreślić, że wybór ma oczywistą i potężną instrumentalną wartość, gdyż pozwala jednostce dostawać to, czego potrzebuje i chce w granicach jej możliwości finansowych. Ma on także wartość ekspresyjną – być może jeszcze ważniejszą – wiąże się bowiem z wolnością, autonomią i samostanowieniem (Schwartz, 2013). Niektórzy badacze skłaniają się wręcz ku temu, aby współczesne społeczeństwo określać mianem „społeczeństwa

wyboru”, choć jednocześnie można dyskutować, w jakim stopniu dokonujemy dzisiaj wolnych i samodzielnych decyzji, a w jakim dajemy sobą kierować, ulegając chwytom marketingowym, zręcznym demagogom i własnym słabościom (Muszyński, 2008).

Konsumpcja jest pewnym sposobem rozumienia tego, jak kultura materialna kształtuje i odzwierciedla procesy i formy społeczne; jest czymś więcej niż procesem ekonomicznym i ma szerszy zasięg niż nabywanie dóbr na targowisku. W tym miejscu można się odwołać do jednej z prac Pierre’a Bourdieu (2005), w której ukazana została zależność między gustem jako praktyką konsumpcyjną a habitusem jako społecznym umiejscowieniem. W przeciwieństwie do teorii klasy próżniaczej Thorsteina Veblena¹, w której przyjęto, że istnieje efekt „opadania poziomu” gustu od tych, którzy mają władzę i pieniądze do tych, którzy ich nie mają, P. Bourdieu opisuje sieć rozróżnień kulturowych, w których gust wyraża położenie jednostki w sieciach stosunków władzy (Bourdieu, 2005). Należy też zwrócić uwagę na pozaekonomiczne cechy konsumpcji, której nie można zredukować wyłącznie do aspektu sprzedaży i tożsamości indywidualnego klienta. Towary nie mają wcześniej określonej wartości użytkowej. Ich wykorzystanie zmienia się i podlega negocjowaniu, np. w kategorii ostentacji, indywidualnej tożsamości i praktyk czasu wolnego, a ich dokładna forma ulega zmianom w zależności od konkretnego kontekstu (Dant, 2007).

Cywilizacja konsumpcyjna przyniosła przede wszystkim:

- rozwój kapitalizmu konsumenckiego, czyli systemu społecznego opartego na maksymalizowaniu zysków, permanentnym rozwoju ekonomicznym oraz koncentrowaniu się jednostek na własnym interesie. System ten cechuje niechęć do dorastania i brania odpowiedzialności za siebie i innych (Zawadzka, 2014),
- rozwój kultury konsumpcji, będącej efektem kapitalizmu konsumenckiego i opierającej się na przekonaniu, że szczęście osiąga się przez kupowanie i posiadanie dóbr, a o wartości osoby stanowi nie to, kim jest czy też jakie posiada cechy, lecz to, co ma i za ile (Zawadzka, 2014),
- rozwój zjawiska narcyzmu kulturowego, objawiającego się przecenianiem siebie i swoich umiejętności, dyskredytowaniem innych wartości niż sukces, pieniądze, sława, a także koncentracją na sobie i własnych potrzebach. W efekcie w jednostkach wzmacniają się takie cechy, jak: arogancja, samouwielbienie, zarozumiałość, próżność i egocentryzm (Zawadzka, 2014),

¹ W nawiązaniu do teorii klasy próżniaczej Veblena można stwierdzić, że w swym wyborze dóbr do konsumpcji ludzie naśladują postępowanie klasy próżniaczej ze szczytu drabiny społecznej. Oznacza to, że z ostentacyjnej konsumpcji nie rezygnuje nawet klasa najuboższa, która również pragnie posiadać publiczne symbole uważane za godne pożądania.

- obsesję czasu, „despotyzm czasu”; czas stał się wartością samą w sobie, która ulega reifikacji i fetyszyzacji; nabiera charakteru odrębnego zasobu, towaru, który można oszczędzić, stracić, zmarnować, zainwestować, wykorzystać, sprzedać i kupić (Sztompka, 2005),
- obsesję szybkości, przyspieszenie tempa życia. Im więcej oszczędzających czas technologii i strategii, tym większą czujemy presję. Choć szybkie tempo życia sprzyja rozwojowi technologicznemu i bogaceniu się państw oraz korzystnie wpływa na poziom życia i zadowolenie obywateli, tempo to wciąż przyspiesza, a zajęć i rzeczy do zrobienia przybywa. Presja życia z zegarkiem w rękę jest silnym czynnikiem stresogennym i przyczyną wielu współczesnych chorób cywilizacyjnych (Kwiatkowska, Sztuka, 2010),
- rozwój społeczeństwa: non-stop, 24-godzinne, *night-time economy*, maniakalnego, galopującego. Całodobowa aktywność społeczeństwa niekorzystnie wpływa na funkcjonowanie jednostek, powodując zagrożenie dla zdrowia i życia (Tomaszewska-Lipiec, 2017),
- indywidualizację; coraz cenniejszą wartością staje się nastawienie na siebie i własny rozwój. Interakcje międzyludzkie charakteryzują się niebezpośredniością, bezosobowością i brakiem współbliskości. Jednostki oczekują od związku z drugim człowiekiem tego, co dają im zakupy w centrum handlowym: różnorodności, nowości, wymienności (Bauman, 2005, 2006; Elliot, 2011).

To jedynie wybrane przykłady, które obrazują, że w obecnej cywilizacji każda potrzebę zaspokajają się odpowiednimi produktami, a czas wolny, odpoczynek i lenistwo również traktuje się jak dobra konsumpcyjne (Tomaszewska, Pawlicka, 2020).

