ISSN 2300-7109

studia humanistyczne agh

Społeczeństwo. Kultura. Technologia

2023
tom 22/1

WYDAWNICTWA AGH
KRAKÓW 2023

AGH

studia humanistyczne agh

Społeczeństwo. Kultura. Technologia

2023
tom 22/1

contributions to humanities agh

Semi-annual of AGH University of Science and Technology

Tourism and leisure time. A freedom of choice in a post-pandemic world

AGH UNIVERSITY PRESS
KRAKOW 2023

2023
vol. 22/1

studia humanistyczne agh
Społeczeństwo. Kultura. Technologia

Półrocznik Akademii Górniczo-Hutniczej im. S. Staszica

Turystyka i czas wolny – wolność wyboru w postpandemicznym świecie

WYDAWNICTWA AGH
KRAKÓW 2023

2023
tom 22/1

Dyrektor Wydawnictw AGH/ Head of Publishing of AGH University Press: *Jan Sas*

Komitet Redakcyjny/ Editorial Team:
Grzegorz Ptaszek (redaktor naczelny/ editor-in-chief): nauki o komunikacji społecznej i mediach/ communication and media studies
Damian Gałuszka (sekretarz/ managing editor): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach/ sociology, communication and media studies
Jowita Guja (redaktorka tematyczna/ thematic editor): nauki o kulturze i religii/ culture studies, religious studies
Dorota Żuchowska-Skiba (redaktorka tematyczna/ thematic editor): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach/ sociology, communication and media studies
Tomasz Masłyk (redaktor statystyczny/ statistical editor)

Redakcja/ Editorial Advisory Board:
Maarit Jaakkola (University of Gothenburg, Sweden)
Ryszard W. Kluszczyński (University of Lodz, Poland)
Paul Levinson (Fordham University, United States)
Marie-Laure Ryan (United States)
Siarhei Liubimau (European Humanities University, Lithuania)
Piotr Siuda (Kazimierz Wielki University, Poland)
Aleksandra Wagner (Jagiellonian University, Poland)

Redaktorka prowadząca/ Main editor: *Dorota Żuchowska-Skiba*

Redaktorki gościnne/ Guest editors: *Stella Grotowska (AGH w Krakowie), Maria Sroczyńska (UKSW)*

Adres redakcji „Studiów Humanistycznych AGH”/ Adress of „Contributions to Humanites”
Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie
Wydział Humanistyczny
ul. Czarnowiejska 36, budynek C-7 (pok. 5.23)
30-054 Kraków

studiahumanistyczne@agh.edu.pl
http://journals.agh.edu.pl/human/
https://doi.org/10.7494/human

Korekta językowa/ Proofreading:
Kamila Zimnicka – język polski/ Polish
Bret Spainhour – język angielski/ English

Projekt okładki i stron tytułowych/ Cover Design: *Agata Wajer-Gądecka*, *Andrzej Choczewski*

Skład komputerowy/ DTP: *Wydawnictwo JAK*, *www.wydawnictwojak.pl*

© Wydawnictwa AGH, Kraków 2023, Creative Commons CC-BY 4.0 License

ISSN 2300-7109

Wydanie zostało dofinansowane przez Akademię Górniczo-Hutniczą im. Stanisława Staszica w Krakowie (dotacja podmiotowa na utrzymanie potencjału badawczego nr 11.11.430.158)

Redakcja Wydawnictw AGH
al. A. Mickiewicza 30, 30-059 Kraków
tel. 12 617 32 28, 12 636 40 38
e-mail: redakcja@wydawnictwoagh.pl
www.wydawnictwo.agh.edu.pl

Spis treści

Stella Grotowska, Maria Sroczyńska

OD „CZASU WOLNEGO" DO „CZASU NIEWOLNEGO"?
DYLEMATY SPOŁECZEŃSTWA OSIĄGNIĘĆ 7

Dorota Irena Mroczkowska

CZAS WOLNY – O CODZIENNYCH I NIECODZIENNYCH
SCENARIUSZACH DOŚWIADCZANIA 13

*LEISURE TIME – ON EVERYDAY AND UNCOMMON SCENARIOS OF
EXPERIENCING LEISURE*

Katarzyna Anna Uklańska

ZRÓWNOWAŻONE KONSUMOWANIE CZASU WOLNEGO.
O PRZEMIANACH *LEISURE TIME* W SPOŁECZEŃSTWIE KONSUMPCYJNYM . . . 33

*SUSTAINABLE CONSUMPTION OF FREE TIME.
ON THE TRANSFORMATION OF LEISURE TIME IN CONSUMER SOCIETY*

Agnieszka Zduniak

PROBLEMATYCZNE UŻYTKOWANIE INTERNETU
W CZASIE WOLNYM PRZEZ MŁODZIEŻ
W PERSPEKTYWIE PSYCHOLOGII UZALEŻNIEŃ 47

*PROBLEMATIC USE OF THE INTERNET
IN LEISURE TIME OF YOUNG PEOPLE
IN THE PERSPECTIVE OF ADDICTION PSYCHOLOGY*

Magdalena Parus-Jankowska

KILKA UWAG O PANDEMICZNEJ TĘSKNOCIE POLAKÓW
ZA TURYSTYKĄ FESTIWALOWĄ 61

*A FEW COMMENTS ON THE PANDEMIC LONGING OF POLES
FOR FESTIVAL TOURISM*

Paweł Edward Prüfer

PUŁAPKA CZY DOBRODZIEJSTWO IMMERSYJNOŚCI
W BIEGANIU DŁUGODYSTANSOWYM?
CZAS WOLNY AKTYWNIE WYPEŁNIANY 71

*A TRAP OR BENEFIT OF "IMMERSION" IN LONG DISTANCE RUNNING?
LEISURE TIME SPENT IN AN ACTIVE WAY*

Ewa Karolina Garstka-Szychta

PRZEMIANA I CIĄGŁOŚĆ KULTUROWA POLSKIEJ KUCHNI
W PONOWOCZESNYM ŚWIECIE.
RELACJE MIĘDZY CZASEM WOLNYM
A KONSUMPCJĄ I STYLEM ŻYCIA 87

*THE TRANSFORMATION AND CULTURAL CONTINUITY OF
THE POLISH "CUISINE" IN THE POSTMODERN WORLD.
RELATIONS BETWEEN LEISURE TIME, CONSUMPTION AND LIFESTYLE*

Notes for Contributors 107

Informacje dla autorów 108

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.7

Stella Grotowska*

ORCID: 0000-0002-7992-1093
AGH Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Maria Sroczyńska

ORCID: 0000-0003-2993-8820
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

OD „CZASU WOLNEGO" DO „CZASU NIEWOLNEGO"? DYLEMATY SPOŁECZEŃSTWA OSIĄGNIĘĆ

Czas wolny nie należy do tematów często podejmowanych przez socjologów w Polsce, mimo że pozostaje doświadczeniem prawie każdego z nas, kto żyje w płynnej nowoczesności, „cywilizacji nadmiaru, zbędności, odpadów i ich uprzątania" (Bauman, 2004, s. 153). Problematyka ta obejmuje zakres niezwykle szeroki, nie sposób jej ująć ani tym bardziej zamknąć, w niewielkim tomie. Uważamy jednak, że kategorię czasu wolnego warto poddać analizie, zwłaszcza że niedawna pandemia COVID-19 zmieniła naszą codzienność, także w wymiarze czasu wolnego. Być może rodzące się przy tej okazji pytania mogą przekształcić się w problemy badawcze i zaowocować kolejnymi studiami.

W definicjach czasu wolnego badacze odwołują się do takich pojęć, jak „wybór" i „wolny wybór", które odnoszą się do różnorodnych aktywności pozostających poza zajęciami obowiązkowymi i które niepostrzeżenie zaczynają przekształcać się w pewien rodzaj przymusu; żyjemy wszak w coraz bardziej toksycznym społeczeństwie osiągnięć (Han, 2022). Mówiąc o „czasie wolnym", nie sugerujemy, że jakakolwiek jednostka jest całkowicie niezależna od zewnętrznych ograniczeń. Przeciwnie, czynniki te ukierunkowują ludzkie działania i kształtują subiektywne doświadczenia, podając w wątpliwość potoczne skojarzenia czasu wolnego z niczym niekrępowaną wolnością (Shir-Wise, 2019, s. 2).

W epoce industrialnej czas wolny podlegał normatywnemu uregulowaniu – zapewniać miał przede wszystkim regenerację sił fizycznych i psychicznych przed kolejnym dniem roboczym. Podobnie obiekty służące rozrywce, rekreacji czy lepszemu rozumieniu świata, na przykład parki, muzea, centra kongresowe, stadiony itp. postrzegane były w kategoriach

* Autorka do korespondencji: Wydział Humanistyczny, Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica, ul. Czarnowiejska 36, 30-054 Kraków; e-mail: stella.grotowska@gmail.com

instrumentalnych jako prowadzące do osiągnięcia innych wartości, takich jak zdrowie, dobrostan psychiczny, udział w edukacji i kulturze (Freeman, 2020, s. 46). Wypełnienie czasu wolnego zostało zawłaszczone przez wyspecjalizowane podmioty produkcyjno-usługowe: przemysł kultury, przemysł medialny czy turystyczny, które organizują i sprzedają gotowe formy rozrywki, wypoczynku i samorealizacji (Lipski, 2008, s. 220–222). Współczesną kontrtendencją dla utowarowienia czasu wolnego jest zjawisko dekonsumpcji. Nie oznacza ono wycofania podmiotu z rynku, polega raczej na dobrowolnym ograniczeniu niektórych zachowań zorientowanych na natychmiastową gratyfikację, nastawieniu na świadome dokonywanie wyborów, zmniejszenie ilości kupowanych dóbr, poszukiwanie sensu życia poza sferą konsumpcji itp. (Wilczak, 2016, s. 389).

Obecnie czas wolny postrzegany jest jako przestrzeń samorealizacji, urzeczywistniania wartości estetycznych, poznawczych, ludycznych, witalności i życia duchowego. Preferencje ujawniające się w czasie wolnym z jednej strony wpływają na procesy gospodarcze, z drugiej – są przez nie kształtowane. Preferencje te zmieniają się w czasie także pod wpływem kapitału społecznego – konsumpcji dóbr i usług (nie wyłączając tych kulturalnych i edukacyjnych), znajdują się w polu oddziaływań sieci i relacji społecznych (Gronow, 2020, s. 103). Związek czasu wolnego z kapitałem społecznym jest jednak dwustronny, aktywności czasu wolnego wydają się kluczowe dla jego powstawania i używania.

Według Roberta Putnama przy okazji rozwijania zainteresowań w najróżnorodniejszych stowarzyszeniach, grupach dyskusyjnych, klubach itp. powstaje, jako efekt uboczny współdziałania ludzi, kapitał społeczny, na który składają się: zobowiązania, zaufanie społeczne, normy wraz z sankcjami, dobrowolne zrzeszenia. Zaangażowanie oddolne, lokalne działania skierowane są na kilka celów – samodoskonalenie, autoekspresję, tworzenie grona przyjaciół i znajomych oraz poszerzanie wiedzy o świecie. Stopniowo hobbistyczne zainteresowania w coraz większym stopniu skierowane są na społeczność lokalną, a nawet na reformy społeczne i polityczne (Coleman, 1990, s. 306; Putnam, 2008, s. 251–251). W tej perspektywie aktywność w czasie wolnym stanowi podstawę integracji społecznej, zarówno na poziomie lokalnym – grupy *face to face*, jak i ponadlokalnym – kiedy grupy te funkcjonują w ponadlokalnych sieciach. Na obu poziomach mobilizują one członków zróżnicowanych pod względem klasowym i zawodowym, poszerzając dostępny obszar aktywnej partycypacji (Skockpol, 2002, s. 105). Wspólne spędzanie czasu wolnego przynosi także korzyści psychologiczne, zwiększa zadowolenie z życia w kontekście zaangażowania w interakcje społeczne, a także ze względu na poczucie uzyskiwanych osiągnięć, umiejscowienia i własnej wartości (Brown et al., 2015, s. 143). Tym samym stanowi zachętę do uczestnictwa w aktywności grup i sieci społecznych.

Otwarte pozostają pytania o wytwarzanie się kapitału społecznego w internecie. Podczas pandemii COVID-19 w wielu krajach zastosowano środki ograniczające kontakty społeczne, przy czym ważne obszary gospodarki, takie jak: produkcja przemysłowa, logistyka, budownictwo i branża remontowa nie zostały zamknięte. Restrykcje dotknęły natomiast sektorów czasu wolnego: hotelarstwa, instytucji kulturalnych, handlu detalicznego (poza branżą spożywczą) oraz gastronomii (Laufenberg i Schultz, 2021, s. 78). Jak można było się spodziewać, działania rządów nie pozostały bez wpływu na czas wolny, na przykład wprowadzona na masową skalę telepraca zdestabilizowała dualizm miejsca pracy i miejsca zamieszkania, a także czasu pracy i czasu wolnego. Proces ten toczył się już wcześniej, ale w okresie pandemii zyskał nową

dynamikę (Kivotidis, 2023, s. 22). Granice między czasem wolnym a pracą zacierają się jeszcze bardziej w sytuacji korzystania z mediów społecznościowych, które dokonują utowarowienia wartości i twórczości samych użytkowników. Trebor Scholz proponuje termin *playbour* do opisania rekreacji online (przeglądanie i tworzenie treści przeznaczonych do konsumowania przez innych i różnorodne formy cyfrowej zabawy), która uczestnikom nie kojarzy się z pracą, ale może być też jako taka kwalifikowana (Faucher, 2018, s. 19; Scholz, 2013).

Inny rodzaj granic ujawnia podział pracy ze względu na płeć. W kapitalizmie czas pracy obejmuje czas pracy najemnej i czas pracy reprodukcyjnej. Kobiety dysponują zwykle mniejszą ilością czasu wolnego niż mężczyźni ze względu na zaangażowanie w pracę reprodukcyjną – opiekę nad dziećmi, prowadzenie gospodarstwa domowego (Fuchs, 2020, s. 129). Jednak wiąże się z tym pytanie o granice między obowiązkami a przyjemnościami. Czy zabawa, spacer, rozmowa, wspólne uprawianie sportu rodzica z dzieckiem to bardziej obowiązek, czy okazja do odpoczynku i przyjemność? Granice między sferą przymusu a wolności nie są w tym przypadku zarysowane w sposób jednoznaczny.

Spektakularnym przykładem aktywności podejmowanych w czasie wolnym jest turystyka. Rozwija się ona w następstwie zmian technologicznych służących przemieszczaniu się w przestrzeni (rozwój i umasowienie środków transportu). W ostatnich latach kluczowe zmiany wynikały z możliwości stwarzanych przez internet i funkcjonowania online. W okresie pandemii pogłębiło się uzależnianie czasu wolnego i turystyki od internetu.

Branża turystyczna i rekreacyjna podatna jest na wpływ czynników zewnętrznych, między innymi ekonomicznych (np. kryzysy w latach 1997, 2008), zdrowotnych (np. epidemia SARS w 2003 roku), zagrożeń naturalnych, takich jak trzęsienia ziemi czy niepokoje społeczne (Abbas et al., 2021, s. 2). Ograniczenia w przemieszczaniu się ludzi związane z pandemią COVID-19 zadały potężny cios turystyce, nie pozostały także bez wpływu na inne aktywności realizowane w czasie wolnym, niejednokrotnie prowadząc do modyfikacji preferencji (Drozdowski et. al., 2020).

Czas wolny jest wymiarem rzeczywistości społecznej, a zarazem jednostkowym doświadczeniem. Z jednej strony ulega komercjalizacji i związanym z nią reżimom, na przykład „bycie na czasie”, „bycie oryginalnym” (Mokras-Grabowska, 2017, s. 25), z drugiej – kształtowany jest przez indywidualne decyzje oparte na unikalnych, jednostkowych doświadczeniach (Mroczkowska, 2011, s. 7–8).

Indywidualizacja i subiektywizacja powodują, że granice wolności w czasie wolnym stają się coraz bardziej rozmyte i trudniej zauważalne. W obliczu nowych, nieznanych wcześniej uwarunkowań proponujemy poddanie analizie doświadczenia czasu wolnego. Mimo wszystko żadna inna sfera życia społecznego nie umożliwia „zakosztowania” jednostkowej wolności w takim stopniu jak czas wolny (Stebbins, 2017, s. 12). W badaniach nad tym zagadnieniem odnaleźć można rozmaite obszary problemowe odwołujące się między innymi do: turystyki, etniczności, jakości życia, płci, rekreacji, emerytury, bezrobocia, rozrywki, kultury popularnej i związanych z nią instytucji (takich jak: ogrody zoologiczne, muzea, centra nauki, festiwale sztuki, zabytki), także do konsumpcji, duchowości, edukacji dorosłych, sektora *non profit* i wolontariatu, młodzieży, przedsiębiorczości społecznej (Stebbins, 2017, s. 27) oraz wszelkiego rodzaju działań nielegalnych (niekiedy wymierzonych przeciwko zdrowiu i życiu), niemniej zaspokajających potrzeby uczestników (Rojek, 2010, s. 49).

