

DOROTA MROCZKOWSKA
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

WYMARZONE STYLE ŻYCIA POLAKÓW
O PRAGNIENIACH, FANTAZJACH, ASPIRACJACH DOTYCZĄCYCH
WYPOCZYŃKU I CZASU WOLNEGO*

Marzyć, fantazjować to w pewnym sensie wznieść się ponad codzienną realność, na jakiś czas unieważnić zasady rzeczywistości, mimo iż tkwi się w niej i wielokrotnie się do niej odwołuje, to także pragnąć, cieszyć się, ekscytować, doświadczać czegoś niezwykłego bez codziennej cenzury, która jednak istnieje. Mam tu na myśli taki rodzaj fantazji, marzeń, które mimo iż z istoty swojej idiosynkratyczne zawsze jednak są przez jednostki umiejscowione w określonym kontekście kulturowym oraz w pewnych relacjach społecznych. Owe fantazje, marzenia mogą być zatem zrozumiałe, upodmiotowione, gdyż ich czytelne reprezentacje uosabiają obiekty westchnień, pragnień, pożądań czy potrzeb, innymi słowy — ujawniają, co ludzie chcieliby, aby się zdarzyło, a w jakimś sensie jest w danym momencie nieosiągalne, niemożliwe w doświadczaniu codziennym, nieobecne bądź na różne sposoby utracone (Drozdowski, Krajewski 2007, s. 10). O ile wyznaczniki sensu życia wskazują na to, co jest najważniejsze, o tyle marzenia czy fantazje mówią nie tylko o tym, co ważne społecznie i jednostkowo, czego ludzie chcieliby i czego pragną, ale także o tym, które z potrzeb nie są zaspokojone (Falkowska 1997, s. 25). Podążając takim tokiem rozumowania należy przyjąć, iż marzenia stają się istotnym elementem aspiracji — jako obraz wartości, do których jednostki dążą, czynności, które chciałyby wykonywać, czy przed-

Adres do korespondencji: drmroc@amu.edu.pl

* Tekst powstał na kanwie badań dotyczących problematyki czasu wolnego, realizowanych w latach 2009–2010 w ramach grantu habilitacyjnego nr NN 116 132335.

miotów, które chciałyby posiadać¹, a szerzej — stylów życia, jakie chciałyby realizować.

*

Marzenie, fantazjowanie — ów dynamiczny i refleksyjny proces rozumiany jako odkrywanie tych aspektów Ja i przywoływanie takich doświadczeń, które na co dzień (mimo iż stanowią nieuświadomianą siłę napędową) są niezwerbalizowane — w poniższych rozważaniach zostało sprowadzone na grunt problematyki czasu wolnego. Istotne jest przyglądanie się marzeniom, fantazjom jako elementom zarówno poznawczego, jak i emocjonalnego kontaktu jednostki z jej społecznym otoczeniem, przy czym zakłada się, że u podstaw procesów emocjonalnych każdorazowo leżą procesy poznawcze, a pewne procesy poznawcze, w szczególności te, które odnoszą się do świata społecznego, związane są z procesami emocjonalnymi. Innymi słowy, procesy poznawcze redukują złożoność odbieranych przez jednostki informacji oraz „oznakowują” je emocjonalnie (Maruszewski 1993, s. 10; Wierzbička 1999; Vandekerckhove i in. 2008).

Do swoistej pracy emocjonalnej², zawężonej do wskazanej tematyki, zaprosiłam 600 respondentów z Poznania i Obornik Wielkopolskich, w wieku 30–35 oraz 55–60 lat. Badani mieli wyobrazić sobie, iż otrzymują dużą sumę pieniędzy³, następnie proszeni byli o dokończenie w dowolny sposób, na zasadzie pierwszego skojarzenia następujących sformułowań: „W czasie wolnym zacznę...”, „Wakacje/urlop spędzę...”, „Ludzie będą widzieli we mnie...”, „W czasie wolnym kupię sobie...” (zob. Rembowski 1986, s. 278–291). Przyjęłam tym samym szerokie rozumienie techniki projekcyjnej jako działania, podczas którego podmiot spostrzega otoczenie i reaguje nań zgodnie ze swoimi zainteresowaniami, postawami, przyzwyczajeniami, trwałymi lub chwilowymi stanami emocjonalnymi, oczekiwaniami, pragnieniami itp. (Laplanche, Pontalis 1996). Konsekwencją takiego rozumowania jest, po pierwsze, większa swoboda w doborze materiału bodźcowego do wyspecyfikowanej tematyki (mam tu na myśli kontrpunkt dla chociażby takich klasycznych metod jak: test plam atramen-

¹ Stają się elementem zarówno celów, jak i dążeń życiowych, najczęściej pojmowanych synonimicznie do aspiracji w rozumieniu Stefana Nowaka (1973, s. 15), jako określony przez wartości pozytywny stan rzeczy, który jest postrzegany bądź nagle zaczyna być postrzegany jako możliwy lub prawdopodobny.