W tym miejscu rozważań należy zasygnalizować rozwój konsumpcjonizmu społecznego, będącego swoistą ideologią życia opierającą się na trzech zasadniczych przesłankach: chłonięciu dóbr materialnych, maksymalizacji zysku w sferze materialnej oraz hasła „zużyj i wyrzuć” (Pilch, 2003). Z jednej strony nasila on hedonistyczne postawy społeczne nakierowane „na siebie”, a z drugiej – postawy „od siebie”, nakierowane na innych. O ile pierwsza postawa nie wymaga dodatkowego komentarza, o tyle warto zwrócić uwagę na drugą z nich. Jednostki, które nie potrafią uporać się z własnym życiem i podjąć próby nadania swojej egzystencji głębszego sensu, czasem całkowicie poświęcają się innemu człowiekowi albo innemu, bliższemu bądź dalszemu, osobom. Obie postawy – przejawiające się bądź w hedonistycznym materializmie, bądź w pseudoaltruizmie – dość dobrze charakteryzują człowieka zagubionego i osamotnionego w „labiryncie współczesności” (Witkowska, 2009).

Atrakcyjność cywilizacji konsumpcyjnej wynika z oparcia jej rozwoju na założeniu, że to szczęście jest ostatecznym celem, do którego należy dążyć. Co istotne, szczęście rozumiane jest w kategoriach przyjemności, co wiąże się z przyjmowaniem przez jednostki postawy hedonistycznej. Przedmiotami, które służą osiągnięciu tego właśnie celu, są dobra konsumpcyjne posiadające ładunek przyjemności

i potencjał zapewnienia szczęścia. Nowoczesny hedonizm oparty jest na emocjach, które wywoływane są przez obraz idealnego stanu przyjemności, związanego z użyciem wymarzonego dobra. Wartością stymulującą jednostkę (konsumenta) do działań jest dziś przyjemność (Byłok, Sważba, Walczak-Duraj, 2016). Ponadto w cywilizacji konsumpcyjnej szczęśliwe życie jawi się jako wartość nadrzędna, ale tylko gdy jest natychmiastowe i nieustające (Bauman, 2007).

Warunkiem konsumowania, jak już podkreślono, jest posiadanie dochodu z wykonywanej pracy zawodowej. W ten sposób rozwój cywilizacji konsumpcyjnej sprzyja podejmowaniu coraz większej aktywności w tym właśnie obszarze życia jednostki. Konsumpcja ze środka służącego do osiągnięcia celu przekształciła się w wartość samą w sobie. Dzięki niej można realizować indywidualne cele oraz potrzeby związane ze sferą społeczną i psychologiczną. Powstał wręcz swoisty „etos konsumpcji” powiązany z „ideologią konsumpcjonizmu”, która zakłada, że w systemie wartości społecznych centralne miejsce zajmują wartości konsumpcyjne, stymulujące jednostki do nadmiernej konsumpcji, takie jak np. hedonizm, samorealizacja poprzez dobra konsumpcyjne, indywidualizm itp. Tym samym praca zawodowa stopniowo traci swoją funkcję wartościotwórczą na rzecz konsumpcji i staje się środkiem dostarczającym pieniądze niezbędne do pełnienia roli konsumenta (Byłok i in., 2016).

Pisząc o pracy w cywilizacji konsumpcyjnej, warto przytoczyć poglądy Józefa Tischnera, dla którego jest ona „dążeniem do świętości”; jest działalnością wolną, choć naturalnie konieczną, wypływającą z poczucia obowiązku, łączącą się z trudem i radością, mającą na celu stworzenie społecznie użytecznych wartości duchowych i materialnych. Natura skłania człowieka do pracy, ale go do tego działania nie zmusza, gdyż konieczność pracy wynika z potrzeby rozwoju osobowości ludzkiej. Człowiek pracuje, bo może, bo chce, ale nie musi. Człowiek, który pracuje dużo i męczy się ponad siły, wykonuje zaledwie „pracę pozorną”, „pracę iluzoryczną”, „pracę nieprawdziwą”. Taka praca nie przynosi zaszczytów i owoców, a on sam przestaje być w pełni człowiekiem. Jak postuluje autor, w dzisiejszych czasach konieczna jest etyczna świadomość pracy, a zwłaszcza relacji „dla kogoś”. Człowiek godzi się bowiem na trud i poświęcenie w imię innego człowieka, w imię wspólnoty. Pierwszym odbiorcą pracy jest rodzina. Poprzez rodzinę zaś praca dosięga narodu. J. Tischner pisze też o kryzysie pracy i kryzysie zadomowienia współczesnego człowieka. Jak wskazuje, człowiek nie potrafi się już zadomowić, nie potrafi żyć w domu i w nim mieszkać. W cywilizacji konsumpcyjnej rodzina i dom straciły na znaczeniu. Coraz częściej brakuje w nich zrozumienia, szacunku, wierności i miłości, a ludzie stają się sobie obcy. Dzisiejszy dom często już nie jest domem prawdziwym. Dom dzisiejszego człowieka umiera, a wraz ze śmiercią zadomowienia rozplywa się sens pracy. Staje się ona jedynie środkiem do uzyskania panowania/zawładnięcia nad wszystkim, co nas otacza, nawet nad Bogiem. Praca dzieli też ludzi na dwie kategorie: zadowolonych i zniewolonych. Celem pracy