Te i inne kwestie rodzą wiele pytań, na które należy dopiero szukać odpowiedzi, także w obszarze nauk społecznych. Przy tej okazji przedstawiamy kilka tekstów poruszających niektóre wymienione wcześniej problemy. Sześcioro autorów podjęło wysiłek zaprezentowania wybranych zagadnień. Dotyczą one między innymi nieostrości pojęć i praktyk związanych z czasem wolnym, jego projektowania, które coraz częściej przybiera charakter kompulsywny i nałogowy (np. uzależnienia od internetu), a także zindywidualizowanych i zrelatywizowanych sposobów przeżywania i działania znajdujących wyraz: w próbach zrównoważonej konsumpcji, w tęsknocie za turystyką festiwalową, w przejawianiu się gustu muzycznego w kontekście Konkursu Piosenki Eurowizji, w zjawisku „immersyjności" obecnym w bieganiu długodystansowym oraz w obecności wzorów kulinarnych w relacjach między czasem wolnym a konsumpcją i stylem życia.

Tekst Doroty Mroczkowskiej dotyczy kwestii związanych z czasem wolnym, które mają charakter otwarty i niejednoznaczny, co wkomponowuje się w płynny, nacechowany dążeniem do eksperymentowania, poszukiwania wrażeń i momentów szczęścia charakter ponowoczesności. Dylematy dotyczą zarówno płaszczyzny teoretycznej, związanej z definiowaniem czasu „wolności" i „obowiązku", jak i empirycznej – odnoszącej się do sposobu badania tego zjawiska przy zastosowaniu strategii triangulacyjnej (metod ilościowych i jakościowych). W swoim wywodzie autorka próbuje zidentyfikować codzienne i (nie)codzienne scenariusze doświadczania czasu wolnego, który w różnych przestrzeniach i momentach dnia staje się aktywnością negocjowaną przez codzienne wybory. W kontekście prowadzonych badań ponawia pytanie, w jakim stopniu życie codzienne zostało pozbawione starych znaczeń na rzecz nowych – czy spektakl zastąpił znaczenie, a kontekst sensacji zdominował wartość.

Problemy czasu wolnego, związane z nurtem antykonsumpcyjnym, zostały uwypuklone w artykule Katarzyny Uklańskiej. W swoich rozważaniach autorka odwołuje się do analizy literatury przedmiotu, badań zastanych, a także praktyk społecznych. Kultura płynnej nowoczesności nadal zawłaszcza pewien rodzaj „wszystkożerności", który zakłada niezbyt ścisłe definiowanie swoich gustów i przekonań. Jednak coraz częściej implementowane są w obszar *leisure time* i zyskują na popularności wartości antykonsumpcyjne oraz związane z konsumpcją zrównoważoną. Ten nowy trend zaznacza coraz silniej swoją obecność w dominujących wzorach kultury. Coraz bardziej istotne dla współczesnego stylu życia stają się zrównoważone i antykonsumpcyjne idee, które pokazują jednostkom i grupom, jak korzystać z czasu wolnego w nowy sposób, jak „konsumować antykonsumpcyjnie". W czasie wolnym należy rezygnować z hiperkonsumpcji i konsumować inaczej. Cenione stają się (zwłaszcza wśród ludzi młodych) praktyki zorientowane ekologicznie, zrównoważone i bardziej oszczędne.

Spędzanie czasu wolnego coraz częściej łączy się z użytkowaniem internetu, co może pociągać za sobą zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje. Tekst Agnieszki Zduniak poświęcony jest wybranym społeczno-psychologicznym aspektom siecioholizmu. Praktyki tego typu mogą przerodzić się w uzależnienie behawioralne i prowadzić do zaniedbywania różnych sfer życia oraz poważnych szkód zdrowotnych i społecznych. W takich przypadkach czas wolny nie jest czasem rzeczywiście wolnym, ponieważ sposób jego wykorzystywania tylko pozornie podlega wolnej woli. Autorka przedstawia symptomy, kryteria problematycznego korzystania z internetu przez młodzież, wybrane czynniki społeczno-kulturowe sprzyjające uzależnieniu oraz ich konsekwencje w układzie porównawczym (pokazując dane statystyczne z krajów rozwiniętych). W tym kontekście niezwykle ważne są wszelkie działania o charakterze

badawczym i praktycznym, zmierzające do podniesienia społecznej świadomości zagrożeń związanych z cyberprzestrzenią, które posiadają dzisiaj charakter globalny.

Magdalena Parus-Jankowska zwraca uwagę na społeczno-kulturowe konsekwencje obostrzeń pandemicznych, związane ze zmianami w sposobach słuchania muzyki, jednej z najczęstszych aktywności Polaków w czasie wolnym. Zamknięcie instytucji kultury, odwołanie koncertów plenerowych oraz festiwali łączyło się z utratą możliwości bezpośredniego uczestnictwa w imprezach, zarówno muzyków, jak i publiczności. Rekompensata obcowania z muzyką w postaci przeniesienia jej do internetu okazała się niewystarczająca. Z badań, na które powołuje się autorka, wynika, że jedną z największych tęsknot w czasie pandemii była chęć uczestnictwa w wydarzeniu muzycznym na żywo – koncercie lub festiwalu. Artykuł przedstawia festiwal jako przykład „wielozmysłowej kultury eventu”, rodzaju święta, w którym muzyka odgrywa ważne funkcje społeczne – integracyjne i wspólnotowe, tym samym wychodząc naprzeciw temu, czego Polakom w pandemii najbardziej brakowało.

Odmienne, zindywidualizowane podejście do problematyki czasu wolnego prezentuje artykuł Pawła Prüfera dotyczący biegania długodystansowego, ujmowanego w kontekście „pułapki” lub „dobrodziejstwa” immersyjności. Zastosowano metodę opisu dyskursów oraz treści zawartych w mottach poświęconych bieganiu, zamieszczonych na portalach polskich i włoskich. Uwzględniono teorię relacyjności oraz tezę o ulokowaniu jednostki w przestrzeni dwóch mechanizmów społecznych – determinizmu oraz indywidualnej sprawczości podmiotów. W kontekście przeprowadzonych analiz stwierdzono, że fenomen biegania jest w przypadku biegaczy zarówno wyzwalający, rekonstruujący ich biografie, jak i immersyjny – pochłaniający, „zniewalający”.

Autorka ostatniego tekstu zamieszczonego w tym numerze – Ewa Garstka-Szychta – w centrum zainteresowań umieszcza relacje między czasem wolnym a konsumpcją i stylem życia, posługując się przykładami wzorów kulinarnych związanych z polską kuchnią. W tekście odwołano się do literatury przedmiotu oraz do rezultatów badań własnych, przeprowadzonych wśród młodych polskich imigrantów w Dublinie. Praktyki kulinarne wskazują na zależność stylu życia od pochodzenia klasowego. Konsumpcjonizm charakterystyczny jest dla klasy średniej, która korzysta z elementów kultury popularnej oraz wysokiej, a jej styl życia wiąże się z „hybrydą kulturową”. Aktywność konsumpcyjna określa przynależność do tzw. grup lifestylowych, a wolny wybór w obszarze preferencji konsumpcyjnych kształtuje styl życia ich członków, przede wszystkim w czasie wolnym.

Teksty składające się na niniejszy numer pokazują wycinkowy obraz współczesnych dylematów, dotyczących czasu wolnego i jego przeobrażeń. Mimo to tworzą interesującą mozaikę przybliżającą kondycję egzystowania w społeczeństwie osiągnięć, w którym wolność i zniewolenie wzajemnie się dookreślają.

BIBLIOGRAFIA

Abbasa, J. Mubeenb, R., Terhemba Ioremberc, P., Razad, S., Mamirkulovab, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2 (100033). DOI: 10.1016/j.crbeha.2021.100033.

Bauman, Z. (2004). *Życie na przemiał*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
Brown, J.L., MacDonald, R., Mitchell, R. (2015). Are People Who Participate in Cultural Activities More Satisfied with Life? *Social Indicators Research*, 1, 135–146.
Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
Drozdowski, R., Frąckowiak, M., Krajewski, M., Kubacka, M., Luczys, P., Modrzyk, A., Rogowski Ł., Rura, P., Stamm, A. (2020). *Życie codzienne w czasach pandemii. Raport z drugiego etapu badań*. Poznań: Wydział Socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
Faucher, K.X. (2018). *Social Capital Online: Alienation and Accumulation*, vol. 7. University of Westminster Press. Pobrano z: http://www.jstor.org/stable/j.ctv5vddrd [3.06.2023].
Freeman, S. (2020). Democracy, Religion & Public Reason. *Daedalus*, 3, 37–58.
Fuchs, C. (2020). *Capitalism and Communication. A Critical Theory*. London: University of Westminster Press.
Gronow, J. (2020). *Deciphering Markets and Money. A Sociological Analysis of Economic Institutions*. Helsinki: Helsinki University Press.
Han, B.Ch. (2022). *Społeczeństwo zmęczenia i inne eseje*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
Kivotidis, D. (2023). Public interest or social need? Reflections on the pandemic, technology and the law. W: Carl F. Stychin (ed.), *Law, Humanities and the COVID Crisis* (s. 13–35). London: University of London Press, Institute of Advanced Legal Studies.
Laufenberg, M., Schultz, S. (2021). The Pandemic State of Care. *Source: Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 4, 72–99.
Lipski, A. (2008). Czas wolny w czasie życia. Przyczynek do analizy społeczeństwa nowoczesnego. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 4, 203–223.
Mokras-Grabowska, J. (2015). Czas wolny w dobie postmodernizmu. *Folia Turistica*, 34, 11–28.
Mroczkowska, D. (2011). Czas wolny. Refleksje, dylematy, perspektywy. W: D. Mroczkowska (red.), *Czas wolny. Refleksje, dylematy, perspektywy* (s. 7–17). Warszawa: Difin.
Putnam, R. (2008). *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
Scholz, T. (2013). *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. New York: Routledge.
Shir-Wise, M. (2019). *Time, Freedom and the Self: The Cultural Construction of "Free" Time (Leisure Studies in a Global Era)*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
Skocpol, T. (2002). United States: From membership to Advocacy. W: R.D. Putnam (ed.), *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society* (s. 103–136). Oxford: Oxford University Press.
Stebbins, R.A. (2017). Self-directed learning as a basis for complex leisure. *Loisir et Société/ Society and Leisure*, 40(3), 377–387. Pobrano z: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07053436.2017.1378505?journalCode=rles20 [3.06.2023].
Wilczak, A. (2016). Dekonsumpcja jako przejaw odpowiedzialnej postawy i styl życia konsumenta w świetle analizy jakościowej. *Handel Wewnętrzny*, 3, 388–402.

© 2023 Autorki. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

STUDIA HUMANISTYCZNE AGH Tom 22/1 • 2023

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.13

Dorota Irena Mroczkowska*

ORCID: 0000-0003-4410-0276
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

CZAS WOLNY – O CODZIENNYCH I NIECODZIENNYCH SCENARIUSZACH DOŚWIADCZANIA

Przedstawianie czasu wolnego jako czasu poza pracą nie oddaje w pełni współczesnej rzeczywistości, gdzie czas pracy i czas wolny na skutek m.in. elastycznego czasu pracy czy obecności technologii mobilnych ulegają zacieraniu. Dodatkowo coraz częściej mamy do czynienia z sytuacjami, kiedy jednostki wykonują równocześnie dwie i więcej aktywności (ang. *multitasking*) czy z tymi wskazującymi na wielowymiarowość praktykowania czasu wolnego (ang. *multi-dimensional nature of leisure*). Tym samym w badaniu czasu wolnego niemożliwe są do utrzymania tradycyjne metodologie ilościowe oparte na dychotomii praca – czas wolny. Tekst prezentuje doświadczeniową perspektywę podejścia do problematyki czasu wolnego opartą na metodologii interpretatywnej i triangulacji metod badawczych. Efektem takiego podejścia jest perspektywa myślenia o czasie wolnym, która zrywa z tradycyjną dychotomią praca – czas wolny na rzecz subiektywnego doświadczania, którego wynikiem jest różnorodność form, stylów i sposobów spędzania czasu wolnego w zmiennym kontekście społecznym.

Słowa kluczowe: czas wolny, codzienność, perspektywa doświadczeniowa, subiektywne doświadczanie, wieloaspektowość doświadczania

WSTĘP

W coraz większej liczbie sytuacji trudności wzbudza przyjmowanie tradycyjnych ujęć traktujących „czas wolny jako czas po pracy czy poza pracą, który pozostaje do dyspozycji człowieka i może być przez niego wykorzystany na odpoczynek, rozrywkę, rozwój własnej osobowości, doskonalenie kwalifikacji zawodowych oraz działalność społeczną" (Pavelka, 2000, s. 20). Dyspozycyjność, elastyczny czas pracy, obecność technologii mobilnych powodują, że coraz trudniej zorganizować i ustalić sobie godziny wolne. Coraz częściej też obcujemy z sytuacjami, kiedy jednostki wykonują równocześnie dwie i więcej aktywności (ang. *multitasking*), łącząc pracę z czasem wolnym czy rozrywką, na przykład: słuchanie radia podczas jazdy samochodem, gotowanie obiadu, oglądanie seriali i odbieranie maili czy

* Zakład Socjologii Jednostki i Relacji Społecznych, Wydział Socjologii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, ul. Szamarzewskiego 89, budynek C, 60-568 Poznań; e-mail: drmrocz@amu.edu.pl

SMS-ów. Wielowymiarowość praktykowania czasu wolnego (ang. *multi-dimensional nature of leisure*) (Kelly, 1987; Tinsley i Tinsley, 1986) pokazuje także, że wypoczynek dostarcza różnorodnych doświadczeń i emocji zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, w tym też może być stresujący. W takiej perspektywie czas wolny to nie tylko radość, wolność, ale też, jak pisze Anu Valtonen (2004, s. 10), codzienne stresujące liczne realne i symboliczne bitwy o czas dla siebie (ang. *battle of leisure*). Czas wolny bywa opresyjny, uciążliwy i podstępny (Kelly i Godbey, 1999, s. 204), stanowi źródło ucieczek, działań kompensacyjnych i braku autentyczności (Cohen i Tylor, 1992; Rojek, 1995, s. 98–99), a także daje ujście licznym patologiom (Rojek, 2006; Shaw, 2006). Przy czym relacja między tym, co doświadczane jako prawdziwe i fałszywe, autentyczne i nieautentyczne, wolne czy zniewolone dotyczy przede wszystkim przebiegu i doświadczenia działania, a mniej jego formy.

Subiektywność doświadczeniowa, a tym samym różnorodność form, stylów i sposobów doświadczania oraz uwikłanie w zmienny kontekst społeczny powoduje, że trudno czas wolny zamknąć w jednej, zasadniczej definicji czy objąć w formułę określającą wszystkie jego właściwości.

W kolejnych częściach tekstu prezentuję doświadczeniową perspektywę podejścia do problematyki czasu wolnego opartą na metodologii interpretatywnej i triangulacji metod badawczych, co pokazuje, że coraz trudniej analizować czas wolny przez określone miejsca przeznaczane na jego spędzanie czy daną czynność wykonywaną w jego ramach, a staje się on bardziej aktywnością doświadczaną i negocjowaną w ramach codziennych czynności i działań. Perspektywa doświadczeniowa wkomponowana w relacje między codziennością a niecodziennością pozwala też myśleć o czasie wolnym w całej jego rozciągłości – wskazuje na przejściowy charakter doświadczeń w czasie wolnym, podkreśla zarówno epizodyczność, jak i ciągłość doświadczania jego praktyk.