² Pracę emocjonalną rozumiem podobnie jak Arlie R. Hochschild — jako proces mniej lub bardziej świadomego wzbudzania określonych stanów emocjonalnych wynikających z wyobrażania sobie pewnych sytuacji, zdarzeń, okoliczności pod wpływem określonego bodźca (tu: treści materiału projekcyjnego).

³ Suma nie została doprecyzowana z zasadniczego powodu — chodziło o wyobrażenie sobie takiej kwoty, która w poczuciu badanych znosiłaby wszelkie ograniczenia, uwalniała od codziennych trosk, tym samym pozwoliła z większą swobodą oddać się marzeniom czy fantazjom. Przyjęłam, iż definiowanie czy rozumienie tego, co kryje się pod hasłem dużej kwoty, jest subiektywne, a odgórne wprowadzanie cyfr jako swoistego bodźca może zakłócić wyprojektowany obraz.

towych Rorschacha, TAT Murraya, test niedokończonych zdań Rottera); po drugie, sytuacja badania oraz materiał badawczy nie są traktowane klinicznie, w tym sensie, iż nie chodzi o dociekanie ukrytych i nieakceptowanych obszarów osobowości, ale o przekonania i preferencje jednostek.

ZASADNICZE FANTAZJE DOTYCZĄCE CZASU WOLNEGO: DOŚWIADCZAĆ I PRZEŻYWAĆ, ZAISTNIEĆ I BYĆ ZAUWAŻANYM

Wyprojektowany czas wolny zasadniczo jawi się jako przestrzeń wystawiona na ogład społeczny. Uzupełnienia sformułowań: „W czasie wolnym zacznę...”, „Wakacje spędzę...”, „Ludzie będą widzieli we mnie...”, „Kupię sobie...”, wskazują, jak silnie fantazje i marzenia wkomponowane są w zestaw oczekiwań społecznych, odzwierciedlają znaczące elementy jaźni społecznej czy stanowią mniej lub bardziej doskonały obraz silnego uwikłania w społeczne konwencje i oczekiwania oraz retorykę rynku konsumpcyjnego. Marzenia, fantazje oscylują wokół doświadczeń ewokowanych przez rynek konsumpcyjny, rozumiany tu zarówno jako rynek towarów i usług, jak i przeżyć, doznań czy pragnień. Dla zasadniczej większości respondentów przestrzeń czasu wolnego jawi się jako przestrzeń wysublimowanych przeżyć i doznań emocjonalnych nakierowanych na aktywność, ruch, podróżowanie, doznawanie, poznawanie, innymi słowy — na nietypowość i niecodziennność doświadczenia. Takie wartości stały się przedmiotem marzeń dla blisko połowy badanych rozwijających zdanie „W czasie wolnym zacznę...” oraz 60% uzupełniających sformułowanie „Wakacje/urlop spędzę...”. Doświadczenia emocjonalne wyzwalane są przez pragnienia zwiedzania takich miejsc jak *Majorka, Wyspy Kanaryjskie, Hiszpania, Egipt, Tunezja, Karaiby, Ameryka Południowa, Wyspy Bora Bora* czy doznawania takich wrażeń jak: *fruć balonem, latać na paralotni, skakać bungee-jumping, ze spadochronem, żeglować, wypłynąć w rejs dookoła świata czy polecieć gdziekolwiek*.