człowieka zniewolonego jest zapomnienie o domu. Taka praca wypełnia mu wiele czasu życia w ciągu dnia, a często i w nocy. Przesądza także o decyzjach i marzeniach oraz chęciach odczuwanych w danej chwili. Jest silniejsza od innych pragnień (Tischner, 1991; Legieć, 2012). Dlatego J. Tischner zadaje pytanie: Jaki sens mają chwile pracy i ten tak mocno nas wiążący obowiązek, dla którego poświęcamy niekiedy naszych najbliższych? W labiryncie współczesności praca jawi się jako narzędzie do osiągnięcia dobrobytu; to czynność, dzięki której zarabia się i żyje. Staje się czymś, na co jesteśmy skazani, aby egzystować, a nawet aby spełniać nasze egoistyczne zachcianki, przeradzające się często w hedonizm pracy: ważny jestem tylko „ja” – człowiek, moja praca i mój zysk. Ta niebezpieczna perspektywa tworzy pewien stereotyp, który narasta i coraz silniej zakorzenia się w świecie. Jak twierdzi J. Tischner, praca nie może panować nad człowiekiem, gdyż jest on istotą wolną. Gwarantuje mu to wolność, którą posiada. Człowiek pracuje, gdyż żyje jakimiś wartościami. Dla tego filozofa wartością, dla której ponosi się trud pracy, jest właśnie dom, będący symbolem zadomowienia się jednostki w świecie (Legieć, 2012).

Pozostając w kręgu filozoficznej refleksji poświęconej pracy w cywilizacji konsumpcyjnej, a także jej relacjom z innymi wartościami i formami aktywności jednostki, można się odwołać do myśli Ericha Fromma. Autor ten, przez cały okres swojej twórczości, próbował znaleźć środki zaradcze na negatywne zjawiska społeczne charakterystyczne dla cywilizacji zachodnioeuropejskiej oraz poszukiwał odpowiedzi na fundamentalne pytanie: Jak żyć równocześnie mądrze i szczęśliwie? Jego zdaniem problem człowieka nie polega na wyborze między życiem a śmiercią, lecz na wyborze między dobrym a złym życiem. Każdy człowiek „jakoś tam żyje”, a życie uważa się za dziedzinę, w której ludzie czują się specjalistami. Tymczasem miarą powodzenia w „sztuce życia” jest rola i ważność charakteru, którego strukturę, jakość i wartość można zmierzyć i ocenić obiektywnie za pomocą dwóch kryteriów: naszego wkładu w powiększenie psychiczno-materialnego dobrostanu innych ludzi, nas samych, społeczeństwa, gatunku ludzkiego oraz naszego uczuciowo-moralnego stosunku do innych ludzi i samego siebie. Czy żywimy wrogość, niechęć, agresję i nienawiść? Czy mamy potrzebę ucieczki i izolacji? Czy potrafimy kochać, współczuć i współodczuwać? Te trzy sposoby rozwiązywania relacji z innymi opisują nasz charakter oraz określają stopień produktywności i człowieczeństwa (Fromm, 2012). Charakter, a dokładnie jego konkretna orientacja, kształtuje się przede wszystkim w procesie socjalizacji i może cechować się następującymi postawami: (1) przeciw ludziom; (2) obok ludzi; (3) z ludźmi. Postawy te można wyrazić również jako: (1) wycofanie w destruktywność; (2) więź symbiotyczną; (3) miłość. Tylko ta ostatnia forma więzi z drugim człowiekiem jest formą relacji produktywnej i powinna stać się celem naszego rozwoju w dziedzinie ducha i umysłu, cechuje ją bowiem troska, odpowiedzialność, szacunek, autentyczne zainteresowanie i wiedza o drugiej osobie. Teoria charakteru E. Fromma – opie-

rająca się na zbliżonych do Sigmunda Freuda założeniach – wyróżnia cztery typy orientacji nieproduktywnej:

- 1) receptywną – osoby należące do tej orientacji „źródła wszelkiego dobra” upatrują na zewnątrz i uważają, że jedynym sposobem uzyskania tego, czego pragną (przedmiotów materialnych, uczuć, miłości, wiedzy, przyjemności), jest branie tych rzeczy ze źródła zewnętrznego. Problem miłości ujmowany jest tutaj w kategoriach „bycia kochanym”, a nie kochania. Ogólnie rzecz biorąc, ludzie o charakterze receptywnym mają optymistyczny, ufny i przyjacielski stosunek do świata, lecz stają się niespokojni i zrozpaczeni, gdy ich „źródło zaopatrzenia” jest zagrożone,
- 2) eksploatorską – osoby należące do tej grupy również uważają, że źródło wszelkiego dobra znajduje się na zewnątrz, nie spodziewają się jednak otrzymać rzeczy od innych w charakterze podarunku, lecz wolą brać je od nich siłą lub podstępem we wszystkich sferach aktywności. Oszacowują ludzi i przedmioty ze względu na ich użyteczność; mają też skłonność do przeceniania tego, co mają inni, oraz niedoceniań tego, co sami posiadają,
- 3) tezauryzatorską – osoby takie charakteryzuje mała wiara w stosunku do tego, co można zdobyć ze świata zewnętrznego; ich poczucie bezpieczeństwa opiera się na gromadzeniu i oszczędzaniu. Celem takich ludzi jest z jednej strony przyciągnięcie jak najwięcej dóbr, a z drugiej chcą jak najmniej z nich wydać. Miłość także rozpatrywana jest tutaj w kategoriach posiadania,
- 4) merkantylną – wiąże się z doświadczeniem samego siebie zarazem jako sprzedawcy i towaru. W obecnych niepewnych uwarunkowaniach ekonomicznych wywołuje to chwiejne poczucie własnej wartości i potrzebę ciągłego potwierdzenia u innych, dążenia do kolejnych sukcesów i atrakcyjności. Jeżeli człowiek osiąga sukces na konkurencyjnym rynku pracy, to jest wartościowy, a jeżeli nie, to jest bezwartościowy. Takie osoby nie są już zainteresowane własnym życiem i szczęściem, lecz tym, aby być chodliwym towarem; nie prezentują siebie samych, lecz swoją część do sprzedania; odgrywają rolę na zasadzie „jestem taki, jakiego mnie pragniecie”. Ludzi o merkantylnej orientacji cechują jedynie powierzchowne powiązania z innymi, gdyż to towary, a nie oni sami, wchodzi w relacje wymiany (Fromm, 2012).