DOŚWIADCZANIE CODZIENNOŚCI CZASU WOLNEGO JAKO PERSPEKTYWA ANALIZY

Czas wolny stanowi jedno z takich doświadczeń na mapie jednostkowego i społecznego świata, które próbujemy uchwycić, a które wciąż wymyka się naszym jednoznacznym ustaleniom. Jak podkreślają badacze o podejściu egzystencjalnym (por. Csikszentmihalyi, 2005; Hemingway, 1995; Kelly, 1996, 2003; Mannel, 1999; Roberts, 1999; Shaw, 1985), czas wolny jest tym aspektem codziennych aktywności, który o wiele łatwiej jest doświadczać, przeżywać, niż definiować. Dla Mary Parr i Bretta Lausha (2004) słowo *leisure* sugeruje różnorodność myśli, znaczeń, obrazów i koncepcji począwszy od czasu wolnego od pracy i innych obowiązków do działań i aktywności, które zwiększają jednostkową samoświadomość i wybór, a przy tym wnoszą szereg doświadczeń i emocji. Podobnie tacy badacze, jak: John Kelly (1996), Michael Watkins (2000), Shaun Best (2010) czy Kenneth Roberts (1999) podkreślają istotę jednostkowego doświadczania i wskazują, że można spojrzeć na czas wolny jako na rodzaj subiektywnego doświadczenia jednostek, co sprawia, że dana czynność mniej zależy od miejsca i czasu. Stąd trudno tu o jakąkolwiek regułę, o pewien zbiór właściwych tylko dla czasu wolnego i jednoznacznie przypisanych mu atrybutów. Trudno też z takiej perspektywy

o skonstruowanie jednoznacznej i wyczerpującej listy aktywności, które konstytuują czas wolny, gdyż to, co dla jednej osoby będzie przyjemnością, dla innej może być odczuwane jako przymus czy obowiązek. Nawet tak wymowne i charakterystyczne dla tej sfery życia aktywności, jak: zabawa, gra, uprawianie ogródka, oglądanie TV, spotkania towarzyskie i rodzinne czy wspólne spacery, budzą wątpliwości, jeśli nie wnikniemy w subiektywność doświadczeniową, wskazane czynności mogą być bowiem dla jednostki tak aktywnościami dobrowolnymi utożsamianymi z czasem wolnym i odpoczynkiem, jak i obowiązkiem podlegającym logice pracy i przymusu. Sytuacja ulega dodatkowo skomplikowaniu, gdy pójdziemy krok dalej i postawimy sobie, uzasadniony skądinąd z socjologicznego punktu widzenia, warunek, że czasu wolnego nie możemy rozpatrywać tylko w kategoriach jednostkowych spostrzeżeń, subiektywnego doświadczania, lecz wskazywać na jego związek i relacje z kontekstem społecznym (por. Clarke i Critcher, 1985; Hamilton-Smith, 1991; Henderson, 1994; Kelly, 1996, 1999; Rojek, 1995).

W rozwoju myśli nad czasem wolnym zasadniczo od lat 80. XX wieku badacze zaczęli wskazywać na użyteczność perspektyw skupiających się wokół jednostkowych znaczeń i doświadczeń wypoczynku w różnych kontekstach sytuacyjnych (por. Henderson, 1991; Howe, 1991; Hultsman i Anderson, 1991; Pedlar, 1995). Kelly (1994) podkreślał potrzebę uwzględnienia krytycznego konstrukcjonizmu społecznego, a Hemingway (1990, 1995) opowiedział się za bardziej hermeneutyczną interpretacją głębi w badaniach nad rozrywką i czasem wolnym. Coraz więcej badaczy zaczęło czerpać inspiracje z koncepcji podkreślających stan umysłu (ang. *state of mind*), stan egzystencji (ang. *state of being*) czy aktywności (ang. *state of activity*) (Godbey, 2008, s. 8–10). Perspektywy te zaczęto z czasem określać mianem doświadczeniowych (ang. *leisure experience*), a ich aplikacja miała miejsce w różnych obszarach badań nad czasem wolnym: w turystyce (Mannel i Iso-Ahola, 1987), rekreacji (Driver i Brown, 1978), zachowaniach konsumenckich (Bloch i Bruce, 1984) w obszarze terapeutycznej rekreacji (Dattilo i Kleiber, 1993), edukacji do czasu wolnego (Dattilo i Murphy, 1991) doświadczeń kobiet (Henderson et al., 1989) czy w ramach codziennych doświadczeń (de Certeau, 2008, 2011; Kelly, 1996). Jak wskazuje Kelly (1996, s. 20–25), czas wolny jest działaniem, które po pierwsze, jest definiowane poprzez nastawienia i uczucia z nim powiązane; po drugie, może przyjąć formy, które są nieskończenie różnorodne, mimo to umożliwiają identyfikację; po trzecie, jest doświadczeniem procesualnym, realizowanym działaniem, nie tylko stanem umysłu czy nastrojem. Przy czym wolność nie jest brakiem granic czy ograniczeń, ale wiąże się z samostanowieniem.

METODOLOGIA BADAŃ I BADANI

Doświadczeniowe perspektywy rozumienia czasu wolnego wymagają refleksyjnej metodologii. Najogólniej rzecz ujmując, refleksyjność jest częścią procesu badawczego opartego na świadomości badacza na temat jego pozycji i sposobów zaangażowania się w świat społeczny, które mogą wpływać na procedury badawcze i ich wyniki. Taki sposób rozumienia odnosi się do przełomu lat 80. XX wieku w antropologii, do apelu Alvina W. Gouldnera o socjologię refleksyjną (Gouldner, 1971) czy do podejścia wypracowanego przez Pierre'a Bourdieu i Loic

Wacquanta (1992), a rozwiniętego dalej w badaniach feministycznych i postkolonialnych (por. Ahmed, 2000; Bhabha, 1994; Haraway, 1988).

Metodologia refleksyjna ma zatem dotyczyć całości procesu badawczego – tak badacza, badanego, przedmiotu badań, jak i procesu badawczego. Po pierwsze, metodologia refleksyjna wymaga świadomego i celowego zaangażowania „ja" badacza, co wiąże się z systematyczną i celową samoobserwacją podczas realizacji badań (Daly, 2007). Po drugie, idzie też krok dalej, jeśli chodzi o włączanie emocji i uczuć w proces badawczy. Oznacza to również wplatanie emocji i osobistych doświadczeń w praktyki publikacyjne (Kleinman i Copp, 1993; Krieger, 1991). Po trzecie, refleksyjna metodologia uznaje aktywną rolę uczestników procesu badawczego, stąd wymaga interpretatywistycznych czy konstruktywistycznych paradygmatów oraz takich interaktywnych metod i narzędzi, jak choćby wywiady swobodne czy badania partycypacyjne (Holstein i Gubrium, 1995). Patti Lather (1986, s. 268) określiła wskazany typ relacji mianem dialogicznych projektów badawczych, w których rola badacza polega też na zapewnianiu środowiska opartego na krytycznej współpracy. Po czwarte, wartością podejścia staje się maksymalizacja rozumienia problematyki dzięki wykorzystaniu różnorodnych narzędzi badawczych. Metodologia refleksyjna odnosi się zatem przede wszystkim do triangulacji teorii i metod (Denzin, 2009, s. 295–315; Konecki, 2000, s. 85–98). Triangulacja teorii oznacza najogólniej sięganie po wiele koncepcji teoretycznych, mających tłumaczyć zjawiska społeczne. Triangulacja metod z kolei oznacza łączenie wielu metod badawczych pozwalających na analizę zróżnicowanych aspektów danego zjawiska, co umożliwia pozyskiwanie wzajemnie uzupełniających się fragmentów wiedzy, a nie na testowanie uzyskanych wyników, potwierdzanie ich prawdziwości i zwiększanie wiarygodności.

Autorka artykułu opiera się na podejściu etnograficznym i interpretacyjnym w socjologii (Angrosino, 2010; Kostera i Krzyworzeka, 2012), konstruktywistycznej wersji teorii ugruntowanej (Charmaz, 2009) związanej z techniką wywiadów pogłębionych z elementami narracji (Denzin, 2009; Konecki, 2000; Kvale, 2010; Rokuszewska-Pawełek, 2002) oraz wywiadów częściowo ustrukturalizowanych (Gudkova, 2014; Kvale, 2010). Szeroko rozumiane założenia metodologii refleksyjnej dają szansę wniknięcia w subiektywną rzeczywistość uczestników badania, zapoznania się ze sposobem, w jaki interpretują oni samych siebie i podejmowane przez siebie działania, a także określenie tego, jak sytuują się wobec otaczającego ich świata lub w jego obrębie, na przykład w relacjach z innymi ludźmi czy instytucjami, oraz tego, jak nadają sens swojej biograficznej narracji. Natomiast zgodnie z podejściem konstrukcjonistycznym, celem badań jest analiza procesów, za sprawą których narracje odnoszące się do tych doświadczeń opisują *rzeczywistość*, aniżeli sankcjonowanie prawdziwości lub fałszywości analizowanych tekstów (Silverman, 2008). Uzyskany materiał badawczy był analizowany według zasad konstruktywistycznej wersji metodologii teorii ugruntowanej Kathy Charmaz (2009), w myśl której „[…] metody teorii ugruntowanej stanowią zestaw luźnych wskazówek analitycznych, które pozwalają badaczom na zgromadzenie danych i zbudowanie indukcyjnych teorii średniego zasięgu poprzez kolejne poziomy analizy danych i rozwoju pojęć". Kryteria jakości wiedzy w podejściu konstruktywistycznym obejmują wiarygodność i autentyczność (Guba i Lincoln, 2009, s. 299). W tym sensie należy „opisać badany świat społeczny na tyle żywo, aby tak czytelnik, jak i badacze, mogli prawie dosłownie widzieć i słyszeć zamieszkujących go ludzi – lecz zawsze w powiązaniu z teorią" (Glaser i Strauss, 2009, s. 179).

W artykule wykorzystuję materiały z projektu badawczego pt.: *Percepcja, adaptacja, opór. Strategie myślenia i działania społeczeństwa polskiego w projektowaniu i realizowaniu czasu wolnego* realizowanego w latach 2010–2013 dzięki grantowi ministerialnemu (N116 27464). Projekt obejmował badania ilościowe (wywiady kwestionariuszowe przeprowadzone na próbie $N = 600$) oraz jakościowe (dzienniczki czasoprzestrzenne oraz wywiady pogłębione) na próbie $N = 40$ z wybranymi celowo respondentami uczestniczącymi w etapie pierwszym. Badania były przeprowadzone w dwóch społecznościach: wielkomiejskiej (typ metropolitarny) – Poznań – i małomiasteczkowej (typ podmiejski) – Oborniki Wielkopolskie – miasto powiatowe położone w niewielkim oddaleniu od metropolii, wśród dwóch zróżnicowanych wiekowo grup respondentów (30–40 lat oraz 55–65 lat) pracujących na etat oraz prowadzących własną działalność[1].

W artykule odnoszę się do materiału z:

1) Dzienniczków czasoprzestrzennych, które służyły rejestracji codziennych aktywności, ich czasu i miejsca, interakcji podejmowanych w ich ramach oraz samoobserwacji odczuć towarzyszących tym aktywnościom. Dane z dzienniczka pozwoliły uzyskać informacje na temat ilości i jakości czasu poświęcanego na aktywności z domeny pracy zawodowej i życia prywatnego (z domeny rutyn i aktywności niecodziennych), ich oddzielania oraz nakładania się na siebie i przenikania. Badani wypełniali dzienniczek przez siedem dni (od poniedziałku do niedzieli) i codziennie o stałej porze przesyłali efekty swojej pracy badaczkom.
2) Wywiadów pogłębionych, których celem, po pierwsze, była rekonstrukcja percepcji i rozumienia czasu wolnego, po drugie, rekonstrukcja funkcji przypisywanych czasowi wolnemu, oraz po trzecie, odtworzenie kompleksowości i dynamiki doświadczania wybranych form i aktywności czasu wolnego w ich codziennych i niecodziennych formach praktykowania. Podczas wywiadu badani mieli również okazję podzielić się refleksjami i odczuciami związanymi z całotygodniową pracą z dzienniczkiem czasoprzestrzennym. Wywiady trwały średnio dwie godziny, były realizowane w mieszkaniach respondentów. Zostały zarejestrowane w postaci plików audio oraz przetranskrybowane. Materiał został poddany analizie jakościowej za pomocą przygotowanego klucza kodowego (w programie MAXQDA).

Nawiązując jeszcze do samej metodologii badań, pragnę wskazać na dwie kwestie: po pierwsze, trudno było uciec w badaniach od tak istotnych z punktu widzenia problematyki czasu wolnego zmiennych, jak: płeć, stan cywilny, liczba posiadanych dzieci oraz dochody, mimo że nie stanowią w części jakościowej głównej osi analiz, to brane są w niektórych

[1] Wybór dwóch zróżnicowanych wiekowo grup respondentów wynikał z chęci przyglądnięcia się temu, na ile wiek, a co za tym idzie, pewien bagaż doświadczeń indywidualnych i społecznych, przyzwyczajeń, nawyków, projektów życiowych ma wpływ na percypowanie czasu wolnego oraz projektowanie aktywności realizowanych w jego ramach. Natomiast wybór rytmu czy też trybu pracy (właściciele samodzielnie dysponujący czasem pracy i wyznaczający jej ramy oraz zatrudnieni w ściśle określonych godzinach wyznaczanych przez pracodawcę) jako zmiennej różnicującej wynikał z założenia, że możliwość *vs* jej brak w dysponowaniu czasem pracy (zasadniczo większa elastyczność w tym zakresie), korespondują ze specyfiką organizowania czasu wolnego poza pracą.

szczególnych sytuacjach pod uwagę; po drugie, zdaję sobie sprawę tak z ograniczeń, jak i z możliwości, które wnosi metodologia refleksyjna mająca u swych podstaw teoretycznych oraz metodologicznych tak „zjawisko", jak i „proces". Zjawisko (tu: czas wolny) rozumiemy jako złożony fenomen o zróżnicowanych aspektach i przejawach, a „proces" jako ewoluowanie zjawiska przebiegające w określonych ramach, z udziałem zróżnicowanych podmiotów, według trajektorii, które mogą być częściowo zbieżne, a częściowo odmienne. Zdaję sobie sprawę, że badania przeprowadzone były dekadę temu, stąd materiał badawczy traktuję jako egzemplifikację teoretycznych tez odnośnie do potrzeby nowych perspektyw w badaniu czasu wolnego.

CODZIENNE I NIECODZIENNE SCENARIUSZE DOŚWIADCZANIA CZASU WOLNEGO

Codzienność czasu wolnego charakteryzuje się bezrefleksyjnością i rutynowością, a tym samym zrozumiałością, intersubiektywnością i przekładalnością perspektyw (por. Schütz 1984, s. 147–150). Niecodzienność z kolei to dla respondentów te praktyki, które są zauważalne i opisywalne, wyłamują się bowiem z rutyny, są nieuporządkowane, mają charakter problemowy i stawiający opór. Niecodzienność, w przeciwieństwie do codzienności, jest obmyślana, dzięki temu ma moc wyznaczania granic. Należy tym samym wskazać, że ich wzajemna dynamika i swoistość nie mają charakteru treściowego, a przynajmniej treść ta nie gra tutaj głównej roli, natomiast zasadnicza różnica tkwi w formie. Codzienność i niecodzienność czasu wolnego to tym samym dwa różne sposoby jego doświadczania w życiu codziennym. Różnica pomiędzy codziennością a niecodziennością nie ma charakteru empirycznego, a raczej ontologiczno-epistemologiczny i dotyczy jednostki bądź grupy, która w pewien sposób odnosi się do swego otoczenia. Mamy więc do czynienia z jednością nie tyle samej treści codzienności lub niecodzienności, ile raczej ich form, a więc sposobów doświadczania, interpretowania i realizowania praktyk czasu wolnego w kontekście obu jej sfer. Tym samym doświadczanie czasu wolnego ma charakter hybrydowy, a jego dynamikę wyznacza ciągłe oscylowanie pomiędzy sferami uporządkowanymi a tymi wymagającymi pracy porządkującej. Wskazane odmienne formy ontologicznego doświadczania, określane codziennością i niecodziennością, stanowią o treściach praktyk codziennego doświadczania i pomimo swych ontologicznych i epistemologicznych odrębności są ze sobą nieodłącznie powiązane (por. Mroczkowska et al., 2009, s. 98–99).

CODZIENNOŚĆ I TYPOWOŚĆ CZASU WOLNEGO

Można powiedzieć, że pomimo niekwestionowanego bogactwa i zróżnicowania sposobów tematyzowania czasu wolnego (percypowania, rozumienia i doświadczania) trudno oprzeć się wrażeniu, że specyfikę jego uobecniania znamionuje rutynowość i schematyzm. Większość respondentów zaabsorbowana jest sprawami bieżącymi zogniskowanymi wokół zaspokajania codziennych i nierzadko podstawowych potrzeb. Obowiązki i liczne zobowiązania wokół i na rzecz rodziny ogniskują większość codziennych działań i strategii, ograniczając lub

uniemożliwiając wręcz, zdaniem badanych, możliwość realizowania działań transgresyjnych. Taka postawa wyznacza perspektywę oglądu rzeczywistości i wskazuje na co dzień na dominację zachowań stabilizujących i dostosowawczych.