Tabela 1

W czasie wolnym zacznę...	Procent odpowiedzi ogółem
zwiedzać, podróżować po świecie i kraju	24,0
aktywnie uprawiać sporty	23,3
realizować plany, rozwijać pasje, zainteresowania	22,8
odpoczywać, relaksować się, robić to, na co się ma ochotę	7,8
dbać o siebie, swój wygląd, zdrowie	7,2
dokształcać się, uczyć się języków obcych	6,3
więcej czasu poświęcać bliskim i rodzinie	4,0
nadrabiać zaległości (domowe, z pracy)	2,2
korzystać z rozrywek kulturalnych	1,2

Tabela 2

Wakacje/urlop spędzę...	Procent odpowiedzi ogółem
wyprawy i podróże zagraniczne w egzotyczne i ciekawe miejsca	60,0
polskie zakątki, morze, góry, jeziora	27,3
aktywnie, ciekawie, nietypowo, np. realizując swoje pasje	6,7
zaciszne, spokojne miejsca, np. działka, dom w lesie, w spokoju, bez problemów i trosk	7,2
w otoczeniu rodziny, bliskich, znajomych	4,8

Tabela 3

Ludzie będą widzieli we mnie...	Procent odpowiedzi ogółem
osobę szczęśliwą, zrelaksowaną, otwartą na innych	41,4
osobę bogatą, majątną, dorobkiewicza	15,1
tę samą osobę, przeciętną, normalną, spokojną	13,8
osobę z pasją, zrealizowaną życiowo, ciekawą, szaloną	8,5
człowieka nowoczesnego, sukcesu, światowego	7,8
osobę atrakcyjną fizycznie, wysportowaną, zgrabną	3,7
osobę pracowitą, kompetentną w swojej roli, np. dobra gospodyni, fachowiec	2,7
kogoś zupełnie innego, ale nie wiadomo kogo	1,8

Tabela 4

Kupię sobie...	Procent odpowiedzi ogółem
nieruchomości, posiadłości, tj. duży dom na wielkim terenie w ciekawym miejscu, jak las, morze, góry	46,8
sprzęt niecodzienny, luksusowy, prestiżowy, np. jacht, motor, samochód terenowy	34,8
rzeczy oraz sprzęt codzienny, np. ubrania sportowe, kosmetyki, płyty, książki	7,8
sprzęt rekreacyjny, hobbystyczny, służący uprawianiu sportu, np. rower, rolki, wędkę	7,0
wycieczki zagraniczne oraz egzotyczne podróże	6,8
czas wolny, wakacje, wolność	3,5
pomoc finansową rodzinie, dzieciom, spłacenie długów	1,7
udział w życiu kulturalnym, np. kino, teatr, koncert	0,7

Jeśli chodzi o wymarzone zakupy, to najwyższą liczbę wskazań uzyskały przedmioty drogie, prestiżowe, luksusowe czy modne, świadczące o nowoczesnym stylu życia, takie jak: *dom z dużym ogrodem czy basenem, luksusowy apartament nad morzem, posiadłość na Mazurach, dobry sprzęt wspinaczkowy, dom letniskowy za granicą, motorower, żaglówka, jacht, wyspa, samolot, balon, markowy strój sportowy,*

strój wspinaczkowy. Na takie wartości wskazywało około 80% badanych w odpowiedzi na hasło: „W czasie wolnym kupię sobie...”.

Można powiedzieć, iż na szczycie hierarchii wartości znajdują się dobra materialne i symboliczne, które pozwalają zrzucić zarówno tradycyjne, jak i codzienne ograniczenia krepujące spontaniczne przejawy indywidualizmu, nie pozwalające na osiągnięcie szczęścia tu i teraz. Wartością fantazji zatem jest życie pełne czy nieodkładane na potem, jak powiedziała Małgorzata Jacyno (2007, s. 104–105). W czasie wolnym badani poszukują doznań szybkich, zaskakujących zmian dostarczających estetycznych wstrząsów i uniesień, coraz to większej liczby podnieć czy doświadczeń ekscytujących i egzotycznych. Innymi słowy, marzenia, fantazje w większości przypadków opierają się na wysublimowanych doświadczeniach emocjonalnych i w nich też oraz poprzez nie się reprodukuje.

Obraz dopełniają reakcje na sformułowanie „Ludzie będą widzieli we mnie...” jako wyraźny przekaz kultury indywidualizmu nastawionej na otwartość, zdrowie, dynamikę (Jacyno 2007, s. 10). Odpowiedzi ponad 50% badanych oscylują tu wokół takich predyspozycji czy cech osobowościowych jak bycie szczęśliwym, zrelaksowanym, wypoczętym i otwartym na innych ludzi.

Obiektem westchnień staje się niezwykle emocjonalny wizerunek, bazujący na takich wartościach jak szczęście, radość, ciekawość, sprawczość, autentyczność, spontaniczność urzeczywistniająca się w możliwości dokonywania wyborów czy takiej interpretacji doświadczenia biograficznego, która pozwala postrzegać je jako efekt, przynajmniej w poczuciu jednostki, własnych wyborów. Wartością staje się w pewnym sensie taki wizerunek, który nie może pozostawać poza grą społeczną, nie może być niezauważony, niedoceniony, niepodziwiany.