Każda z wyróżnionych przez E. Fromma nieproduktywnych orientacji stanowi specyficzną dla danego człowieka i charakteryzującą go formę powiązania ze światem. O ile trzy pierwsze wywodzą się z przełomu XVIII i XIX w., o tyle typ merkantylny jest właśnie tym, który zyskał dominującą pozycję wraz z rozwojem gospodarki kapitalistycznej. Jest on zatem produktem naszych czasów. Rynkiem osobowościowym i rynkiem ekonomicznym rządzi dziś prawo podaży i popytu, zgodnie z nim więc dokonuje się sprzedaży „pakietów” osobowościowych tych cech, na które jest akurat zapotrzebowanie. W konsekwencji następują procesy alienacyjne i reifikacyjne, tj. urzeczowienia. Jak wskazuje E. Fromm, zaawanso-

wana cywilizacja konsumpcyjna stworzyła *homo consumens*, „wieczną pijawkę”, która w całej swej istocie oddaje się konsumpcji i dążeniu do posiadania rzeczy; człowieka znudzonego, osamotnionego i przerażonego, a zarazem niebezpiecznie uległego i posłusznego; „człowieka uporządkowanego”. To właśnie merkantylna orientacja charakterologiczna toruje sobie drogę we współczesnym, wysoce uprzemysłowionym świecie. Komercjalizacja postaw i międzyludzkich relacji, a także merkantylny egoizm, tożsamy z postrzeganiem i traktowaniem siebie w podwójnej roli (zarówno jako towaru na sprzedaż, jak i osoby oferującej ten towar), daje paradoksalne poczucie szczęścia i chwilowej satysfakcji. Na dłuższą metę i w głębszym wymiarze zmian osobowościowych może jednak doprowadzić do utraty kontaktu z istotą swojej natury i do zagubienia szacunku dla siebie samego. Orientacja merkantylna zaczyna dominować i zajmuje miejsce charakteru produktywnego, który mieści w sobie umysłowe, emocjonalne i zmysłowe reakcje w stosunku do innych, do samego siebie i do rzeczy. Produktywność to zdolność człowieka do realizacji potencjalnych możliwości. Aby zdolność ta mogła być realizowana, musi on być wolny i niezależny od jakichkolwiek sił go kontrolujących. Tymczasem – jak wskazuje filozof, nawiązując do cywilizacji konsumpcyjnej – na skutek rozwoju charakterologicznej orientacji merkantylnej w miejsce ewangelii pracy pojawiła się „ewangelia sprzedaży”. Przez ostatnie kilka stuleci człowiek Zachodu jest obsesyjnie zaprzątnięty ideą pracy, potrzebą stałej aktywności. Zarówno lenistwo, jak i kompulsywna aktywność zawodowa są symptomami zakłócenia jego właściwego funkcjonowania. U jednostek neurotycznych często pojawia się niezdolność do pracy, a u tzw. osób dostosowanych – niezdolność do wypoczynku. Przeciwnością tych negatywnych zjawisk, tj. beczynności i nadaktywności, jest właśnie produktywność. W zdrowym społeczeństwie ani głód, ani przymus nie powinny stanowić warunku zaistnienia produktywnej aktywności, czyli takiej, w której praca stanowi sensowny wyraz zdolności ludzkich i wykorzystania własnych mocy. Produktywną aktywność cechuje bowiem naprzemienność aktywności i wypoczynku. Produktywna miłość, praca i myślenie są możliwe tylko wówczas, gdy człowiek może pozostać w razie potrzeby sam ze sobą w samotności i spokoju. Zdolność wsłuchiwania się w siebie jest warunkiem wstępnym umiejętności słuchania innych, a dobre czucie się z samym sobą jest niezbędnym warunkiem łączenia się z innymi (Fromm, 2012).

Podsumowując tę część rozważań, należy zgodzić ze stwierdzeniem, że w cywilizacji konsumpcyjnej istnieje tendencja do utożsamiania szczęścia z posiadaniem dóbr konsumpcyjnych, co nie pozostaje bez wpływu na społeczne postrzeganie pracy zawodowej. Można wręcz powiedzieć, że praca, konsumpcja i poszukiwanie szczęścia stanowią „triadę”, na której opiera się współczesne życie ludzi. Dlatego w dalszej części artykułu postawiono pytania: Jak można zdefiniować szczęście? Jakie są konsekwencje wybierania wartości i celów promowanych przez kulturę konsumpcji dla społeczeństwa i jednostki?