Normalność i powtarzalność. Codzienność zwykle rozumiana jest jako to, o czym nie warto opowiadać właśnie z powodu jej oczywistości. W tym rozumieniu codzienność jest elementem negatywnie wartościowanym, postrzeganym bowiem w kontekście tego, co powtarzalne, rutynowe, a więc tym samym powszechnie znane, nudne itp. Codzienność to też przeciętność, oczywistość i banalność. Najczęściej codzienność to „siedzenie w domu", zajmowanie się czynnościami domowymi, oglądanie telewizji – innymi słowy, czas nieciekawy, ale też nierzadko tracony z powodu nudy. To tym samym krytykowany czas bezmyślnego „pstrykania" po kanałach, czas nicnierobienia, „czas przepuszczany przez palce", który mimo wszystko okazuje się istotny z punktu widzenia podtrzymywania i ciągłości rutyny. Ów negatywny obraz codzienności, mimo że obecny w wypowiedziach badanych, zdaje się „niegroźny" wobec wielu pozytywów wygłaszanych przy jej opisie. Codzienność czasu wolnego jawi się badanym zasadniczo jako „przyjazna i swojska". Codzienne aktywności odbywają się w atmosferze spokoju, powtarzalności i rutyny, wiązane są z reprodukowaniem porządku niźli innowacyjnością. Dla większości badanych celem jest zapewnienie spokoju sobie i najbliższym, odnalezienie przewidywalności i swego miejsca w dobrze znanej przestrzeni, opartej na wyuczonych i sprawdzonych skryptach zachowaniowych, które mają jawić się jako stabilne, uporządkowane i przede wszystkim normalne.

> Na co dzień oglądanie wiadomości, TV, spotkania z rodziną, zakupy, jedzenie, poza tym już niewiele zostaje do spania. W weekendy grubsze zakupy, ale nie zaliczam tych czynności do czasu wolnego, uporządkowanie mieszkania, spacery, działka i koleżanka. W niedzielę rodzina, wnuki, TV, spacer. I tak z dnia na dzień, podobnie, jakoś spokojnie i normalnie leci [W20 K/58/ PZ/E][2].

> R: Ja lubię, kiedy jest normalnie, mnie nic więcej nie potrzeba.
> A: A co znaczy dla P. to normalnie?
> R: Dla mnie… to znaczy, kiedy nic wielkiego się nie dzieje, nie muszę nic ekstra robić, albo w ogóle nie muszę nic robić, nikomu żadne pomysły dzikie nie wpadną do głowy, bez żadnych większych emocji. Przychodzę z pracy, coś zjem, ogarnę dom i mogę sobie jedną z moich książek ze spokojem skończyć, bo ja zwykle czytam kilka książek naraz [W11 M/35/PZ/S].

> Zwykle wracam o godzinie 17.00 do domu i staram się, aby to był czas wolny, tak do 1.30. Staram się funkcjonować po swojemu. Weekendy raczej wolne, lubię wstać ok. 10.00, TV pooglądam, prace domowe, ok. 17.00 wyjście na miasto, piwko, znajomi. W weekendy bardziej przyjemności niż obowiązek. Codziennie skupiam się na TV, na internecie i na meczach [W23 M/32/PZ/S].

Według opinii interlokutorów uwidacznia się potrzeba swoistej autocenzury, ucodziennienia i uspokojenia czy ucieczki od nadmiaru ofert i możliwości, które jawią się jako

[2] Stosowane kody, np. W20 – numer wywiadu, K – kobieta, M – mężczyzna, 58 – wiek, PZ lub OB – miejsce zamieszkania – Poznań i Oborniki Wlkp., E – praca na etacie, S – samozatrudnienie.

opresyjne. Można powiedzieć, że doznania jednostek wtopione są w mikroświaty przeciętności, stanowią swoiste zabezpieczenia przed systemem, a ów „najzwyklejszy spokój" ma stanowić antidotum na presję samozaprojektowywania każdej wolnej chwili. Codzienne czynności i działania badanych mają swój przewidywalny porządek oraz przyczynowo-skutkową logikę, wyznaczają też sposób trwania i zaspokajania jednostkowych potrzeb czy pragnień zasadniczo tych związanych z doświadczaniem przyjemności oraz specyfiką i rytmem odpoczynku (por. Berger i Luckman, 1983, s. 53; Schütz, 1984, s. 152–158). Cechą charakterystyczną jest powtarzalność stabilizująca rutynę, podtrzymująca cykliczność i przewidywalność codzienności, a tym samym zapewniająca warunki ich ponawiania się. Podkreślane tu znaczenie przyzwyczajeń rozumianych za Kauffmanem (2004, s. 151) jako zbiór wcielonych schematów regulujących działanie zawartych w naszej praktycznej i tylko czasami poddawanej dyskursywizacji wiedzy. Autor (Kaufmann, 2013, s. 41) wskazuje też, że atutem niezmiennej wagi przyzwyczajeń jest regularność, jednostka bowiem zawsze do niej wraca, na co wskazują poniższe wypowiedzi badanych:

> Hiszpanie mieli chyba takie sformowanie, że lepszy stary diabeł niż nowy anioł, że nawet jeżeli coś mi nie służy, ale jest po staremu, to ja o to bardziej dbam i wolę niż coś, co może być bardzo dobre dla mnie, ale jest nowe. Ten lęk przed zmianą i te różne rzeczy. Więc to mi się wydaje, że naprawdę ja preferuję stare sposoby, bo one jakoś płyną w mojej krwi i jak te nowe wprowadzę tak jak nie wiem – bieganie, łyżwy i tak dalej, to potrzebowałem trochę czasu, żeby to wprowadzić, żeby wiedzieć, żeby pozwolić, żeby to płynęło w mojej krwi. Ja wiem, że wstaję o godzinie 6.00 rano, żeby pobiegać, żeby na 10.00 zdążyć do pracy i że to jest ułożone w pewien jakiś sposób [W11 M/35/PZ/S].

> Odpoczywam w stylu, do którego się przyzwyczaiłem i automatycznie mam te ścieżki w głowie tak zrobione, że fru ja automatycznie czuję, jak tylko pomyślę, to już zaczynam się relaksować. Jak ja pomyślę, że we wtorek nie będę jeździł na łyżwach, w środę też nie będę, ale w czwartek rano to zrobię i po południu może, to ja już wiem, że mi tak już się w głowie ułoży, że jest we mnie większy luz [W23 M/34/PZ/S].

> Co środę chodzimy na piwo, co czwartek na bilard, a w niedzielę gramy w piłkę nożną. I właściwie cały czas jesteśmy w kręgu tych samych znajomych i to lubię, tę stałość i to, że mogę te same twarze oglądać i że to samo nam się podoba [W26 M35/PZ/S].

Powtarzanie aktywności nie tylko programuje działania, lecz także antycypuje określony stan poznawczy i emocjonalny, który wnosi pozytywne i przyjemne doznania oraz wskazywane już poczucie przewidywalności i spójności – zawsze tak samo, zawsze ci sami znajomi. Tak realizowane aktywności czasu wolnego podtrzymują cykliczność i przewidywalność codzienności, gdyż zapewniają warunki ich ponawiania się. W tym kontekście codzienność to uczestnictwo w trwaniu generowanym przez makroporządek. Jest to więc również nawiązanie do ahistorycznego charakteru codzienności – jest ona realizowana w czasie, ale raczej na zasadzie jego trwania niż konkretnego momentu, trudno bowiem go dokładnie scharakteryzować i umiejscowić w szerszym kontekście.

Dobrym przykładem jest wypoczynek domowy, który wiąże się przede wszystkim z wkroczeniem w sferę odmiennych praktyk i rytmów maksymalizujących bycie po swojemu

i na własnych zasadach, na wypełnianiu przestrzeni swoim „ja chcę czy lubię", co niekoniecznie musi wiązać się z brakiem jakichkolwiek obowiązków i działań. Badani w tym kontekście wskazują na wolność od tego, co na zewnątrz, od starań o robienie wrażenia, od ryzyka związanego ze społecznym odbiorem czy od zobowiązań i rytuałów podtrzymujących określony porządek makrostrukturalny. Czas wolny ma być odmienny od czasu pracy czy czynności obowiązkowych, gdyż wnosi inny typ doświadczeń oparty na bezpiecznym wyborze, powtarzalny, niezaskakujący, niestawiający wyzwań i nowych pytań. Aktywności realizowane w jego ramach wymagają dbania, stwarzania odpowiednich warunków dla ich ciągłości, dziania i codziennego pojawiania się. Przekroczenie progu mieszkania stanowi swoisty rytuał przejścia od tego, co na zewnątrz (wolność od…), do tego, co w mieszkaniu (wolność do…):

> […] jak zrzucę mój garnitur, mój uniform jak go nazywam to zaczynam zasadniczo odpoczynek [W11 M35/PZ/S].

> […] zamykam drzwi, zostawiam szpilki na progu i zaczynam nowy etap dnia, na własnych zasadach [W1 K32/PZ/E].

> […] w domu wrzucam moje ukochane dresy, kapcie i wtedy czuję, że odpoczywam, jeszcze kawa, TV, gazetka, muzyczka w tle i jest tak jak chcę [W15 K55/ OB/S].

Wolność do… to z kolei działania na własnych zasadach w przewidywalnej, ucieleśnionej i bezpiecznej przestrzeni. To tym samym powrót do tego, co oparte na rytuałach i przyzwyczajeniach realizowanych w znanej przestrzeni, co pozwala niemalże automatycznie uruchomić ich ucieleśnienia. Atutem niezmiennej wagi przyzwyczajeń jest regularność, jednostka bowiem zawsze do niej wraca.

> Ważna jest dla mnie powtarzalność i ta moja atmosfera, wracam do domu i jest tu jak zawsze, nic mnie nie zaskoczy, no chyba, że coś nagłego, ale odpukać […]. Ja to lubię, ja w domu czuję się w pełni wolna, bo w pełni na moich zasadach [W34 K58/OB/S].

Jest to też nawiązanie do ahistorycznego charakteru codzienności – jest ona realizowana w czasie, ale raczej na zasadzie jego trwania niż konkretnego momentu – trudno bowiem ten moment dokładnie scharakteryzować i umiejscowić w szerszym kontekście.

Podobieństwo i bezpieczeństwo. Dzięki uwspólnieniu i podobieństwu subiektywna rzeczywistość może być nieustannie potwierdzana w interakcjach z innymi, co daje poczucie ukontentowania (por. Berger i Luckman, 1983, s. 214–231). Przy czym, co należy podkreślić, nie do końca chodzi badanym o to, że czas wolny wszystkich wygląda tak samo, dotyczy podobnych cech, praktyk czy przekonań. One oczywiście są różne i pewnie też na tym polega urok opisywania codzienności, ale tworzą wspólny wszystkim rdzeń „oczywistości", który daje poczucie osadzenia oraz potwierdzenia trafności wyborów (por. Beger i Luckman, 1983, s. 54–55). Jeden z badanych wskazywał w tym kontekście na wspólnotowość doświadczeń i równoczesną możliwość pozostawania sobą:

> […] to daje poczucie wspólnoty, czegoś takiego, że wypełniam normy, zasady, które gdzieś każdy robi. To gdzieś pozwala mi poczuć się, że nie jestem żadnym odszczepieńcem, ale też coś takiego, że jak robię coś inaczej, to jakaś taka moja indywidualność w tym też jest [W11 M/35/PZ/S].

Inni wyraźniej podkreślali unikalność treści swego doświadczania, wypełnianie wypoczynku prywatnymi, idiosynkratycznymi doświadczeniami, przeżyciami czy interpretacjami, ale w dobrze rozpoznanym i społecznie usankcjonowanym otoczeniu: „Jeżdżę nad morze jak wszyscy, ale odmiennie spędzam czas" – podkreśla respondentka z Obornik [W34 K/58/OB/S]; „Ja biegam jak wszyscy, bo teraz się biega, coraz więcej ludzi biega, ale zawsze swoimi ścieżkami" – komunikuje inna osoba z Poznania [W18 K/33/PZ/S]. Kolejni badani wprost odnosili się do poczucia bezpieczeństwa wynikającego z podobieństwa i poczucia wspólnoty z innymi.

> […] tu chodzi o poczucie bezpieczeństwa, że wracam po pracy [i] wszędzie się palą światła od telewizorów w tych oknach. No to tak widać, że wszyscy oglądają *Klan*…, no to pędzę, żeby zdążyć na *Klan*. No być może to jest, że nie jestem inny, że się nie różnię [W16 K/55/OB/S].

> Ja spędzam czas podobnie do innych. Tylko przyszło mi coś takiego do głowy, po to ja robię coś podobnie, bo ja wiem, że kogoś tam spotkam, będę mógł z kimś zagadać, kogoś poznam, to jest jedna rzecz. Później wiem, że będę mógł kogoś poprosić o to, żeby mógł wyjaśnić albo coś przybliżył, mnie trochę zmotywował, żeby podobnie robić […]. Łatwiej mi jest wtedy oglądać, myśleć o tym, jakoś tłumaczyć sobie, że wszyscy robią jak ja, czyli oglądają ten sam film i nie czuję się jakoś tak głupio. Że taki głupi film oglądam, że nie jestem taki nie wiem jakiś pokręcony, bo są gdzieś ci ludzie, którzy też idą do sushi baru i jedzą, bo ja widzę, że to surowe i z sosem sojowym, czyli gdzieś mi to daje poczucie, że nie robię nic złego, że gdzieś ludzie się godzą na to. Że ja wiem, że też są ludzie, którzy tak samo spędzają ten czas i tak samo się bawią [W11 M/35/PZ/S].

Czas wolny ma jawić się jako własny i osobisty, ale tym samym odmienny od wypoczynku innych, powstający na zasadzie prywatyzowania i indywidualizowania typowych i powtarzalnych doświadczeń i aktywności. To zasadniczo możliwość wykorzystywania bądź opierania się na wspólnych zasobach poznawczych pozwala tworzyć z nich własne i niepowtarzalne konfiguracje doświadczeniowe, dzięki temu jednostki tworzą rzeczywistość intersubiektywnie komunikowalną, pozostając równocześnie sobą (por. Krajewski, 2009, s. 179–182). Można powiedzieć, że mamy do czynienia z jednością nie tyle samej treści codzienności, ile raczej jej formy, a więc sposobu doświadczania, interpretowania i realizowania praktyk życia codziennego w kontekście codzienności. Przyjmuje się więc jako oczywiste, iż każdy „inny" ma swoją codzienność. Może być ona zarówno zbieżna z „moją" codziennością, jak i wobec niej odmienna (wtedy staje się dla mnie niecodziennością) – istotny jest jednak fakt owej wzajemnej przekładalności. Powszechność codzienności staje się więc w tym kontekście płaszczyzną powstawania i trwania ładu społecznego, o czym wspominałam. Tak rozumiana codzienność czasu wolnego jest wprawdzie elementem intersubiektywnym, ale równocześnie niedyskursywnym i tym samym nierefleksyjnym. Opis jej „dziania się" dokonywać się może poprzez odniesienie do tego, co już nawet niekoniecznie intersubiektywne, ale przynajmniej opisywalne. Dokonuje się zatem poprzez odnoszenie do niecodzienności czy do szerszego kontekstu czasowo-przestrzennego.

UNIECODZIENNIANIE CZASU WOLNEGO

Uniecodziennianie codzienności czasu wolnego to już, jak wskazałam, nie tyle zadanie, ile częściej wybór jednostkowy, aktywność upodmiotowiona czy wyraz potrzeby wolności albo przynajmniej nadziei na jej realizację. Dokonuje się poprzez codzienne negocjacje, rozszerzanie znaczeń i sensów czy zaprzeczenie i negację. Dla większości badanych doświadczenia te, mimo że kompatybilne z codzienną rutyną, wnoszą szereg możliwości na przerywanie codziennej monotonii i wyzbywanie się ograniczeń. Skoro niecodzienność, w przeciwieństwie do codzienności, jest obmyślana, proces jej uniecodzienniania jest, jak się okazuje, bardziej zaplanowany czy urefleksyjniany. Tym samym jako interesujące jawią się te wszystkie momenty, które bazując na refleksyjności i autonomii podmiotu, czynią z niego, choć w jakimś sensie, łowcę i kolekcjonera doświadczeń wolnoczasowych, czy jak powiedziałby Drozdowski (2010, s. 364) – wspierają możliwość realizacji indywidualnych aspiracji podmiotowościowych. Badani na różne sposoby szukają codziennej ucieczki do miejsca, które pozwoli oderwać się i zapomnieć o codzienności, sprawdzić się poza codziennymi grami oraz budować tożsamość za pomocą nowych, odmiennych zasobów symbolicznych. Wolność utożsamiana jest tak z procesem wyzwalania, który można wiązać tak z autoekspresją rozumianą jako „obszar" praktykowania autentyczności i konstruowania siebie, jak i z emancypacją jako sposobem na ucieczkę od ograniczeń i autonomizowaniem się (por. Jacyno, 2007, s. 58).

Codzienne (mikro)ucieczki. Jak podkreślają Cohen i Tylor (1992), proces uniecodzienniania czasu wolnego realizowany jest poprzez takie aktywności, jak *activity enclaves*, *landscaping* oraz *mindscaping*, przebiega na raty i nie do końca chodzi tu autorom o literalne zdefiniowanie tych procesów, gdyż formy ucieczki są zróżnicowane. Na specyfikę codziennego doświadczania czasu wolnego składają się drobne, osobliwe decyzje, które na co dzień podejmuje jednostka odnośnie do tego, jak się rozerwać, z kim spotkać czy jak wypocząć, a które to tylko w niewielu przypadkach stają się trwale realizowanymi wartościami czy podlegają instytucjonalizacji. Aktywności te na różne sposoby podważają czy negocjują codzienność, wnosząc w jednostkowe doświadczenie poczucie samostanowienia.