Swoistym narzędziem stwarzania siebie jest aktywność sportowa, a dokładniej sporty, które odsyłają do doświadczeń granicznych jako swoistego złączenia tego, co fascynujące, ekscytujące, z tym, co przyjemnie niebezpieczne i zagrażające. Badani wskazywali tu zasadniczo na sporty ekstremalne, takie jak windsurfing, deska, bunge-jumping, paralotnia, spadochron, skoki z dużych wysokości, albo na rodzaj takiej aktywności sportowej, na przykład tenis, golf, squash czy jazdę konna, która stanowi społeczną wartość w niekończącym się procesie budowania pozycji jednostki oraz „kupowania uwagi i zainteresowania innych”, jak powiedziałby Charles Derber (2002). Można tu zaryzykować twierdzenie, iż prawdziwa jest teza Collina Campbella (2006), że to właśnie w kulturze opartej na „ontologii emocjonalnej”, dzięki silnemu emocjonalnemu doświadczeniu wydarzenie, rzecz, zachowanie staje się „prawdziwsze” czy zyskuje status realności. Właśnie przez intensyfikację swoich uczuć jednostki zyskują pewność, która pozwala im przezwyciężyć egzystencjalny niepokój, a tym samym utwierdzić się w przekonaniu, iż naprawdę „istnieją”. Do tego celu może służyć każda okazja doświadczania silnych emocji, co być może tłumaczy po części fakt popularności wymienianych już wyżej marzeń czy fantazji

dotyczących sportów ekstremalnych, ekstremalnych wypraw, niecodziennych i szczytowych doświadczeń, z ich obietnicami uniesień, intymności i pożądania, oraz dóbr konsumpcyjnych określających pozycję społeczną. Jednostka ma to, czego inni pragną, co jest przedmiotem społecznych aspiracji, pożądań, co daje jej poczucie przynależności, istnienia, prawo do zwracania na siebie uwagi, innymi słowy — lepszy start do ponownego czy kolejnego negocjowania swojej tożsamości.

ZASADNICZA FRUSTRACJA CZASU WOLNEGO: ROZCZAROWANIE

Powyższa sytuacja pokazuje, jak silnie oferta rynkowa kształtuje i przenika stosunki emocjonalne i międzyosobowe. Uwikłane są one w swoisty ciąg, rytm czy obieg: pragnienie — kupno — użycie, ale też napotykać pulę doświadczeń rozczarowujących, które są niezbędne do namnażania kolejnych pragnień, co poszerza ów ciąg o rozczarowanie/frustrację (Campbell 2006).

Marzenia, fantazje tym samym jako odwołania do takich wartości, dzięki którym jednostka stwarza sobie szansę czy daje nadzieję na wyzwolenie od tego, co w jej doświadczeniu ogranicza jej wolność czy też możliwość bycia sobą, muszą być w jakimś sensie i dla niektórych iluzją, doświadczeniem frustrującym i rozczarującym. Gerhard Schulze wskazuje, iż rozczarowanie to z dwóch powodów zasadniczy problem egzystencjalny w społeczeństwie doznań: po pierwsze, nadprodukcja dóbr, poprawa ich jakości, a zatem także obiektywnej jakości życia, nie idzie w parze z subiektywnymi wskaźnikami zadowolenia jednostek oraz, po drugie, szybkość starzenia się i przedawniania produktów powoduje, iż dają one chwilowe zaspokojenie, nie przynosząc tym samym długotrwałego spełnienia (Sieradzki 2011, s. 11). Wyniki badań pokazują, iż sfera silnych doznań i przeżyć związanych z podróżowaniem, zwiedzaniem, egzotyką to obiekt marzeń osób o najniższych dochodach. Z kolei nieruchomości, posiadłości chciałoby mieć 50% osób zarabiających poniżej 1000 zł⁴, a 34,6% zarabiających powyżej 4000 zł. Uzupełniając stwierdzenie „W czasie wolnym zacznę...” taką odpowiedź dało 21,1% osób z dochodami poniżej 1000 zł i 15,4% osób z dochodami powyżej 4000 zł. Grupa osób mniej zarabiających chce widzieć się jako szczęśliwi, zrelaksowani, otwarci na kontakt z innymi, ale też bogaci. W zdaniu „Ludzie będą widzieli we mnie...” na szczęście jako wartość wskazało 48,4% osób z niskimi dochodami i 32,7% dla osób z dochodami powyżej 4000 zł; na majątek i bogactwo 26,3% osób z niskimi dochodami i 19,2% zarabiających powyżej 4000 zł. Zasadniczo fantazje, marzenia osób z wykształceniem niższym i niższymi dochodami podążają w kierunku rodzajów aktywności nastawionych na doznawanie nowych wra-