POSZUKIWANIE SZCZĘŚCIA W CYWILIZACJI KONSUMPCYJNEJ

Zagadnienie szczęścia jest niezwykle interesujące z perspektywy badawczej² (Tomaszewska-Lipiec, 2018; Tomaszewska, Pawlicka, 2020). W historii rozważań nad szczęściem obecne są dwa zasadnicze nurty. Pierwszy, już zasygnalizowany, zwany hedonistycznym, nawiązuje do szkoły cyrenajskiej (IV w. p.n.e.), a drugi, eudajmonistyczny, nawiązuje do arystotelesowskiej definicji dobrego życia zgodnego z cnotami. Oba nurty dają odmienną odpowiedź na pytanie, czym jest szczęśliwe, udane życie. Dla zwolenników pierwszego podejścia istotne jest tylko to, czy jednostka jest ze swego życia zadowolona i czy daje jej ono więcej radości niż bólu. Miarą dobrego życia jest tutaj bilans przyjemności i przykrości. Dla zwolenników drugiego nurtu miarą szczęścia nie są pozytywne doznania emocjonalne, lecz osiąganie tego, co warto jest starać, co daje poczucie sensu życia, niezależnie od doznanych cierpień i zawodów. Warto dodać, że analogicznie w potocznym myśleniu także obecne są te dwie orientacje życiowe. Są ludzie, dla których wyznacznikiem szczęścia jest maksymalizowanie przyjemnych doświadczeń oraz są ludzie, dla których najważniejsze jest dążenie do celów nadających sens ich życiu (Czapiński, Panek, 2015).

Badania empiryczne dotyczące szczęścia rozpoczęły się w połowie XX w. w kilku dziedzinach nauk społecznych. Ponad 10 lat temu oszacowano, że liczba powstałych na jego temat raportów wynosiła wówczas około 3 tys., a liczba publikacji zwiększała się w postępie wykładniczym. W ciągu ostatnich kilku lat badanie szczęścia uległo gwałtownej instytucjonalizacji, o czym świadczy powstanie organizacji i towarzystw naukowych (International Society for Quality of Life Studies, International Society for Quality of Life Research), specjalistycznego czasopisma akademickiego („Journal of Happiness Studies”) oraz bazy danych (Database of Happiness). To oczywiście tylko przykłady.

W rozwijającej się prężnie psychologii pozytywnej, za twórcę której uznaje się Martina Seligmana, wypracowano już imponujący dorobek naukowy na temat pozytywnych efektów szczęścia. Na podstawie prowadzonych analiz badacze sugerują, że szczęście jest siłą aktywującą do tego, by „iść do przodu”, a także sprzyja zaangażowaniu w zadania i w ludzi. Niewątpliwie jest więc czymś pożądanym we współczesnym świecie. Z analiz prowadzonych w tym obszarze badawczym wynika również, że na zdrowie człowieka składa się dobrostan fizyczny, dobrostan psychiczny (emocjonalny i osobowościowy) i dobrostan społeczny. Poczucie ogólnego dobrostanu jest zależne od równowagi między wyzwaniami, przed którymi

² Problematykę sygnalizowaną w artykule należy rozpatrywać jako potencjalnie nowe, ważne pole problemowe pedagogiki. Zaprezentowane rozważania otwierają dyskurs na temat funkcjonowania jednostki i jej poczucia szczęścia w perspektywie konsumeryzmu, co jest istotne zarówno dla teorii, jak i dla praktyki pedagogicznej. Warto podkreślić również konieczność prowadzenia edukacji do świadomej, etycznej i odpowiedzialnej konsumpcji.

staje jednostka, a zasobami (wewnętrznymi i zewnętrznymi), którymi dysponuje (Dodge, Daly, Huyton, Sanders, 2012).

Szczęście uznawane jest za główne kryterium zdrowia psychicznego jednostki. Stwierdzono, że poczucie szczęścia łączy się z licznymi namacalnymi korzyściami, takimi jak lepsze zdrowie fizyczne, niższy poziom psychopatologii, lepsze umiejętności radzenia sobie, a nawet dłuższe życie. Dlatego celem psychologii pozytywnej jest dalsze poszerzanie wiedzy na temat tego, jak pomagać ludziom w zwiększaniu poziomu ich szczęścia.

W teoretycznym modelu zaproponowanym przez Kennona M. Sheldona i Sonję Lyubomirsky oraz ich współpracowników szczęście zdefiniowane zostało jako ocena długoterminowego bilansu emocji pozytywnych i negatywnych, warunkowana trzema głównymi czynnikami wpływającymi na jego bieżący poziom:

- w 50% wrodzonym potencjałem danej jednostki,
- w 10% czynnikami sytuacyjnymi/kontekstowymi, które występują w życiu,
- w 40% czynnikami wolicjonalnymi, związanymi z intencjonalnymi i wymagającymi wysiłku działaniami, które jednostka podejmuje. Aktywności te mogą mieć charakter poznawczy, behawioralny lub wolicjonalny, a więc związany z określaniem i dążeniem do realizacji istotnych celów osobistych.

Uwzględniając wskazane determinanty szczęścia, zaproponowany model zakłada, że możliwe jest wywoływanie i utrzymywanie poziomu szczęścia wyższego od poziomu wyjściowego jednostki. W ramach dotychczas prowadzonych na ten temat badań ustalono m.in.:

- ważność wyboru działania i rolę dopasowania osoby i jej działania, tzn. nie wszyscy ludzie mogą doświadczyć wzrostu poczucia szczęścia w wyniku tych samych działań. Kluczowe są ich predyspozycje, wartości, zainteresowania i skłonności, które predysponują ich do czerpania korzyści z pewnych działań w większym stopniu niż z innych,
- rolę wysiłku potrzebnego do zainicjowania, a następnie przeprowadzenia i podtrzymania działania mającego z założenia podnieść subiektywny dobrostan jednostki,
- rolę wsparcia społecznego, będącego ważnym korelatem dobrostanu psychicznego,
- rolę działań z przyzwyczajenia, rozumianego tutaj jako regularne inicjowanie potencjalnie korzystnego działania, a nie czynności wykonywane rutynowo i automatycznie,
- rolę uczestniczenia w kulturze (Sheldon, Lyubomirsky, 2007).