Cohen i Tylor (2002, s. 113–114) piszą, że każda próba ucieczki (ang. *escaping attempts*) czy podważania dotychczasowego ładu jest źródłem wytwarzania nowego porządku oraz daje początek nowym skryptom ewakuacyjnym. Przy czym codzienne ucieczki rzadko są frontalnymi atakami, prowadzonymi bitwami lub planowanymi kampaniami. Stanowią raczej rozmaite sposoby „polemizowania" z codziennością, tworzą swoiste kontinua od drobnych, osobliwych decyzji, takich jak zrobienie sobie dłuższej przerwy w pracy po większe wydarzenia czy przedsięwzięcia, na przykład rozpoczęcie biegania czy spontaniczny wyjazd weekendowy. Doświadczenia te dzielą też szczególne napięcie między tym, co znane i nieznane, innowacyjne i konwencjonalne czy bezpieczne i niepokojące.

Czasami są to działania, które można też rozumieć jako rodzaj refleksyjności incydentalnej polegającej na „muskaniu czy próbowaniu i smakowaniu wolności" (ang. *taste of freedom*), podczas gdy pozostają opcjonalnymi, okazyjnymi czy kontekstowymi wyborami.

Jak wskazuje jeden z badanych:

> […] to takie małe ocknięcia się, no dobrze, ale poruszać się warto, warto wyjść i się dotlenić, nawet jak jest zimno. Że gdzieś jest coś takiego, że naprawdę trzeba przerzucić tę uwagę na ruch, na kontakty, zadawać się z ludźmi, wyjść czasami i na chwilę z tego, co znamy [W28 M/55/PZ/E].

Do takich aktywności należą przerwy w pracy i luki w codziennym grafiku, takie jak: śniadanie z gazetą albo z telewizją, poranna czy poobiednia kawa, prysznic, papieros z kolegami w pracy, słuchanie radia w samochodzie podczas stania w korkach czy książka czytana w autobusie. Stanowią one szereg przejściowych doświadczeń osiąganych dzięki chwilowej ucieczce czy oderwaniu się od codzienności.

> Ja tak lubię czasami takie chwile od rana, to takie chwile dla wszystkiego. 10 min na prysznic, 10 min na kawę, w tle mam albo TV albo muzykę, w zależności od nastroju [W3 K/30/PZ/S].

> Jestem taksówkarzem, więc robię sobie, kiedy jest okazja, przerwę i spotkam się z kolegą, takie spontaniczne telefony i kawy pozwalają mi się oderwać od roboty [W29 /55/PZ/E].

> W pracy zdarza mi się robić sobie przerwy, a to wyjdę na pogaduchy, a to wyjdę rachunki zapłacić i przy okazji do sklepów sobie wejdę, coś fajnego kupię [W15 K/55/OB/S].

Badani, częściej rodzice młodszych dzieci, podkreślali fakultatywność i przypadkowość takich działań aniżeli możliwość ich zaplanowania. Wiązali je częściej z umiejętnością wymknięcia się codziennym obowiązkom czy umiejętności skorzystania z nadarzających się sytuacji. Tym samym charakteryzowane działania są realizowane w różnych momentach dnia, tygodnia, a nawet miesiąca, a ich częstotliwość i czas trwania są zindywidualizowane.

> Jak mi się uda, jak czekam na dzieci, kiedy są na pływalni czy balecie, czasami cztery razy w tygodniu, to wtedy sobie kawę z termosu wypiję, gazetę przeglądnę, telefony zaległe wykonam i to takie moje niby nic, a jednak takie chwile inne, odmienne od tej całej roboty [W27 K/34/OB/E].

> […] ja czasami wychodzę poza dom, na spacer, bo w domu zawsze coś do roboty. Poza domem wystarczy iść albo sobie usiąść, tak na chwilę, świeżym powietrzem pooddychać, gdzieś tam myślami pouciekać. Ja to sobie zwykle o wakacjach myślę tych, które były, albo tych, które planujemy, bo to zawsze taki fajny czas, do którego aż chce się wracać [W20 K/58/PZ/E].

Ucieczki umysłowe, fantazje i marzenia. Nieco innym typem aktywności ucieczkowych, bardziej zaplanowanym, trwającym nieco dłużej (czasami do 2–3 godzin) są wskazywane przez badanych takie aktywności, jak: czytanie książek, oglądanie filmów i seriali, śledzenie blogów tematycznych (w tym najczęściej podróżniczych) czy wydarzeń relacjonowanych przez środki masowego przekazu. Pozwalają badanym substytuować plany czy marzenia (w tym podróżnicze), doświadczać i doznawać treści odległych w czasie i przestrzeni.

Mama pięciolatki wskazuje na swoje wycieczki z dziecięcymi książkami:

> […] To takie moje – jak mam czas, wieczorem tak jak już ogarnięty dom, młoda śpi, to wtedy mogę sobie usiąść i poczytać. Na przykład mam hopla na punkcie właśnie książek dla dzieci i młodzieży, ale tak z szerszą wiedzą, ilustrowane wydawnictwa i tak dalej i wtedy siedzę czytam i szukam, zaznajamiam się z różnymi rzeczami. No to by było w takim kawałku, w czasie dla siebie, kiedy ja się odcinam, siadam przed komputerem szukam, czytam, to takie moje wycieczki [W10 K/33/PZ/S].

I dalej ta sama respondentka podkreśla, że to dla niej takie działania w skali mikro, które wnoszą szereg niecodziennych doświadczeń:

> […] w takiej skali mikro działam, w takiej mikroskali robię czasami te przyjemności i to, co lubię. Nie jadę sobie do Indii czy gdzieś, a kupuję sobie książkę na przykład o podróżowaniu. Siadam sobie wieczorem i czytam. Może, może na razie w taki sposób, marzę wtedy o takiej podróży, wyobrażam sobie tych ludzi, ten kraj, zbliżam się strona po stronie do tego wszystkiego [W10 K/33/ PZ/S].

Inny badany w tym kontekście wychodzi poza codzienność poprzez smakowanie, dotykanie, próbowanie i podkreśla:

> Jak coś nowego odkrywam, o np. jak sushi odkryłem. To zaczęło być modne, zawsze mnie to jakoś ciągnęło, ale nie było do tego takiej dostępności i nie było takiej ceny, żeby to można było zdobyć, kupić sobie. […] Z czasem cena zaczęła spadać. […] Fakt nie pojadę na Bali, chociaż jest modne, bo mnie nie stać, ale sushi zjadam, bo zaczęło mnie stać na coś takiego. To jak ja jem, to sobie zawsze myślami do tego kraju wracam albo rozmowy o nim prowadzimy [W11 M/35/ PZ/S].

Można powiedzieć, że marzenia i fantazje realizowane poprzez wolnoczasowe aktywności pozwalają respondentom wznieść się ponad codzienną realność, na jakiś czas unieważnić zasady rzeczywistości, chociaż tkwią w niej i wielokrotnie się do niej odwołują. Takie aktywności podtrzymują i pielęgnują w jednostkach plany, pragnienia czy marzenia, pozwalają je widzieć i doświadczać oraz w wybranych momentach do nich wracać. Mam tu na myśli taki rodzaj fantazji, marzeń, które, mimo że z istoty swojej idiosynkratyczne, zawsze jednak są przez jednostki umiejscowione w określonym kontekście kulturowym oraz w pewnych relacjach społecznych. Są one zatem zrozumiałe, upodmiotowione, gdyż ich czytelne reprezentacje uosabiają obiekty westchnień, pragnień, pożądań czy potrzeb, innymi słowy – ujawniają, co ludzie chcieliby, aby się zdarzyło, a co w jakimś sensie jest w danym momencie nieosiągalne, niemożliwe w doświadczaniu codziennym, nieobecne bądź na różne sposoby utracone (por. Drozdowski i Krajewski, 2007, s. 10).

Doznania graniczne. Stephen Lyng (1990; za: Rojek, 2006, s. 477) określa doznania graniczne mianem tzw. aktywności, działań czy pracy na krawędzi (ang. *edgework*) i rozumie je jako takie zachowania, które są ryzykownym wychodzeniem poza konwencjonalne role i formy, by doświadczać niecodziennych i skrajnych emocji, ekscytacji i gratyfikacji zmysłowej czy tych przeżyć, które są na co dzień tłumione. To innymi słowy, testowanie siebie, swojej tożsamości w ryzykownych, potencjalnie niebezpiecznych i nieprzewidywalnych sytuacjach. Badani wskazywali tu na sporty ekstremalne, takie jak: windsurfing, motocykl, szybka jazda samochodem, ale też szybka jazda na rowerze czy bieganie długich dystansów, podkreślając, że to takie sytuacje i wynikające zeń sposoby doświadczania, które pozwalają na odczucie silniejszych niż na co dzień emocji i wrażeń, dostarczają niepowtarzalnych przeżyć oraz podnoszą adrenalinę.

> Jak mam czas wolny, to wsiadam na rower i jeżdżę, szybko, dużo i długo. 100 km to robię tak co drugi dzień, a 40–50 km to jest dla mnie dzienna norma. Dla wyżycia się, bo trudno tu o relaksie mówić, nałykania się powietrza, dla bycia gdzieś poza i jest mi przez ten czas dobrze […]. Przekraczam granice i ciała, i umysłu, czuję całe swoje ciało, swój oddech […]. Rytm, który załapuję,

pozwala mi jechać godzinami bez zmęczenia […]. Czasami podkręcam trasy, jadę w góry, albo w jakieś bagniska, gdzie też muszę rower przenosić, innym razem wybieram spokojne, płaskie, szosowe trasy […]. Dzień muszę mieć maksymalnie zorganizowany, bo trening mam rano albo popołudniu [W8 M/35/PZ/E].

Wraca w takich momentach też wątek Csikszentmihalyiowskiego przepływu wiązany z doświadczaniem przyjemności i satysfakcji z wykraczania poza to, co zaplanowane, by doświadczyć czegoś niecodziennego i nieoczekiwanego (por. Csikszentmihalyi, 2005, s. 90–96).

Biegam od lat ultramaratony […]. Jak biegnę drugą godzinę, załapuję rytm, zbieram myśli i planuję sobie na spokojnie kolejny tydzień, szkolenia, które mnie czekają – taki grafik układam sobie w głowie tak w rytmie kroków, ale mam taki spokój, zupełnie inaczej o tym wszystkim myślę. Ale to wszystko taki jakiś trans, w taki trans człowiek wpada, niby dotykam gruntu, ale tak jakbym poza wszystkim był, układam te grafiki do pracy, różne myśli swoje porządkuję, ale to zupełnie inaczej niż przed biurkiem w pracy [W6 M/55/ PZ/S].

Natomiast przykładem typowego działania charakteryzowanego przez Lynga jest opis szybkiej jazdy samochodem, która jest pasją jednego z badanych:

Szybka jazda samochodem to moja pasja, to jest coś, na co czekam czasami cały tydzień. Biorę w weekend samochód, wyjeżdżam na autostradę i cisnę pedał, czasami 200 km na godzinę albo i więcej, choć mój samochód wyciąga zwykle do 180 km na godzinę. Powiem szczerze, zapominam się, wiem, to jest niebezpieczne, ale to mi takiego powera na cały tydzień daje. Taka jazda przez godzinę na pełnym gazie, w uszach dźwięczy, wszystko wokół miga, a ja bryluję na ulicy, jestem ponad wszystkim [W21 M/33/OB/S].

Treści powyższych wypowiedzi pokazują, jak wygląda przechodzenie od codzienności do „sfery pobudzenia", sfery zmysłowej, cielesnej i emocjonalnej gratyfikacji, by zyskiwać nowe sensy tożsamości. Można tu zaryzykować Campbellowską tezę (2006), że to właśnie w kulturze opartej na „ontologii emocjonalnej", dzięki silnemu emocjonalnemu odczuciu wydarzenia czy zachowania stają się „prawdziwsze", intensywniejsze doświadczeniowo. Intensyfikacja uczuć i doznań pozwala jednostkom przezwyciężać wszelki egzystencjalny niepokój i utwierdzać się w przekonaniu, że naprawdę „istnieją". Do tego celu może służyć każda okazja doświadczania silnych emocji, co być może tłumaczy po części fakt coraz większej popularności aktywności związanych ze sportami ekstremalnymi, ryzykownymi wyprawami, niecodziennymi i szczytowymi doświadczeniami z ich obietnicami uniesień, intymności i pożądania. Jednostka może mieć też 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 dla ponownego negocjowania swojej tożsamości. Wspomniany mężczyzna, który uprawia amatorsko kolarstwo szosowe, tak określa swój obecny status wśród znajomych:

Ludzie mnie podziwiają, zazdroszczą mi takiej codziennej mobilizacji […], ale też wspierają, jak widzą, że gdzieś znowu jadę, to pytają, mówią, że będą trzymać kciuki […]. Nieraz słyszę: A panu to zazdroszczę, tak codziennie, ile to siły trzeba mieć w sobie [W23 M/32/PZ/S].

Wskazywane doświadczenia poszerzają i urozmaicają specyfikę tak spędzania, jak i doświadczania czasu wolnego, przez co jawi się on nie tylko jako potencjalna przestrzeń, która ma dostarczać rozrywki czy przyjemności oraz emocjonujących doświadczeń, ale też ta, w której można swoje potrzeby i pragnienia zrealizować. Ponadto stanowi przestrzeń, gdzie jednostki podejmują zasadnicze wybory życiowe odnośnie do stylów życia, obszar, w którym mogą angażować się w pracę nad tożsamością bez ryzyka popadnięcia w rutynę i monotonię.

DYSKUSJA I ZAKOŃCZENIE

Z perspektywy egzystencjalnej czas wolny pozostaje ulokowany w konkretnych ramach regulujących jego funkcjonowanie, jednocześnie jednostki mają zdolność do przekształcania tych ram, czego konsekwencją jest jego ciągła otwartość i gotowość do rewizji, bieżące konstruowanie działania przez jednostki interagujące ze sobą w różnych warunkach społecznych, politycznych czy ekonomicznych. Jednostki dokonujące wyborów danych aktywności, poznające aktualne oferty czy odwołujące się do swoich możliwości nie tylko zaspokajają swoje potrzeby poznawcze, rozwojowe czy rozrywkowe, ale też każdorazowo aktualizują to, kim są lub chciałyby być, jakie jest ich miejsce, jak skonstruowana jest rzeczywistość i jakie zasady nią rządzą.

Po pierwsze, czas wolny staje się nie tylko bieżącym doświadczaniem otaczającej rzeczywistości, ale też procesem jej ciągłego aktualizowania i zmieniania na własnych zasadach, stanowi przestrzeń, która podlega permanentnej redystrybucji w obliczu doświadczeń jednostkowych oraz ich społeczno-kulturowego osadzenia. Z takiej perspektywy jednostkowe działanie nie jest postrzegane jako autonomiczne i samodeterminujące, a bardziej jako warunkujące i współzależne.

Po drugie, doświadczanie czasu wolnego jawi się zarówno jako ustrukturyzowane, jak i bardziej fakultatywnie – epizodyczne i nieregularne, czas wolny stanowi o permanentnym procesie budowania prywatnych subprzestrzeni, wynajdywania chwil dla siebie niźli stałą wartość w ciągu dnia. Przy czym, wracając do Stebbinsa (2007), można powiedzieć, że staje się nie tylko przestrzenią głęboką (ang. *serious*), ale też przypadkową (ang. *casual*) czy przestrzenią dla względnej wolności i wyboru, możliwości dla jednostkowej samoekspresji i samostanowienia (por. Rojek, 2005, s. 134–144; Shaw, 2006, s. 534–536). Charakteryzowane „ucieczki" mogą mieć miejsce w każdych okolicznościach, gdyż czas wolny dostarcza powodów dla zróżnicowanych możliwości samoekspresji. Poszerzają one i urozmaicają specyfikę spędzania, ale i doświadczania czasu wolnego, przez co każda aktywność jawi się nie tylko jako potencjalna przestrzeń, która ma dostarczać rozrywki czy przyjemności oraz emocjonujących doświadczeń, ale też ta, w której często bez większych przygotowań można swoje potrzeby, pragnienia czy zachcianki zrealizować, obszar, w którym jednostki mogą angażować się w pracę nad tożsamością bez ryzyka zaplątania się w rutynę i monotonię. Można powiedzieć, że po pierwsze, takie momenty czy sytuacje pełnią w logice codzienności ważną funkcję, mianowicie są niezbędne dla jej dynamizowania, a zarazem podtrzymywania ciągłości, nie powodując przy tym żadnych radykalnych zmian. Są to swoiste „wyłomy" w codziennej rutynie (czasu wolnego), które na najróżniejsze sposoby i często z charakterystyczną dlań

subtelnością podważają i urozmaicają spędzanie i doświadczanie czasu wolnego. Po drugie, tak rozumiane aktywności stają się sposobem na przerwanie oczywistości i bezproblemowości codzienności, są próbą jej udyskursowienia, ale też tym działaniem, które nie musi prowadzić do radykalnych jej zmian. Wszelkie przejawy uniecodzienniania, jak można zobaczyć, są bardziej sposobami opisu codzienności, odnoszącymi ją do wydarzeń spoza niej, ale dziejącym się wobec niej. Mniej mówią o istocie ich samych, a bardziej o specyfice codzienności. Jak dokumentuje młoda matka:

> Teraz naszła mnie taka refleksja, że jak nie było syna, to postrzegałam czas wolny jako ten czas, w momencie, kiedy kończę pracę, wychodzę, jako czas dla siebie, bo byłam na tyle elastyczna, że mogłam iść sobie każdego dnia do kina, każdego dnia na spacer, każdego dnia umówić się z koleżanką, iść na zakupy. A dzisiaj czas wolny, to ten czas wolny, to ten czas, kiedy mam chwilę, kiedy syn uśnie, albo zajmuje się nim ktoś inny. I to jest mój czas wolny. Jest on tak limitowany, że zaczęłam go dopiero teraz wyodrębniać, jako czas wolny, teraz go chyba tak naprawdę widzę i doceniam [W10 K/33/PZ/E].