⁴ Badanie proszeni byli o policzenie łącznych dochodów netto wszystkich członków gospodarstwa domowego (wynagrodzenia, stypendia, renty, emerytury, prace zleczone, dochody z gospodarstwa rolnego itd.).

żeń, związanych z udziałem w nowych i modnych formach spędzania czasu wolnego, czyli z wejściem w obręb takiej niecodzienności, o której wiadomo, że jest społecznie odległa i że „zwykli ludzie” niemal na pewno nigdy jej bezpośrednio nie doświadczą, co uświadamia, iż podejmowane przez nich próby realizacji marzeń i pragnień za pomocą dostępnych towarów są w mniejszym lub większym stopniu skazane na porażkę.

Można tu pokusić się o postawienie tezy, iż zdecydowanie nowoczesnym doświadczeniem, wkomponowanym również w logikę czasu wolnego, jest rozbieżność między oczekiwaniami a własnymi przeżyciami, rosnący dystans między rzeczywistością a aspiracjami (Illouz 2010, s. 139). Taka rozbieżność musi przynosić rozczarowanie, gdyż implikuje niemalże stałe poczucie braku. Chris Rojek twierdzi (1995, s. 108–126), iż doświadczanie owej rozbieżności nie pozwala na spełnienie, mimo ekscytacji i wyrafinowanych doznań, tym samym jedną z dominujących cech doświadczania czasu wolnego staje się połowiczność czy niepełność jako permanentne poczucie braku, nienasyceń i niezaspokojenia.

Marzenia, fantazje odwołują się do doświadczeń kulturowych — do pewnych modeli życia, wzbudzając pragnienie ich posiadania i ulotne, chwilowe doświadczenie owego stanu. Każdy powrót do rzeczywistości rozczarowuje (MacCannell 2002, s. 38). Rozczarowanie jednak wcale nie sprzyja bardziej realistycznemu oglądowi, nie zasypuje przepaści między fantazją a rzeczywistością, nie podważa iluzorycznego przekonania, iż nasze pragnienia mogą zrealizować się za pomocą towarów, co z kolei — zdaniem Campbella (2006) — stanowi siłę napędową wzorów faktycznej konsumpcji. Innymi słowy, konsumpcja może dodawać otuchy w tym sensie, że dostarcza jednostkom dowodów na to, iż są rzeczywistymi, autentycznymi istotami — że naprawdę istnieją.

Tym samym obietnica doświadczania przyjemności połączona z ustawiczną frustracją ich zaspokojenia stanowi *modus vivendi* tak wyprojektowanych marzeń i fantazji czasu wolnego. Stanley Cohen i Laurie Tyrol w książce *Ecsape Attempts* (1992), wskazując na szereg aktywności ucieczkowych⁵, podkreślają, iż zapewnienie autentyczności doświadczeń nierzadko wydaje się oszustwem czy formą manipulacji, zwodzenia przez tzw. *escape messages*, które wabią kon-

⁵ Cohen i Tyrol opisują trzy zasadnicze formy ucieczki z łańcucha zagmatwanych aktywności:

a) enklawy aktywności (*activity enclaves*) kładące nacisk na wolność, wybór, samorozwój, aktualizowanie w takich czynnościach, jak hobby, sport, seks, spotkania towarzyskie, zabawy i gry;

b) działania, których celem jest przekształcenie bezpośredniego, ale i znanego (rutynowo doświadczanego) bliższego i dalszego otoczenia (*landscaping*), by konkretyzować i tym samym realizować różnorakie pomysły (np. wakacyjne), marzenia (np. podróżnicze), a także doświadczać i doznawać nowych, zróżnicowanych i odmiennych stanów;

c) doświadczenia odnoszące się do nas samych (naszego self) (*mindscaping*), polegające na ucieczce w głąb siebie w celu poszerzenia świadomości czy różnicowania doświadczeń (rodzaj wewnętrznej przygody czy podróży, która pozwala oderwać się od codziennego pośpiechu i licznych obowiązków, a aktualizowana jest w takich reprezentacjach jak filmy, książki, psychoterapia, używki, joga).

sumentów fantazjami ucieczki od rutyny i monotonii bez zapewnienia możliwości ich realizacji. W konsekwencji bardziej przyczyniają się do konformizmu aniżeli dostarczają prawdziwego wyzwolenia i samoekspresji. Taką dwuznacznością czy swoistą ambiwalencją są naznaczone całe rozważania przywołanych autorów: nie ma „z jednej czy z drugiej strony”, jest raczej „i” — symultaniczność doświadczenia autentyczności i jej uwikłania w dominujące ideologie, jednoczesność przyjemności i rozczarowania.