Podnoszenie poziomu własnego szczęścia nie jest zadaniem łatwym, gdyż ludzie niezbyt trafnie przewidują wpływ przeszłych wydarzeń i często ulegają różnym złudzeniom. Tymczasem każdy człowiek może je osiągać, ale na różne sposoby. S. Lyubomirsky doszła wraz ze współpracownikami do wniosku, że ludzkich aktywności, które realnie i na dłużej podnoszą poczucie szczęścia, jest aż

dwanaście, choć nie każdy rodzaj aktywności działa na każdego człowieka. Zostały one pogrupowane następująco:

- relacje z ludźmi: pomaganie i życzliwość; zacieśnianie relacji z ludźmi, wyrażanie wdzięczności; wybaczenie,
- zaradność i realizacja celów: ćwiczenie zaradności; robienie tego, co naprawdę nas interesuje i angażuje; realizowanie celów z zaangażowaniem,
- optymizm i zamartwianie się: ćwiczenie optymizmu; zwalczanie skłonności do zamartwiania się nad sobą i porównywania z innymi,
- ciało i duchowość: dbanie o ciało; czerpanie radości z życia; praktykowanie religii i duchowości (Lyubomirsky, 2008).

Jedną z najważniejszych idei, jakie powstały dotychczas na gruncie psychologii pozytywnej, jest formuła, którą reprezentanci tej nauki nazwali „wzorem na szczęście” (*happiness formula*): $S = U + O + W$.

Poziom doświadczanego przez jednostkę szczęścia (S) jest zdeterminowany przez uwarunkowany biologicznie potencjalny zakres poczucia szczęścia (U) oraz okoliczności życiowe (O) i czynności wolicjonalne, czyli czynniki znajdujące się pod kontrolą naszej woli (W). Wyzwanie, z jakim musi się zmierzyć psychologia pozytywna, polega na wykorzystaniu metodologii naukowej do ustalenia, jakie rodzaje zmiennych O i W mogą sprawić, że poczucie szczęścia (S) osiągnie najwyższy możliwy poziom (w obrębie potencjalnego przedziału) (Haidt, 2007).

Zdaniem Eda Dienera i Roberta Biswas-Dienera, autorów książki *Szczęście. Odkrywanie bogactwa psychicznego*, tytułowe szczęście to „proces”, a nie „miejsce przeznaczenia”; to „sposób podróżowania”, a nie „stacja docelowa”. Jak przekonują autorzy:

1. Ludzie, którzy czują się zaangażowani i szczęśliwi w pracy, na ogół są lepszymi pracownikami.
2. Ludzie szczęśliwi mają zwykle więcej znajomych i bliskich przyjaciół.
3. Ludzie szczęśliwi wydają się cieszyć lepszym zdrowiem i żyją dłużej.
4. Ludzie szczęśliwi są bardziej prospołeczni, tzn. w większym stopniu ufają innym i chętniej pomagają.
5. Ludzie szczęśliwi są nastawieni bardziej pokojowo i chętni do współpracy (Diener, Biswas-Diener, 2010).

Wskazani badacze opisują przede wszystkim związek między poczuciem szczęścia jednostki a jej zdrowiem, a dokładniej między zachorowalnością, przeżywalnością i długością życia. Zdrowie stanowi element bogactwa psychicznego człowieka, ponieważ daje energię i możliwości do podejmowania działań, które zapewniają szczęśliwe życie. Autorzy opisują także związek między szczęściem a relacjami społecznymi i przypominają, że potrzeba kontaktu z innymi jest u ludzi uwarunkowana genetycznie. Bliskie relacje interpersonalne oraz przyjaźnie, które cechują się wzajemnym zrozumieniem, troską i postrzeganiem drugiej osoby jako wartościowej, dają najwięcej szczęścia. Jak podkreślają, zadowolenie z życia

gwałtownie rośnie wraz z zawarciem związku małżeńskiego. Choć małżeństwo samo w sobie nie jest gwarantem szczęścia, to osoby żyjące w konkubinacie nie są tak szczęśliwe, jak pary małżeńskie. Wszystko zależy od siły miłości i przyjaźni. Wyniki badań, które przytoczyli E. Diener i R. Biswas-Diener, wskazują również na pozytywny wpływ udanych kontaktów społecznych na stan zdrowia. Dzięki innym ludziom czujemy się bezpieczni i ważni; wiemy, że zrobią dla nas wiele, jeśli będziemy potrzebować pomocy; dzięki wsparciu emocjonalnemu łatwiej radzimy sobie z trudnościami; różnorodne oddziaływanie innych ludzi może być dla nas wyzwaniem bądź źródłem nowatorskich i twórczych pomysłów. Jeśli chodzi o rolę pieniędzy w osiągnięciu szczęścia, to wzór:

$$\text{Szczęście} = \frac{\text{To, co mamy (osiągnięcia)}}{\text{To, czego chcemy (aspiracje)}}$$

dobrze obrazuje istotę tego, że liczy się przede wszystkim to, czy jednostka osiągnie dochody wystarczające do zaspokojenia jej potrzeb i pragnień (Diener, Biswas-Diener, 2010, s. 114). W tym kontekście należy podkreślić, że materialści bywają mniej szczęśliwi, ponieważ pogoń za pieniędzmi nie pozwala im się skupić na innych aspektach życia (zob. Tomaszewska-Lipiec, 2017; Tomaszewska, Pawlicka, 2020, s. 279–283).