Po trzecie, sfera wyobraźni czy projekcji staje się współcześnie istotną płaszczyzną budowania poczucia tożsamości, idąc dalej – swoistym narzędziem, za pomocą którego jednostki budują i podtrzymują obraz samych siebie (gdy nic z tego, co na co dzień robią, nie ujawnia ich szczególnych cech, to chociaż wyobraźnia odsyła ich do takich nośników, które pozwolą wyrazić to, kim są). Innymi słowy, gdy symbole osobowości są tak ulotne, gdy ich odczytanie staje się coraz trudniejsze i niejasne, sfera marzeń, projekcji, pozostaje możliwym do pomyślenia subświatem, gdzie można realizować społeczny imperatyw indywidualizmu i odróżniania się. Równocześnie sfera projekcji, marzeń, fantazji, ze względu na to, że hamuje myślenie w kategoriach deklaratywnych i fasadowych, zaprasza do zdziwienia, urefleksyjnia, zbliża jednostki do nich samych, do ich wewnętrznych konfliktów, napięć, ambiwalencji. Jednocześnie podtrzymuje myślenie, że marzenia nie są li tylko abstrakcyjną aktywnością umysłu, a stają się zinstytucjonalizowaną formą społeczno-kulturową czy, idąc dalej, predykatorem zmian (Mroczkowska, 2012).

Reasumując, doświadczeniowe podejście – dzięki radzeniu sobie z relatywnością przypisywanych czasowi wolnemu właściwości – wyzwala z poznawczego impasu, w którym pogrążają się badacze i badaczki usiłujący znaleźć lub stworzyć jednoznacznie brzmiącą definicję czasu wolnego. Ci badacze, którzy widzieli wartość w definiowaniu czasu wolnego jako codziennego doświadczenia, mogą teraz twierdzić, że współcześnie historia jest po ich stronie (Roberts, 1999, s. 143). Konieczność dotrzymania tempa współczesnym przeobrażeniom skorygowała modernistyczne przekonania odnośnie do wydzielania czasu wolnego od reszty codziennego życia czy czasu wolnego od czasu pracy, a sam Dumazedier (1971), widząc dokonujące się w ramach społeczeństwa postindustrialnego przemiany, odszedł od swojej koncepcji czasu wolnego opartej na ścisłym podziale czasu pracy i czasu wolnego na rzecz coraz większego przemieszania się owych sfer. Czas wolny odnajdowany jest w różnych przestrzeniach i momentach dnia, staje się aktywnością doświadczaną i negocjowaną poprzez codzienne wybory. Z takiej perspektywy badacze mogą eksplorować to, w jakim stopniu życie codzienne zostało pozbawione starych znaczeń na rzecz nowych – czy spektakl zastąpił znaczenie, a sensacja zdominowała wartość (Rojek, 1993).

BIBLIOGRAFIA

Ahmed, S. (2000). *Strange Encounters: Embodied Others in Post-coloniality.* London: Routledge.

Angrosino, M. (2010). *Badania etnograficzne i obserwacyjne.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Babbie, E. (2003). *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Beck, U., Giddens, A., Lash S. (ed.). (2009). *Modernizacja refleksyjna. Polityka, tradycja i estetyka w porządku społecznym nowoczesności.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Berger, P., Luckman, T. (1983). *Społeczne tworzenie rzeczywistości*. Warszawa: PIW.

Best, S. (2010). *Leisure Studies. Themes & Persectives*. London: SAGE Publications Ltd.

Bhabha H. (1994). *The Location of Culture*. London: Routledge.

Bloch, P.H., Bruce, D.G. (1984). Product Involvement as Leisure Behavior. W: T. C. Kinnear (ed.), *Advances in Consumer Research* (s. 197–202). UT: Association for Consumer Research.

Bourdieu, P., Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.

Campbell, C. (2006). Konsumuję, więc wiem, że jestem. *Kultura Popularna*, 4, 546–560.

Certeau, M., de. (1984). *The Practice of Everyday Life*. London: University of California Press.

Charmaz, K. (2009). *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Clark, J., Critcher, C. (1985). *The devil makes work: leisure in capitalist Britain*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Cohen, S., Tylor, L. (1992). *Escape attempts: the theory and practice of resistance to everyday life*. London: Routledge.

Csikszentmihalyi, M., LeFevre, J. (1989). Optimal Experience in Work and Leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 815–822.

Csikszentmihalyi, M. (2005). *Przepływ*. Taszów: Biblioteka Moderatora.

Daly, K.J. (2007). *Qualitative Methods for Family Studies & Human Development*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Dattilo, J., Murphy, M. (1991). *Leisure education program planning: A systematic approach*. State College, PA: Venture Publishing Company.

Dattilo, J., Kleiber, D.A. (1993). Psychological Perspectives for Therapeutic Recreation Research: The Psychology of Enjoyment. W: M.J. Malkin, C.Z. Howe (ed.), *Research in Therapeutic Recreation: Concepts and methods* (s. 57–76). State College, PA: Venture.

Denzin, N.K. (2009). The elephant in the living room: or extending the conversation about the politics of evidence. *Qualitative Research*, 9, 139–160.

Dumazedier, J. (1971). Leisure and Post-Industrial Societies. W: M. Kaplan, P. Bosserman (ed.), *Technology, Human Values, and Leisure* (s. 191–220). Nashville, TN: Abingdon Press.

Drozdowski, R., Krajewski, M. (2007). *Wyobraźnia socjologiczna. Horyzonty, źródła, dynamika*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

Drozdowski, R. (2009). *Obraza na obrazy. Strategie społecznego oporu wobec obrazów dominujących.* Poznań: Zysk i S-ka.

Glaser, B., Strauss, A.L. (2009). *Odkrywanie teorii ugruntowanej.* Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

Guba, E.G., Lincoln Y.S. (2009). Kontrowersje wokół paradygmatów, sprzeczności i wyłaniające się zbieżności. W: N.K. Denzin, I.S. Lincoln (ed.), *Metody badań jakościowych*, t. 1. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Godbey, G. (2008). *Leisure in your life. New Perpsective*. Pennsylvania: Venture Publishing, Inc.

Gouldner, A. (1971). *The Coming Crisis of Western Sociology*. London, New Delhi: Heineman.

Hamilton-Smith, E. (1991). The construction of leisure. W: B. Driver, P. Brown, G. Peterson (ed.), *Benefits of leisure*. State College, PA: Venture.

Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14, 575–599.

Henderson, K.A., Bialeschki, D., Shaw, S.M., Freysinger V.J. (1989). *A Leisure of One's Own: A Feminist Perspective on Women's Leisure.* Pennsylvania: Venture Publishing

Henderson, K.A. (1991). *Dimensions of Choice: A Qualitative Approach to Recreation, Parks, and Leisure Research.* State College: Venture Publishing Inc.

Henderson, K.A. (1994). Perspectives on analysing gender, women and leisure. *Journal of Leisure Research*, 26, 1–7.

Hemingway, J.L. (1995). Leisure studies and interpretive inquiry. *Leisure Studies*, 14, 32–47.

Hemingway, J.L. (1996). Emancipating Leisure: The recovery of freedom in leisure. *Journal of Leisure Research*, 28, 27–43.

Hemingway, J.L. (1999). Leisure, social capital, and democratic citizenship. *Journal of Leisure Research*, 31, 150–165.

Holstein, J.A., Gubrium, J.F. (1995). *The active interview.* Sage Publications, Inc.

Howe, Ch.Z. (1991). Considerations When Using Phenomenology in Leisure Inquiry: Beliefs, Methods, and Analysis in Naturalistic Research. *Leisure Studies*, 10, 49–62.

Hultsman, J.T., Anderson S.C. (1991). Studying leisure perceptions: A need for methodological expansion. *Leisure Studies*, 10, 63–67.

Jacyno, M. (2007). *Kultura indywidualizmu*. Warszawa: PWN.

Kaufmann, J-C. (2013). *Kiedy Ja jest innym*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Kelly, J.R. (1987). *Freedom to Be: A New Sociology of Leisure.* London, New York: Macmillan.

Kelly, J.R., Godbey, G. (1992). *Sociology of leisure*. State College, PA: Venture Publishing.

Kelly, J.R. (1996). *Leisure.* United States: Allyn &Bacon.

Kelly, J.R. (1999). Leisure and Society: A Dialectical Analysis. W: E.L. Jackson, T.L. Burton (ed.), *Leisure Studies: Prospects for the Twenty-First Century.* State College, PA: Venture.

Kleinman, S., Cropp, M.A. (1993). *Emotions and Fieldwork*. Thousan Oaks, California: Sage Publications.

Konecki, K. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych*. *Teoria ugruntowana.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Krajewski, M. (2009). Koniec lat 80. Rewolucja wyobraźni. W: M. Forecki (red.). *I love Poland.* Poznań: ZPF.

Krieger, S. (1991). *Social Science and the Self: Personal Essays on an Art Form*. New Brunswick, N.J: Rutgers University Press.

Kvale, S. (2012). *Prowadzenie wywiadów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Lash, S. (1991). *The Culture of Narcissism*. New York: Norton.
Lyng, S. (1990). Edgework: A Social Psychological Analysis of Voluntary Risk Tasking. *American Journal of Sociology*, 95, 887–921.
Mannell, R.C. (1999). Leisure Experience and Satisfaction. W: E.L. Jackson, T.L. Burton (ed.). *Leisure Studies: Prospects For The Twenty-First Century.* State College, PA: Venture Publishing.
Manterys, A. (1997). *Wielość rzeczywistości w teoriach socjologicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Mroczkowska, D., Rogowski, Ł., Skrobacki, R. (2009). Codzienność niecodzienna/niecodzienność codzienna – spojrzenie na dylematy socjologii życia codziennego. W: S. Rudnicki, J. Stypińska, J. Wojnicka (red.), *Społeczeństwo i codzienność. W stronę nowej socjologii?* (s. 93–104). Warszawa: Wydawnictwo WAiP.
Mroczkowska, D. (red.). (2011). *Czas wolny: refleksje, dylematy, perspektywy*. Warszawa: Difin.
Mroczkowska, D. (2012). Wymarzone style życia. O pragnieniach, marzeniach, aspiracjach Polaków odnośnie wypoczynku i czasu wolnego. *Kultura i Społeczeństwo*, 4, 165–176.
Mroczkowska, D. (2020). *Zrozumieć czas wolny. Przeobrażenia, tożsamość, doświadczanie*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
Pavelka, J. (2000). *It's Not About Time. Rediscovering Leisure in a Changing World*. Kanada: Creative Bound Inc.
Parr, M.G., Lashua, B.D. (2004). What Is Leisure? The Perceptions of Recreation Practioners and Others. *Leisure Sciences*, 26, 1–17.
Pedlar, A. (1995). Relevance and Action Research in Leisure. *Leisure Sciences*, 17, 133–140.
Rembowski, J. (1986). *Metoda projekcyjna w psychologii dzieci i młodzieży.* Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
Roberts, K. (1999). *Leisure in Contemporary Society*. UK: CABI Publishing.
Rojek, C. (1995). *Decentring Leisure. Rethinking Leisure Theory*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
Rojek, C. (2005). *Leisure theory. Principles and practice*. London: Palgrave Macmillan Ltd.
Rojek, C., Shaw, S., Veal, A.J. (ed.) (2006). *A handbook of leisure studies*. London: Palgrave Macmillan Ltd.
Rokuszewska-Pawełek, A. (2006). Wywiad narracyjny jako źródło informacji. *Media, Kultura, Społeczeństwo*, 1, 17–28.
Shaw, S.M. (1985). The Meaning of Leisure in Everyday Life. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 7, 1–24.
Shaw, R. (2006). Critical Issues of Community Based Flood Mitigation: Examples from Bangladesh and Vietnam. *Journal of Science & Culture*, 72, 1–17.
Stebbins, R.A. (2007). *Serious Leisure. A Perspective for Our Time*. New Brunswick, London: Transaction Publisher.
Schütz, A. (1984). Potoczna i naukowa interpretacja ludzkiego działania. W: E. Mokrzycki (red.). *Kryzys i schizma. Antyscjentystyczne kierunki w socjologii współczesnej*. Warszawa: PIW.

Silvermann, D. (2008). *Prowadzenie badań jakościowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Tinsley, H.A., Tinsley, D.J. (1986). A Theory of the Attributes, Benefits, and Causes of Leisure Experience. *Leisure Sciences*, 8, 1–46.

Valtonen, A. (2004). *Rethinking Free Time. A Study on Boundaries, Disorders, and Symbolic Goods.* Helsinki: School of Economics.

Watkins, M. (2000). Ways of Learning about Leisure Meanings. *Leisure Sciences*, 22, 9, 3–100.

Weissinger, E., Henderson, K.A., Bowling, Ch.P. (2013). Toward an Expanding Methodological Base in Leisure Studies: Researchers' Knowledge, Attitudes and Practices Concerning Qualitative Research. *Loisir et Societe*, 20, 435–451.

LEISURE TIME – ON EVERYDAY AND UNCOMMON SCENARIOS OF EXPERIENCING LEISURE

The presentation of leisure time as time spent away from work does not fully reflect contemporary reality, in which working time and leisure are blurring due to factors such as flexible working hours or mobile technologies. Furthermore, individuals who engage in two or more activities at the same time (multitasking) or those indicating the multidimensional nature of leisure are becoming more common. As a result, traditional quantitative methodologies based on the work-leisure dichotomy are unsuitable for studying leisure. Based on interpretative methodology and research method triangulation, the text presents an experiential perspective on the approach to leisure. This approach results in a way of thinking about leisure that rejects the traditional work-leisure dichotomy in favour of subjective experience, resulting in a variety of forms, styles, and ways of experiencing leisure time in a changing social context.

Keywords: leisure time, everyday life, experiential perspective, subjective experience, multifaceted experiencing

Zgłoszenie artykułu: 11.04.2023

Recenzje: 20.05.2023

Akceptacja: 31.05.2023

Publikacja online: 30.06.2023

© 2023 Autorka. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

STUDIA HUMANISTYCZNE AGH Tom 22/1 • 2023

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.33

Katarzyna Anna Uklańska*

ORCID: 0000-0003-4477-7885
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ZRÓWNOWAŻONE KONSUMOWANIE CZASU WOLNEGO. O PRZEMIANACH *LEISURE TIME* W SPOŁECZEŃSTWIE KONSUMPCYJNYM

Czas wolny to dorobek nowoczesnego społeczeństwa i stał się dostępny dzięki industrializacji. Jest wartością stałą ponowoczesnych społeczeństw. Ulega jednak przemianom – dotyczą one jego zasobów (mamy go więcej lub mniej) oraz jakości i sposobów jego spędzania. To kultura określa ilość, jakość i treść czasu wolnego, którym dysponują jednostki i grupy. W społeczeństwach kultury zachodniej dominujący jest model konsumpcyjny spędzania czasu wolnego. Jednak coraz częściej implementowane są w obszar *laisure time* zyskujące na popularności wartości antykonsumpcyjne i związane z konsumpcją zrównoważoną. Jest to nowość występująca w aktualnych wzorach kultury. Celem artykułu jest ukazanie, że istotne dziś zrównoważone i antykonsumpcyjne idee pokazują jednostkom i grupom, jak korzystać z czasu wolnego w nowy sposób, jak konsumować antykonsumpcyjnie. W czasie wolnym należy rezygnować z hiperkonsumpcji i konsumować inaczej – bardziej ekologicznie, zrównoważenie i bardziej oszczędnie. Podstawą artykułu jest analiza literatury przedmiotu, badań zastanych, a także praktyk społecznych związanych z niniejszą problematyką.