Współcześnie, co często było podkreślane, kładzie się nacisk na kategorie samorozwoju, rozwoju osobistego, szczęścia i spełnienia we wszystkich obszarach życia, które budowane są na rynku towarów i usług, co pokazuje, iż kultura konsumpcyjna odgrywa znaczącą rolę, ramię w ramię z rozrastającym się „rynkem emocjonalnym” (zob. Boden, Williams 2002, s. 502–503). Tak rozumiana relacja wplata w dyskusję nad „urynkowaniem” uczuć, doznań, afektów, które traktuje się jako dobra wymienne, wykorzystywane przez rynek do osiągania zysków czy korzyści materialnych. Tym samym wskazując na nieuchronność rozczarowań, lepiej jest myśleć o rzeczywistości w kategoriach jej odczarowywania, czyli takiego doświadczenia, od którego nie trzeba uciekać (zob. Boden, Williams 2002, s. 502). Marzenia, fantazje o podróżowaniu, posiadaniu, byciu wielkim i bogatym za sprawą takiego rozumowania stają się swoistą odskocznią, drogą poszukiwań wciąż nowych przyjemności, fantazji, celów osobistego spełnienia, ale też idei, które przy bliższym oglądzie są nie tylko prostą, iluzoryczną, kreacją „autonomicznego” podmiotu, ale stają się workiem pełnym możliwości — rozczarowujących albo i nie.

WELL BEING CZY WORK-LIFE BALANCE TYLKO DLA NIELICZNYCH OKAZUJE SIĘ WARTOŚCIĄ

Swoistym kontrapunktem dla tych wszystkich badanych, którzy w doznaniach i konsumpcji upatrują nadziei na szczęście i spełnienie, są ci nieliczni, których marzenia oscylują wokół domu, rodziny, bliskich i takich wartości, jak spokój, wyciszenie, realizacja różnego rodzaju hobby, pasji czy zainteresowań. U tych osób dochodzi do głosu potrzeba swoistej autocenzury, ucodziennienia i uspokojenia czy ucieczki od nadmiaru możliwości — można powiedzieć, iż swoista dynamika, różnorodność ofert i projektów siebie może hamować działanie. Fantazje, marzenia i wynikające z nich doznania wtopione są w mikroświaty przeciętności, które stanowią swoiste zabezpieczenie przed systemem, niejako opierają się systemowi (spokój ponad wszystko). Doświadczenia oscylują wokół stanu, który Mihaly Csikszentmihali (2005, s. 22) określił mianem przepływu (*flow*), inni mianem *work-life balance*. W pierwszym przypadku sprowadza się on do sytuacji, w której świadomość jest harmonijnie kierowana, a jednostki nadal chcą robić to, co właśnie robią, dla czystej satysfakcji, w drugim zaś — mowa o równowadze między życiem zawodowym a osobistym. Jak wskazują wyniki badań, wartością na którą wskazują marzenia, fantazje,

swoistym pragnieniem, jest wówczas poświęcanie większej ilości czasu rodzinie i bliskim, wymarzonym miejscem na wakacje staje się zaciszny, spokojny zakątek, pożądane jest otoczenie rodziny i bliskich, przeciętność, spokój, normalność.