Warto zauważyć, że analizy badaczy są spójne, a wyniki prowadzonych przez nich studiów naukowych i badań empirycznych podobnie pozwalają wnioskować, że wiek, płeć i wzrost gospodarczy jedynie w niewielkim stopniu są związane ze szczęściem. Z dotychczasowych badań wynika, że te jednostki, które zamiast do bogactwa dążą do intymności i zacieśniania więzi z ludźmi oraz do osobistego rozwoju, a także przyczyniają się do dobra wspólnoty, doświadczają większego poczucia szczęścia. W badaniach tych podkreśla się też rolę czasu wolnego, a dokładniej sposobów jego spędzania (szczególnie sport i ćwiczenia fizyczne okazują się być w tym względzie skuteczne). Czas wolny daje jednak więcej zadowolenia tylko wtedy, gdy jednostka musi się zmobilizować, ma szansę wykorzystać swoje zdolności i gdy coś dzięki swojej aktywności osiąga. Potwierdzono także, że urlopy, wakacje i dni wolne od pracy bywają źródłem szczęścia, relaksu i dobrego zdrowia (Argyle, 2004; Czapiński, 2004; Meyers, 2007; Schwartz, 2013). Należy nadmienić, że problematyka szczęścia jest silnie związana z psychologią czasu. Studia na ten temat prowadzi m.in. Philip J. Zimbardo.

W tym kontekście oraz w nawiązaniu do cech charakteryzujących cywilizację konsumpcyjną należy podkreślić, że wyniki badań empirycznych prowadzonych w różnych kulturach i na różnych wiekowo grupach wskazują, iż koncentrowanie się na gromadzeniu dóbr i łączenie posiadania ze szczęściem wiąże się pozytywnie z preferowaniem takich wartości jak: władza, dostatnie życie, komfort materialny, bezpieczeństwo finansowe i hedonizm. W sytuacji gdy rośnie znaczenie celów

materialistycznych, koreluje to jednocześnie negatywnie z wagą takich wartości jak: relacje z innymi ludźmi, rodzina, równowaga wewnętrzna i religia. Ponadto wzrost dążeń do celów materialistycznych obniża dążenia do celów niematerialistycznych (autonomicznych), a wzrost hedonizmu (dążeń do celów związanych z „fizycznym ja”) wiąże się ze spadkiem duchowości (dążeń do celów związanych z „transcendentnym ja”). Podobne wnioski płyną z badań prowadzonych w obszarze psychologii – gdy rośnie znaczenie celów materialistycznych (pieniędzy, sławy, bogactwa) czy też rośnie materializm, to duchowość, wrażliwość etyczna, harmonia, poczucie sensu i religijność maleją (Zawadzka, 2014). Można zatem stwierdzić, że zasygnalizowane korelaty szczęścia są przez ludzi żyjących w cywilizacji konsumpcyjnej coraz częściej zaniedbywane.

ZAKOŃCZENIE

Zarysowana tematyka stanowi interesujące interdyscyplinarne zagadnienie badawcze, w świetle którego coraz częściej zwraca się uwagę, że na zadowolenie z życia i poczucie szczęścia składa się nie tylko dobrobyt materialny, czyli zamożność (wokół której koncentruje się cywilizacja konsumpcyjna), lecz także dobrobyt pozamaterialny, którego lista czynników jest długa, a tworzą ją przede wszystkim: bezpieczeństwo socjalne; interesująca praca oraz inne formy aktywności; czas wolny; zdrowe życie, wolne od stresu; rodzina; posiadanie przyjaciół; serdeczne relacje społeczne; zdrowie somatyczne i psychiczne; duchowość i poczucie sensu życia; pozytywne emocje i postawy. Czynniki te są niemierzalne, a ich zakresy się pokrywają (Diener, Biswas-Diener, 2010; Michoń, 2010; Bartkowiak, 2013). Wszystkie wymienione aspekty składają się na szczęście. Co ciekawe, zaniedbanie lub brak któregoś z nich nie pozostaje bez wpływu na jakość życia jednostki.

Z zamieszczonych w artykule rozważań wyłania się obraz współczesnego życia społecznego koncentrującego się na pracy, konsumpcji i poszukiwaniu szczęścia. Oczywiście są to jedynie wybrane refleksje, które należy poddać dyskusji, a pogłębionych analiz na ten temat poczynić można więcej. W zaprezentowanym ujęciu wyartykułowano, że w cywilizacji konsumpcyjnej jednostki, utożsamiając poczucie szczęścia z obiektywną jakością i poziomem życia oraz z zewnętrzną pomyślnością, zmuszone są do zaspokajania ciągle pojawiających się nowych potrzeb materialnych i zastępowania zużywających się wartości konsumpcyjnych.

Konsumpcja staje się tym samym pewnego rodzaju zniewoleniem, które przybiera już charakter totalny. Z kolei praca staje się w coraz większym stopniu jej narzędziem – środkiem prowadzącym do celu, jakim stało się konsumowanie. Zasygnalizowane przeobrażenia, stanowiące znak obecnych czasów, cechują życie przede wszystkim mieszkańców krajów wysokorozwiniętych, prowadząc do transformacji wszystkich dziedzin egzystencji. Zjawiska te, o randze historycznej, nie powinny być pomijane w analizach badaczy, zwłaszcza w naukach społecznych.