Słowa kluczowe: przemiany, zrównoważony rozwój, czas wolny, moda, antykonsumpcja

WPROWADZENIE

Krytyczne spojrzenie na społeczeństwo konsumpcyjne ukazuje je jako te, które charakteryzuje się wieloma atrybutami. Należą do nich na przykład obfitość dóbr i towarów oraz nowe środki konsumpcji, które są wysoko ekspansywne (m.in. centra handlowe, parki rozrywki, kasyna, szkoły i uczelnie, lotniska i nasze domy) (Ritzer, 2001, s. 15), triumf etosu infantylizmu nad etosem demokratycznego kapitalizmu (Barber, 2008, s. 10), brak racjonalności jako zaleta konsumentów (Bauman, 2006, s. 132–135), znaczenie wolności dla powstawania nowych aspiracji i potrzeb konsumpcyjnych czy też elastyczna konsumpcja podkreślająca indywidualność jednostek (Terada, 2004, s. 18). To także nieustające zakupy, które nie są realizowane w celu zaspokojenia potrzeb podstawowych, ale otoczkowych czy

* Instytut Nauk Socjologicznych, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, ul. Wóycickiego 1/3, bud. 23, 01-938 Warszawa; e-mail: k.uklanska@uksw.edu.pl

pozornych (Szczepański, 1970, s. 149). Do tych cech należy też między innymi konsumowanie towarów, usług, wrażeń oraz wzbudzanie nowych potrzeb, życie „na kredyt", ciągły niedosyt i hołdowanie przyjemności. Tym atrybutem społeczeństw konsumpcyjnych jest również czas wolny, który staje się „przedmiotem" i dobrem posiadającym taki sam status, jak inne dobra (Baudrillard, 2006, s. 205). Czas wolny jest wyznacznikiem zarówno statusu społecznego i określa tożsamość jednostek, jak i odwrotnie – miejsce w społeczeństwie, kapitał kulturowy określają sposób gospodarowania czasem wolnym. Dzisiejszy *leisure time* jest czasem niewolnym, jego celem nie jest bowiem zapewnienie odpoczynku od codziennych obowiązków. Konsument musi pracować także w czasie wolnym – obmyślać sposoby, jak podtrzymać swą tożsamość w społecznej świadomości, i następnie realizować je, a także nieustannie kupować. Dla konsumenta jest to przymus spędzania czasu w określony sposób.

Społeczeństwo konsumpcyjne oferuje towary i usługi opakowane w określone idee (Nowalska-Kapuścik, 2008, s. 29), które pozwalają budować jednostkom swą tożsamość. Obecnie kultura promuje też odwrót od konsumpcyjnego stylu życia (opartego m.in. na wyżej wskazanych atrybutach) na rzecz zrównoważonego. Jest to widoczne na płaszczyźnie idei, które zadomowiły się we współczesnej kulturze, ale i w konkretnych działaniach, usługach i towarach. Są to praktyki mieszczące się w szerokim pojęciu „eko", na przykład takie jak zero waste, recykling, ubrania do oddania oraz rzeczy z drugiej ręki, towary wyprodukowane w sposób nieszkodliwy dla środowiska, usługi wymiany i przerabiania, odzyskiwania. Tak jak konsumpcjonizm przeniknął we wszystkie sfery życia człowieka (Bylok, 2016, s. 57), tak i nowe idee antykonsumpcyjne również do nich docierają. Zmiany w użytkowaniu rzeczy i otoczenia dostrzegalne są w wielu sferach, na przykład w transporcie, w stylu odżywiania się, w architekturze i sposobie wykorzystania wnętrz, a także w zakupach i w spędzaniu czasu wolnego. Antykonsumpcyjne czy też postkonsumpcyjne idee są modne w społeczeństwach zachodnich i ukazywane jako warte naśladowania w kształtowaniu swojej tożsamości. Są one elementem czasu wolnego spędzanego czy też konsumowanego w sposób zrównoważony. Szerzenie się w kulturze tych koncepcji nie oznacza jednak, że konsumpcjonizm zanika. Należy raczej powiedzieć, że idee zrównoważonej konsumpcji i antykonsumpcji są obecne obok konsumpcjonizmu rozumianego jako jeden z programów (Hellman, 2008, s. 41; Bylok, 2016, s. 57), który ludzie wykorzystują do tworzenia swojej tożsamości. Coraz więcej bowiem produktów, towarów i usług opakowanych jest w antykonsumpcyjne idee i sprzedawanych w społeczeństwach opartych na konsumowaniu. Zatem są dwie propozycje spędzania czasu wolnego w społeczeństwie konsumpcyjnym – konsumowanie w nadmiarze i konsumowanie zrównoważone. Celem artykułu jest charakterystyka tej drugiej propozycji spędzania czasu wolnego. Idee zrównoważonego konsumowania (w przeciwieństwie do konsumpcji w nadmiarze) dopiero upowszechniają się w polskim społeczeństwie. Ich wielorakie hipostazy, znajomość oraz realizacja są wciąż nowym fenomenem życia społecznego. Te nowe zjawiska to między innymi szafy kapsułowe, butiki cyrkularne, tzw. współdzielnie, *car shearing*, lumpensetterstwo, odsprzedaż ubrań używanych przez znane marki, np. firmę Zara (Uklańska, 2022). Stanowią one dla jednostek obok hiperkonsumowania równoległą ofertę konsumowania czasu wolnego w sposób zrównoważony czy też anktykonsumpcyjny. Podstawą artykułu jest analiza literatury przedmiotu i badań zastanych związanych z niniejszą problematyką.

CZAS WOLNY I JEGO ATRYBUTY

Czas wolny pojawił się w życiu człowieka wraz z epoką industrialną, gdy oddzielony został czas pracy w fabryce od czasu poza nią (Klimski, 2012, s. 78). Człowiek zyskał ten czas również dzięki mechanizacji, co pozwoliło na zastąpienie pracowników w wykonywaniu niektórych czynności (Baudrlillard, 2006, s. 208). Powszechnie przyjmuje się na gruncie ustaleń socjologicznych, że jednostka ma czas wolny wtedy, gdy nie musi wypełniać obowiązków zawodowych, edukacyjnych, rodzinnych, higienicznych czy też organizacyjnych. Są to więc takie okresy w życiu człowieka, gdy może się on oddać przyjemnościom, rozrywkom i czynnościom, które nie mają charakteru obowiązkowego. Chcąc poczynić pewne ustalenia definicyjne, przytoczyć należy klasyczną koncepcję czasu wolnego J. Dumazediera, który uważa, że „czas wolny obejmuje wszystkie czynności, którym jednostka może oddać się z własnej chęci, bądź odpoczynku, rozrywki, rozszerzenia swych wiadomości, bezinteresownego kształtowania się lub dobrowolnego udziału w życiu społecznym, po uwolnieniu się od obowiązków zawodowych, rodzinnych i społecznych" (Dumazedier, 1959, s. 36). Jest to więc czas, który można poświęcić na samorealizację, rozwój własnych zainteresowań, czas, który może być wykorzystywany na aktywność fizyczną, kulturalną czy duchową. Czas wolny w nowoczesnych społeczeństwach ma charakter egalitarny – wszystkie warstwy i klasy społeczne nim dysponują (Baudrillard, 2006, s. 205). Pamiętać należy jednak o tym, że czas wolny jest zróżnicowany w zależności od cech społecznych i demograficznych jego uczestników. Jak zauważa J. Baudrillard: „[…] *Jakość* tego wolnego czasu, jego rytm, treść i to, czy jest czymś wtórnym w stosunku do wymogów pracy, czy też »autonomicznym«, wszystko to zaczyna stanowić na powrót czynnik różnicujący jednostki, kategorie społeczne i klasy" (Baudrillard, 2006, s. 204).

Klarowne rozróżnienie czasu wolnego od niewolnego nie jest łatwe. Wyraźniej jest on oddzielony w miastach, ale tylko w przypadku, gdy ma się na myśli pracę zawodową. Wówczas trzeba by przyjąć, że czas wolny to czas poza pracą zawodową i obowiązki domowo-rodzinne realizowane są już w czasie wolnym. Takie przekonanie mogło być aktualne w drugiej połowie XX wieku, a dodatkowo było też wspierane przez nierówną pozycję społeczną kobiet i mężczyzn – gdy ta pierwsza częściej nie pracowała, a nawet jeżeli pracowała, to i tak do niej należało prowadzenie gospodarstwa domowego. Takie myślenie o czasie wolnym, wolnym od „prawdziwej" pracy, było również wspierane przez stereotypowe przekonanie, że kobieta, która nie pracuje zawodowo, w ogóle nie pracuje, tylko odpoczywa, a opieka nad dziećmi i domem to realizacja czasu wolnego. Wraz ze zrównaniem pozycji społecznej obu płci oraz zwiększoną aktywnością zawodową, edukacyjną i emancypacyjną kobiet, a także uznaniem pracy w domu za równie ważną i odpowiedzialną, jak praca zarobkowa, ta sytuacja uległa zmianie. Odzwierciedlenie tej zmiany znajdujemy w definicjach czasu wolnego, które przyjmują, że zaczyna się on wtedy, gdy nie wykonujemy żadnych obowiązkowych czynności: ani zawodowych, ani domowych, ani innych. Taka też perspektywa rysuje się w koncepcji J. Dumazediera.

Wciąż problematyczne, zarówno na gruncie naukowym, jak i z perspektywy samej jednostki, pozostaje oddzielenie czasu wolnego od niewolnego. Trudność ta identyfikowana była w odniesieniu do społeczeństw tradycyjnych i społeczności wiejskich – tu czas zabawy

przeplatał się z czasem pracy lub był na niego zorientowany. A. Kłoskowska zaznaczała, że w tych środowiskach nie da się rozdzielić obu czasów (Kłoskowska, 1983, s. 152). Obecne były mieszane formy czasu, pośrednie między czasem pracy a czasem wolnym (Tarkowska, 2001, s. 19). Współcześnie wyraźnym znakiem wskazującym na przemianę w obrębie czasu obowiązków i czasu wolnego jest hybrydalność, będąca konsekwencją zmian w stylu i trybie pracy, która ściśle wiąże się z wykorzystywaniem w niej internetu. Praca zdalna upowszechniona podczas pandemii COVID-19 komplikuje oddzielenie czasu obowiązków od czasu wolnego. W wielu przypadkach trudno postawić wyraźną linię oddzielającą czas pracy od czasu wolnego, co również wynika ze zmian pracy związanych z elastycznością czasu pracy i elastycznymi formami zatrudnienia. Odpoczywa się wtedy, gdy można, gdy nie jest się absorbowanym przez jakieś konieczne zadanie – niekiedy może to być godzina w ciągu dnia, a innym razem trzy dni. Dzisiejszy styl pracy oraz ważna rola, jaką odgrywa ona w życiu jednostek, wskazuje, że nawet czas urlopu niekiedy staje się czasem pracy czy to zawodowej, czy związanej z innymi obowiązkami. Myślenie o czasie wolnym w sposób hybrydowy wspiera również projektowy charakter pracy, która opiera się na działaniach realizowanych w jasno określonym czasie i z konkretnie wskazanym terminem zakończenia. Czas pomiędzy udziałem w kolejnym projekcie może być dla jednostki, ale nie musi, wyznacznikiem jej czasu wolnego. Wskazać należy również na wciąż aktualne pogłębianie czasu (wykonywanie czynności nieobowiązkowych w trakcie pracy, np. przeglądnie stron internetowych w pracy) i jego homogenizację, czyli wykonywanie czynności powszednich w czasie odświętnym (np. praca w niedziele, nauka pływania w weekendy) (Burszta, 2001, s. 34; Tarkowska, 1999, s. 115).

Innym warunkiem, który uniemożliwia oddzielenie czasu wolnego od niewolnego, jest bycie konsumentem w społeczeństwie konsumpcyjnym. Bo czy zasadnicze zadanie konsumenta – kupowanie – należy widzieć jako obowiązek czy też wypełnienie czasu wolnego? Rozkwit tego społeczeństwa przypada na drugą połowę XX wieku, choć pamiętać należy, że już na przełomie XVII i XVIII wieku konsumpcja ostentacyjna odgrywała ważną rolę i ówczesna forma społeczeństwa określana bywa jako „elitarne społeczeństwo konsumpcyjne" (Terada, 2004, s. 10). W okresie późnego kapitalizmu zaczęło dochodzić do przeobrażeń w zakresie wykorzystywania czasu wolnego, a nowe formy pracy i coraz lepsze warunki materialne życia jednostek dawały inne możliwości gospodarowania nim (Muszyński, 2008, s. 9). Istotne stały się więc aktywności, na które czas wolny jest przeznaczany. Te możliwości i sposoby są transmitowane konsumentowi przez media tradycyjne, ale przede wszystkim przez nowe media. Jak zauważa D. Nowalska-Kapuścik, media „kształtują konsumpcję czasu wolnego […], »pakują« w efektowane opakowania i sprzedają masowemu klientowi" (Nowalska-Kapuścik, 2008, s. 29). Szczególną rolę odgrywa tu internet, który zapewniając konsumentowi wolny wybór, dostarcza mu jednocześnie nadmiaru informacji o produktach i utrudnia tym samym wybór (Burgiel, 2004, s. 542). Ponadto czas wolny od obowiązków wykorzystuje się w społeczeństwie konsumpcyjnym w sposób, który ma przynosić korzyści, czy to w obszarze zawodowym, towarzyskim, edukacyjnym czy rodzinnym i tym samym nadaje mu się wartość instrumentalną (Nowalska-Kapuścik, 2008, s. 29). Czas wolny staje się kapitałem, który „każdy może »zainwestować« »wedle własnego życzenia«. […] Tym samym nie jest on już »wolny«", gdyż stosujemy wobec niego tę samą „etykę przymusowej

wydajności i osiągnięć", jak wobec pracy (Baudrillard, 2006, s. 206, 211). Poprzez czas stajemy się *homo oeconomicus*, jest to czas, który „wytwarza wartość – wartość dystynktywną, wartość statusową, wartość prestiżową" (Baudrillard, 2006, s. 213). Dodatkowo w kanon współczesnej mody oraz wizerunek człowieka sukcesu wpisuje się chroniczny brak czasu. Czas wolny w społeczeństwie konsumpcyjnym „stanowi więc formę samookreślenia się jednostki, która w zgromadzonym budżecie czasowym winna […] oddawać się konsumpcyjnym przyjemnościom w zakresie odpowiadającym zajmowanej przez nią pozycji w społeczeństwie oraz zgromadzonym środkom finansowym" (Nowalska-Kapuścik, 2008, s. 29).

Ważny jest więc sposób wykorzystywania czasu wolnego, treść, jaką zostanie wypełniony, oraz presja społeczna na odpowiednie zagospodarowanie go. Konsument stoi przed istotnym zadaniem – tak wypełnić czas wolny, aby odegrać swoją rolę przed innymi. Współczesna kultura dostarcza treści i sposobów na wykorzystanie czasu wolnego. Oprócz wciąż aktualnych pomysłów o charakterze wysoko konsumpcyjnym modne i zyskujące na popularności staje się wypełnianie swojego czasu wolnego czynnościami, które są zgodne z koncepcją zrównoważonego rozwoju i mają charakter anty- czy też dekonsumpcyjny. Są one odpowiedzią na nadmierną konsumpcję współczesnych społeczeństw postrzeganą w kategoriach zagrożenia społecznego.

ZRÓWNOWAŻONE KONSUMOWANIE W CZASIE WOLNYM

Czas wolny w społeczeństwach konsumpcyjnych przeznaczony jest przede wszystkim na konsumpcję (Krajewski, 2003, s. 45). Ta nadmierna konsumpcja została poddana krytycznej refleksji w latach 80. XX wieku, co znalazło swój wyraz w raporcie *Nasza wspólna przyszłość* powstałym w ramach ONZ (*Nasza wspólna przyszłość. Raport Światowej Komisji do Spraw Środowiska i Rozwoju*, 1991). Przyjęto w nim, że rozwiązaniem jest zrównoważony rozwój wszystkich obszarów życia, co ma zaspokajać tak potrzeby współczesnych, jak i przyszłych pokoleń (Pawłowski, 2017, s. 55). W 2016 roku ogłoszono siedemnaście celów zrównoważonego rozwoju, gdzie jeden z nich dotyczy odpowiedzialnej konsumpcji (Tyburski, 2011, s. 143). Do świadomości członków społeczeństw kultury zachodniej dociera więc koncepcja zmiany i ograniczenia konsumpcji. Jest ona coraz silniej zakorzeniona w kulturze i stanowi w jakiejś części jej treść. Chodzi o to, by konsumować mniej i w inny sposób – wskazuje się zatem na konieczność ograniczenia hiperkonsumpcji oraz zmianę jej jakości, co znajduje wyraz w strategiach antykonsumpcyjnych. Zrównoważona konsumpcja dotyczy dóbr oraz usług i cechuje się tym, że dokonywane wybory są racjonalne, umiarkowane oraz ekologiczne (Jagodzińska i Strumińska-Doktór, 2021, s. 180).