*

Czas wolny jawi się jako pewien aspekt codziennych doświadczeń, jako swojego rodzaju przestrzeń dla eskapistycznej wędrówki będącej wyrazem dominacji emocji nad rozumem. Jak wskazują wyniki badań, w wyobrażeniach, marzeniach, fantazjach jednostki nie anulują rzeczywistości, wręcz przeciwnie — opierają się na niej, ewokując takie doznania czy emocje, które powodują, iż obecne staje się to, co obecne na co dzień nie jest, a nawet być nie może. Siłą napędową tak reprezentowanych marzeń i fantazji, a także ich immanentnym elementem, staje się „uzależnienie” od ciągłego, w sposób powtarzalny doświadczania stanów afektywnych opartych — jak powiedziałby Campbell (2006) — na zdolności „chcenia” (*want*), „pożądania” (*desire*) czy „pragnienia” (*long for*) w sposób wysoce zindywidualizowany, chociaż sformatowany, osadzony w realiach i oczekiwaniach rynku konsumpcyjnego. Tym samym na pierwszym planie czas wolny jawi się jako znaczące źródło przyjemności, niecodziennych, egzotycznych doznań, omnipotentnych doświadczeń, dla których tłem, ale też istotnym paliwem jest rynek konsumencki i konsumpcja. Hedonizm na tej płaszczyźnie przejawia się jako dążenie do konsumpcji i doznawania jak największej liczby nowych wrażeń, a czas wolny zasadniczo stanowi pole realizacji owych pragnień (Veenhoven 2003).

Innymi słowy, fantazje czy marzenia jednostek odsyłają je do stylu życia jako mniej lub bardziej spójnego zespołu praktyk (Giddens 2001). Marzenia owe, o „prawdziwych” emocjach, o działaniach autotelicznych doświadczanych w oderwaniu od codziennych realiów — o podróżowaniu, fruwaniu balonem itp., stają się swoistą odskocznią dla rynkowej racjonalności, chociaż podlegają jej regułom. Są zarazem zawężeniem wyobraźni do doświadczeń emocjonalnych, które są społecznym gwarantem spełnienia, polegającego na tym, że przeżycie wysuwa się na plan pierwszy i ma być celem autotelicznym.

*

Na zakończenie wypada zadać fundamentalne pytanie, po co to wszystko? Czy takie potraktowanie tematu wnosi coś nowego? Czy fantazje, projekcje, marzenia odnoszą się do nowych, nieznanych dotychczas, a pomijanych treści? I wreszcie, czy na ich podstawie możemy wnioskować o stylach czy sposobach bycia czy zachowania jednostek?

Po pierwsze, sfera wyobraźni czy projekcji współcześnie staje się istotną płaszczyzną budowania poczucia tożsamości, swoistym narzędziem, z pomocą którego jednostki budują i podtrzymują obraz samych siebie (gdy nic zasadniczo z tego, co na co dzień robią, nie ujawnia ich szczególnych cech, choć wyobraźnia odsyła do takich nośników, które pozwolą wyrazić to, kim się jest). Innymi słowy, gdy symbole osobowości są tak ulotne, że ich odczytanie staje się coraz trudniejsze i niejasne, sfera marzeń, projekcji pozostaje możliwym do pomyślenia subświatem, w którym można realizować społeczny imperatyw indywidualizmu i odróżniania się.

Po drugie, sfera projekcji, marzeń, fantazji, ze względu na to, że uwalnia myślenie w kategoriach deklaracyjnych i fasadowych, zaprasza do swobodnego zdziwienia, urefleksyjnia, zbliża jednostki do ich samych, do ich wewnętrznych konfliktów, napięć, ambiwalencji, jednocześnie podtrzymując przekonanie, że marzenia nie są li tylko abstrakcyjną aktywnością umysłu, lecz stają się wskaźnikiem, zinstytucjonalizowaną formą społeczno-kulturową czy predyktorem zmian. Przedstawiony materiał, nieco prowokacyjnie potraktowany, pozwala sądzić, iż nieświadomą czy niezwerbalizowaną podstawę identyfikacji oraz stylów życia jednostek stanowi swoista pragmatyzacja świadomości Polaków, co jest bliskie tezom stawianym często i w różnych kontekstach od lat dziewięćdziesiątych (Ziółkowski 2000). Mam tu na myśli masowe dążenie do wygodnego, przyjemnego i ekscentrycznego życia, dążenie do doznań, które przesuwają się z peryferii do centrum wartości osobistych, definiują sens oraz styl codziennego funkcjonowania i dokonywanych wyborów. Dla większości badanych czas wolny staje się czymś, co się kupuje. Konsumpcjonizm bardziej zachęca do zakupu towarów i usług niż do refleksji i poszukiwania alternatywnych rozwiązań, wartością staje się posiadanie dóbr, które czynią życie łatwiejszym, nowocześniejszym, dostarczają satysfakcji i są traktowane jako oznaka statusu.