BIBLIOGRAFIA

- Argyle, M. (2004). Przyczyny i korelaty szczęścia. W: J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka* (s. 165–202). Warszawa: PWN.
- Bartkowiak, R. (2013). *Ekonomia rozwoju*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bauman, Z. (2005). *Razem osobno*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bauman, Z. (2006). *Płynna nowoczesność*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bauman, Z. (2007). *Szanse etyki w zglobalizowanym świecie*. Kraków: Znak.
- Bourdieu, P. (2005). *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bylok, F., Sważba, U., Walczak-Duraj, D. (2016). *Praca i konsumpcja w perspektywie tworzenia ładu aksjonormatywnego*. Katowice: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”.
- Czapiński, J. (red.). (2004). *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka*. Warszawa: PWN.
- Czapiński, J., Panek, T. (red.). (2015). *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
- Dant, T. (2007). *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej. Wartości, działania, style życia*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Diener, E., Biswas-Diener, R. (2010). *Szczęście. Odkrywanie bogactwa psychicznego*. Sopot: Smak Słowa.
- Dodge, R., Daly, A.P., Huyton, J., Sanders, L.D. (2012). The challenge of defining wellbeing. *International Journal of Wellbeing*, 2(3), 222–235. DOI: <https://doi.org/10.5502/ijw.v2i3.4>
- Elliot, A. (2011). *Współczesna teoria społeczna*. Warszawa: PWN.
- Fromm, E. (2012). *Niech stanie się człowiek*. Warszawa: PWN.
- Haidt, J. (2007). *Szczęście. Od mądrości starożytnych po koncepcje współczesne*. Gdańsk: GWP.
- Kwiatkowska, A., Sztuka, J. (2010). Czas z perspektywy kulturowej: nie zawsze punktualność jest cnotą króla. W: G. Sędek, S. Bedyńska (red.), *Życie na czas. Perspektywy badawcze postrzegania czasu* (s. 102–106). Warszawa: PWN.
- Legieć, J. (2012). *Człowiek w filozofii pracy Józefa Tischnera*. Kraków: Wydawnictwo Księży Sercanów.
- Lyubomirsky, S. (2008). *Wybierz szczęście. Naukowe metody budowania życia, jakiego pragniesz*. Warszawa: Laurum.
- Meyers, D.G. (2007). Związki z ludźmi a dobre życie: szukanie równowagi między interesem jednostki i wspólnoty w polityce społecznej. W: P. Alex Liney, S. Joseph (red.), *Psychologia pozytywna w praktyce* (s. 389–412). Warszawa: PWN.
- Michoń, P. (2010). *Ekonomia szczęścia*. Poznań: Zakład Poligraficzny Moś i Łuczak.
- Muszyński, W. (2008). Pułapka czy szansa antropocentryzmu kultury postmasowej. W: W. Muszyński (red.), *Czas koi Nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie* (s. 8–9). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Pilch, T. (red.). (2003). *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*. T. 2. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Schwartz, B. (2013). *Paradoks wyboru. Dlaczego mniej oznacza więcej*. Warszawa: PWN.
- Schwartz, B., Ward, A. (2007). Mieć się lepiej, ale czuć się gorzej: paradoks wyboru. W: P. Alex Liney, S. Joseph (red.), *Psychologia pozytywna w praktyce* (s. 61–64). Warszawa: PWN.
- Sheldon, K.M., Lyubomirsky, S. (2007). Trwały wzrost poziomu szczęścia: perspektywy, praktyki, zalecenia. W: P. Alex Liney, S. Joseph (red.), *Psychologia pozytywna w praktyce* (s. 87–111). Warszawa: PWN.
- Sztompka, P. (2005.) *Socjologia zmian społecznych*. Kraków: Znak.
- Tischner, J. (1991). *Polski młyn*. Kraków: Nasza Przeszołość.

- Tomaszewska, R. (2020). W kierunku „kontrideologii pracy”. Wybrane refleksje pedagoga. W: S.M. Kwiatkowski, M. Piorunek (red.), *Jednostka – edukacja – organizacja wobec przemian rynku pracy* (s. 231–244). Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej.
- Tomaszewska, R., Pawlicka, A. (2020). Seeking Happiness in Consumer Society. Inspirations for Pedagogy. *Labor et Educatio*, 8, 273–290. DOI: <https://doi.org/10.4467/25439561LE.20.015.13006>
- Tomaszewska-Lipiec, R. (2017). Praca zawodowa a funkcjonowanie rodziny – analizy i refleksje. *Studia Edukacyjne*, (43), 165–176. DOI: <https://doi.org/10.14746/se.2017.43.10>
- Tomaszewska-Lipiec, R. (2018). *Praca zawodowa – życie osobiste. Dysonans czy harmonia?* Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Witkowska, A. (2009). Obraz człowieka w dobie kształtowania się społeczeństwa informacyjnego. W: H. Romanowska-Łakomy (red.), *Odrodzenie człowieczeństwa. Ludzkie transformacje* (s. 167). Warszawa: Wydawnictwo Psychologii i Kultury Eneteia.
- Zawadzka, A.M. (2014). Wartości, cele i dobro. Stan w kulturze konsumpcji. W: A.M. Zawadzka, M. Niesiołowska, D. Godlewska-Werner (red.), *Kultura konsumpcji – wartości, cele, dobrostan. Psychologiczne aspekty zjawiska* (s. 15–37). Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów Redakcja Liberi Libris.

ABSTRACT

This article focuses on the analysis of selected phenomena related to work, consumption and happiness. The thesis was formulated that the tendency to equate happiness with the possession of goods has an impact on social life, as well as on an individual's life and work. Increasingly glorifying the consumption ethos as a factor of social development and enrichment, the happiness formula is distorted and its correlates are neglected.

Keywords: work; consumption; happiness; consumption ethos; happiness formula