BIBLIOGRAFIA

- Boden Sharon, Williams Simon J., 2002, *Consumption and Emotion: The Romantic Ethic Revisited*, „Sociology”, t. 36, s. 493–512.
- Campbell Collin, 2006, *Konsumuję więc wiem, że jestem*, „Kultura Popularna”, nr 4.
- Cohen Stanley, Tylor Laurie, 1992, *Escape Attempts: The Theory and Practice of Resistance to Everyday Life*, Routledge, London.
- Csikszentmihalyi Mihaly, 2005, *Przeptyw. Psychologia optymalnego doświadczenia*, tłum. Magdalena Wajda-Kacmajor, Moderator, Taszów.
- Derber Charles, 2002, *Zaistnieć w społeczeństwie. O potrzebie zwracania na siebie uwagi*, tłum. Monika Gajdzińska, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Drozdowski Rafał, Krajewski Marek, 2007, *Wyobraźnia socjologiczna. Horyzonty, źródła, dynamika*, UAM, Poznań.
- Falkowska Macieja, 1997, *Wartości, praca, zakupy. O stylach życia Polaków*, CBOS, Warszawa.

- Fromson P. M., 2006, *Self-discrepancies and Negative Affect: The Moderating Roles of Private and Public Self-consciousness*, „Social Behaviour Personality”, t. 34, s. 333–350.
- Giddens Anthony, 2001, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tłum. Alina Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Hochschild Arlie R., 2009, *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*, tłum. Jacek Koniczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Illouz Eva, 2010, *Uczucia w dobie kapitalizmu*, tłum. Zygmunt Simbierowicz, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Jacyno Małgorzata, 2007, *Kultura indywidualizmu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kozłowski Tomasz, 2004, *Popkultura i masowa nuda. Czy popkultura wypełni pustkę wolnego czasu*, w: Tomasz Szlendak, Krzysztof Pietrowicz (red.), *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, Wydawnictwo UMK, Toruń.
- Laplanche Jean, Pontalis J. B., 1996, *Słownik psychoanalizy*, WSiP, Warszawa.
- MacCannell Dean, 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, tłum. Ewa Klekot, Anna Wiczorkiewicz, Muza, Warszawa.
- Maison Dominika, 2001, *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Maruszewski Tomasz (red.), 1993, *Wstęp*, w: Tomasz Maruszewski (red.), *Poznanie, afekt, zachowanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Nowak Stefan (red.), 1973, *Teorie postaw*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Pietkiewicz Barbara, 2002, *Praca, kłopot, kasa, czyli o czym marzą Polacy*, „Polityka”, 30 marca.
- Rembowski Jan, 1986, *Metoda projekcyjna w psychologii dzieci i młodzieży*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Rojek Chris, 1995, *Decentering Leisure: Rethinking Leisure Theory*, Sage, London.
- Sieradzki Piotr, 2011, *Gerharda Schulza teoria społeczeństwa doznań*, Adam Marszałek, Toruń.
- Vandekerckhove Marie i in., 2008, *Regulating Emotions: Culture, Social Necessity, and Biological Inheritance: New Perspectives in Cognitive Psychology*, Blackwell, London.
- Veenhoven Ruut, 2003, *Hedonism and Happiness*, „Journal of Happiness Studies”, t. 4, s. 437–457 (zeszyt specjalny „Art of Living”).
- Wierzbicka Anna, 1999, *Emotions Across Languages and Cultures: Diversity and Universals*, Cambridge University, Cambridge.
- Ziółkowski Marek, 2000, *Przemiany interesów i wartości społeczeństwa polskiego. Teorie, tendencje, interpretacje*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań.

FREE TIME — FANTASY, DREAMS AND DISAPPOINTMENT, OR ON SYSTEMIC EXPECTATIONS REFLECTED IN THE EMOTIONS

Summary

The author raises the issues of emotion indirectly — through the exploration of projection, i.e., dreams and fantasies about free time. This material shows that free time appears above all as an emotional space, as it is much easier to experience than to define. These fantasies and dreams, although divorced from reality, refer to it directly and convey important information about the consciousness, imagination and reflections of Polish society; they combine with daily realities and reflect their basic tendencies. The analysis confirms the continuing topicality of a thesis presented at the beginning of the nineties on the pragmatism of Polish society's consciousness and its orientation toward material and consumer values. In addition, it can be stated that

176

DOROTA MROCZKOWSKA

the sphere of dreams or distant projects is becoming a sort of security vent or protective mechanism which allows persons to deal with serious problems of a personal and social nature.

Key words/słowa kluczowe

dreams / marzenia; lifestyle / styl życia; contemporary Polish society / współczesne społeczeństwo polskie