Widoczne są również nurty antykonsumpcyjne, które z kolei oznaczają zwrot ku naturalności i rezygnację z zachodniego stylu życia, co ma być wyrazem autentyczności i indywidualności (Bylok, 2016, s. 71). Sposobami na równoważenie konsumpcji są takie nurty, jak: ograniczenie konsumpcji (ekokonsumpcja i dekonsumpcja), nowy model konsumpcji, na przykład konsumpcja wspólna, bez posiadania, ruch *slow* i ruch dobrowolnej prostoty (Burgiel, 2014; 2020). Popularność zyskują również freeganizm, *smart shopping* (Radziszewska, 2017, s. 289, 290) oraz lokalizm konsumpcyjny, konsumpcja hybrydowa

i twórcze przerabianie produktów (DIY – *Do It Yourself*) (Bylok, 2016, s. 67). Używane ubrania i moda w stylu *vintage* są coraz bardziej popularne, a styl ten promowany jest przez tzw. lumensetterów (analogicznie do trendsetterów). Pojawiają się butiki cyrkularne, które sprzedają odzież używaną lub wybrakowaną w momencie produkcji, sklepy z używanymi rzeczami, które opatrzone są ekologiczną nazwą, aplikacje internetowe służące do sprzedaży rzeczy używanych (np. olx). Wielkie marki odzieżowe, na przykład Zara czy H&M, przyjmują zakupioną u nich odzież, a następnie odsprzedają ją lub poddają recyklingowi zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Popularyzują się takie praktyki, jak współdzielenie się żywnością, samochodami, ubraniami oraz przestrzenią pracy. Zdecydowana większość tych działań realizowana jest pod hasłami zrównoważonego rozwoju lub ekologii. Nie oznacza to, że nadmierna konsumpcja zanika. Wciąż w czasie wolnym należy konsumować, ale trzeba to robić inaczej. Czas wolny jest ważny, a zmiana polega na tym, że ma być on wypełniony antykonsumpcyjną czy zrównoważoną konsumpcją.

Sposoby i przedmioty konsumpcji określane są przez popularne dziś idee zrównoważonej konsumpcji (Kiełczewski, 2017) i antykonsumpcji. Stały się one modne, gdyż konsumenci utożsamiają niektóre produkty ze zdrowiem, między innymi te określane przez producentów jako ekologiczne (Janoś-Kresło, 2006, s. 75). Moda to przecież istotny mechanizm społeczeństw konsumpcyjnych (Appadurai, 2005, s. 110), który umożliwia masową popularyzację tego typu działań (Czubocha i Rejman, 2015, s. 103). Koncepcje formułowane w ramach zrównoważonego rozwoju stały się „częścią polityki światowej, procesów integracji międzynarodowej (np. traktaty Unii Europejskiej), stosunków bi- i multiratelarnych sąsiadujących ze sobą krajów oraz polityki wewnętrznej wielu państw" (Papuziński, 2017, s. 127). Jest to więc trend obserwowany w skali globalnej i występujący w wielu sektorach życia społecznego (np. edukacyjnym czy artystycznym) (Bałachowicz, 2017) oraz w branży przemysłowej (np. w sektorze budowlanym) (Mazur-Wierzbicka, 2014; Pluta, 2012) czy komunikacyjnej (Bartniczak, 2013, s. 12; Gorzelec i Wyszomirski, 2013, s. 69). Kultura coraz częściej formułuje podobne oczekiwanie także względem spędzania czasu wolnego (powinien być zagospodarowany w sposób zrównoważony), turystyki czy gastronomii i mody. Są one ściśle powiązane z czasem wolnym.

Jednostka powinna wykorzystywać czas wolny w sposób zrównoważony, co oznacza, że ma wypoczywać holistycznie (fizycznie, psychicznie, emocjonalnie), jednocześnie w równowadze i z uwzględnieniem uwarunkowań oraz potrzeb środowiska przyrodniczego, innych ludzi oraz przyszłych pokoleń (Kolny, 2014). Mówiąc o czasie wolnym w kontekście zrównoważonego rozwoju, ma się na myśli „zaspokojenie potrzeb związanych z wypoczynkiem, rozwijaniem własnych zainteresowań w taki sposób, który przyniesie zadowolenie człowiekowi i nie spowoduje szkody w środowisku naturalnym, poprzez nadmierną konsumpcję, eksploatowanie miejsc aktywnego wypoczynku i robienie wszystkiego w pośpiechu" (Kolny, 2014, s. 35). Tym samym proponuje się spowolnienie życia (*slow life*) w poszczególnych jego aspektach, np. w kontekście jedzenia (*slow food*) czy ubierania się (*slow fashion*).

Turystyka jest silnie powiązana z czasem wolnym (Dąbrowska, 2005, s. 31), istnieje bowiem dzięki niemu. W myśl definicji United Nation World Tourism Organisation z 1996 roku turystyka zrównoważona „prowadzi do zarządzania wszystkimi obszarami w taki sposób, aby potrzeby ekonomiczne, społeczne i ekologiczne były spełnione razem

z integracją kulturalną, procesami ekologicznymi, bioróżnorodnością i wspieraniem rozwoju społeczeństw" (Bajdor i Grabara, 2012, s. 53). Coraz częściej jesteśmy zachęcani do tzw. turystyki zrównoważonej, która ma się ujawniać w kilku aspektach – w odpowiednim transporcie (pozostawiającym jak najmniej śladu węglowego), strojach, miejscach, żywieniu i sposobach, w jaki spędzimy czas urlopowy, zadbaniu o społeczność lokalną. Biura podróży posiadają już takie oferty[1]. Zrównoważona turystyka ma odzwierciedlenie między innymi w praktycznych wskazówkach dla hoteli, jak zmniejszyć zużycie energii czy odpadów, w limitach turystów odwiedzających popularne miejsca, w sprzedaży produktów wytworzonych tylko przez mieszkańców danego regionu (Bajdor i Grabara, 2012, s. 57). Badania pokazują jednak, że rozumienie zrównoważonego rozwoju w turystyce jest nadal problematyczne, a tym samym przełożenie jego założeń na praktyczne wskazówki pozostawia wiele do życzenia (Kapera, 2018, s. 162–168).

Konsumenci winni jeść w zrównoważony sposób, korzystając z określonych produktów (Goryńska-Goldmann i Mytko, 2021). Promowana jest więc specyficzna dieta, która ma „niewielki wpływ na środowisko i w związku z tym przyczynia się do dobrego stanu zdrowia obecnych i przyszłych pokoleń. Dieta ta chroni i szanuje bioróżnorodność i ekosystemy, jest kulturowo akceptowalna, dostępna, sprawiedliwa ekonomicznie i przystępna; odpowiednia pod względem odżywczym, bezpieczna i zdrowa; optymalizująca zasoby przyrodnicze i ludzkie" (FAO, 2010). W ramach przestrzegania tego rodzaju diety sugeruje się zmniejszenie spożycia ilości produktów mięsnych na rzecz produktów roślinnych i ryb, a głównym argumentem zachęcającym ludzi do jej realizacji jest jej walor prozdrowotny (Rejman et al., 2015, s. 511). Także branża gastronomiczna nastawia się na wprowadzanie zrównoważonych koncepcji[2]. Zrównoważone żywienie realizuje się również w ruchu *slow food*, gdzie samo słowo „*slow*" oznaczać ma celebrowanie przygotowania potraw oraz ich spożywania (Stangierska, 2016, s. 124). W ramach ruchu promującego spowolnienie konsumowania żywności kładzie się nacisk między innymi na kultywowanie tradycji regionu, kraju, podtrzymywanie wzorów kulinarnych, rozwój lokalnego rolnictwa, promowanie zdrowego odżywiania oraz turystykę kulinarną i poprawę stanu środowiska naturalnego (Stangierska, 2016, s. 126).

Ten rodzaj konsumowania zrównoważonego znajduje także odzwierciedlenie w branży odzieżowej. Zakupy uchodzą wciąż za jeden z atrakcyjniejszych sposobów spędzania czasu wolnego, a w wielu przypadkach priorytetowa staje się prestiżowa rola przedmiotów i odzieży, a nie ich rola użytkowa (Szpunar, 2008, s. 37). Ciągłe zakupy i wzbudzanie zapotrzebowania na produkty w ramach współzawodnictwa o status społeczny są również sposobem na rozładowanie nadprodukcji (Czubocha i Rejman, 2015, s. 102). Praktyczna funkcja produktu, w tym także odzieży, realizuje się więc w możliwości demonstracji statusu społecznego, a nie zaspokojenia potrzeby podstawowej konsumenta. Jednak branża odzieżowa również wprowadza idee związane ze zrównoważonym rozwojem i dbaniem o środowisko. Są one wykorzystywane przez wiele marek odzieżowych w reklamach, co ma służyć jako zachęta dla klientów. Stosowne informacje są również umieszczane na metkach ubraniowych.

[1] Np. ClubMed.

[2] Na ten temat prowadzone są blogi pokazujące m.in. mechanizmy wprowadzenia zrównoważonej polityki do gastronomii.

Jak pokazują badania Głównego Urzędu Statystycznego z 2022 roku, Polacy kupują dużo odzieży – a do rzeczy najczęściej kupowanych online należą odzież i obuwie (GUS, 2022). W największym stopniu dotyczy to młodych użytkowników internetu w wieku 16–24 lata (52%) oraz 25–45 lat (48,3%). Młodzi konsumenci, urodzeni po 1990 roku, najczęściej kupują nowe rzeczy, oni też deklarują potrzebę zakupów i zwracają uwagę na wzór ubrań oraz ich markę (KPMG, 2019, s. 6). W ten sposób realizowana jest zasadnicza rola jednostek w społeczeństwie ponowoczesnym – rola konsumenta.

Biorąc więc pod uwagę potrzebę ciągłego zysku w branży odzieżowej oraz wzbudzanie przez kulturę pragnień nowych produktów (co możliwe jest do osiągnięcia dzięki *fast fashion*), w branży modowej hasła związane z ograniczaniem konsumpcji znajdują tylko częściową realizację. Przestrzeń mody odzieżowej zdaje się bowiem tym sektorem, który najbardziej „zwija się w konwulsjach", gdy upowszechniają się idee antykonsumpcyjne blokujące przecież zysk. Z jednej strony branża odzieżowa musi zarabiać, ale z drugiej nie może zostać obojętna na proekologiczne i zrównoważone hasła odczytywane przez uczestników współczesnej kultury, będących jednocześnie klientami sklepów z odzieżą. Co sezon, a nawet w jego trakcie pojawiają się nowe wzory ubrań (*fast fashion*), niektóre określane jako *must have* sezonu. To przyciąga szczególnie młodych konsumentów, skłonnych do kupowania kolejnych rzeczy, choć te z poprzedniego sezonu są wciąż w dobrym stanie i nie ma realnej potrzeby ich wymiany. Te nowe wzory ubrań „opakowane" zostają w idee związane z dbaniem o środowisko i klimat, o prawa pracownicze. Znajduje to wyraz w marketingowych zabiegach – metkach na ubraniach informujących o odzieży organicznej czy pochodzącej z recyklingu, w głośnych kampaniach reklamowych, w papierowych torbach, w które pakowane są produkty, we wtórnym obrocie swoimi ubraniami oraz w innych praktykach.

Wątpliwości co do prawdziwej realizacji tych zasad przez producentów odzieży budzi brak przejrzystości cyklu życia ubrania – od momentu jego powstania w fabryce aż do chwili, gdy pojawi się ono na wieszaku w sklepie – oraz brak transparentności łańcucha dostaw (Szymor, 2021, s. 112). Dodatkowym problemem branży modowej są też nagłaśniane w mediach katastrofy związane z szyciem ubrań w krajach azjatyckich, na przykład zawalenie się fabryki w 2013 roku w Bangladeszu, w której ubrania szyte były przez właścicieli takich marek, jak Next, Primark czy polski koncern LPP. W wielu przypadkach obecne jest zjawisko tzw. greenwashingu, czyli rozpowszechniania „przez organizację informacji w taki sposób, aby rzekomo prezentować się jako publicznie odpowiedzialny za środowisko podmiot" (Szymor, 2021, s. 99).

Jasne jest, że tylko niektórzy producenci odzieżowi rzeczywiście realizują tę odpowiedzialność w praktyce i kierują się zasadami, jakie określone są w manifeście *slow clothing* (Milburn, 2021, s. 103). Coraz więcej bowiem jest na rynku producentów (także polskim) z branży *slow fashion* czy też lokalnych małych wytwórców, którzy wprowadzają idee odpowiedzialności w branży odzieżowej (Milburn, 2017). Obecnie mamy do czynienia z wieloma innymi praktykami w tej dziedzinie, które ograniczają konsumpcję i są zbieżne ze zrównoważoną polityką, na przykład wystawianie ubrań w komisach, wymiana ubraniami z innym osobami, sklepy *vintage*, przeróbki krawieckie, szycie na miarę czy leasing i wypożyczalnie ubrań (Zajączkowska, 2022, s. 142). Należy do nich także zaliczyć butiki cyrkularne i second handy. Według prognoz mogą one stać się najważniejszym kanałem konsumpcji, a światowy rynek odzieży używanej od swej wartości 119 bilionów dolarów w 2022 roku ma wzrosnąć

o 7% do 2026 roku (GlobalData, 2022)[3]. Praktyki te wpisują się w nowy model – mody cyrkularnej (*circular fashion*), który składa się z pięciu elementów: zaprojektowanie produktu, wytworzenie produktu, sprzedaż, użytkowanie i odnowienie, czyli ponowne użycie (Blum, 2021, s. 21). Moda cyrkularna definiowana jest jako „ubrania, akcesoria, buty, które są projektowane, produkowane i dostarczane z zamiarem odpowiedzialnego i efektywnego używania oraz rozpowszechniania w społeczeństwie tak długo, jak to możliwe w ich najcenniejszej formie, a w przyszłości bezpiecznie wracają do biosfery, gdy już nie będą użytkowane przez człowieka" (Blum, 2021, s. 20). Można więc powiedzieć, że konsumpcja się nie kończy, tylko zmienia. Inaczej mówiąc, konsumujemy antykonsumpcyjnie.

PODSUMOWANIE

W społeczeństwie konsumpcyjnym czas wolny i jego wykorzystanie określane są właściwymi mu wzorami kulturowymi. Jest on dostępny dla wszystkich członków społeczeństwa, ale jego spędzanie związane jest z cechami społeczno-demograficznymi jednostek i grup, z ich pozycją społeczną i kapitałem kulturowym. Inaczej więc będą spędzać czas młodzi i starzy, posiadający zróżnicowane dochody i pochodzący z odmiennych środowisk. Te oraz inne zmienne społeczne częściowo określają zainteresowania jednostek, a także – jak pisał J. Baudrillard – skłaniają je do spędzania wolnego czasu w określony sposób. Obserwuje się także zjawisko uniformizacji czasu wolnego – wzory jego spędzania oferowane są wszystkim i potencjalnie są dla wszystkich dostępne. Transmisję tych wzorów wspomagają nowe media, które pokazują możliwości wyboru i zachęcają do wykorzystania czasu, kierując się przede wszystkim dążeniem do przyjemności. Tym samym wolność człowieka w zakresie spędzania czasu wolnego, jak i wolność konsumenta do wyboru, jest ograniczona, pozorna, i jak określał ją J. Baudrillard – ma charakter dramatyczny – bo niby czas jest wolny, ale zdeterminowani jesteśmy, by łączyć z nim określone formy aktywności. Pewne jest to, że w czasie wolnym konsumuje się (bo po to on właśnie jest) (Krajewski, 2003, s. 45).

Wciąż aktualne pozostają wzory kulturowe spędzania czasu wolnego w stylu nastawionym na hedonistyczne konsumowanie. Przyjemność i dążenie do niej na różne sposoby to naczelny cel konsumentów, którzy są zbieraczami wrażeń i dla których przedmioty mają znaczenie wtórne względem doznania (Bauman, 2000, s. 99). To właśnie „dążenie do przeżywania przyjemności i przygody staje się imperatywem społecznego działania konsumenta" (Bylok, 2012, s. 50).

Obok konsumpcji przyjemnościowej popularność zyskują wzory wiążące się z wartościami stanowiącymi element koncepcji zrównoważonego rozwoju, obecnymi w wielu obszarach życia społecznego. Można powiedzieć, że są one coraz silniej zakorzenione w kulturze i obecne w świadomości społeczeństw, w tym także polskiego. Nie oznacza to jednak, że są one w praktyce realizowane przez jednostki, także dlatego, że koszty, jakie wiążą się z nimi, są wyższe niż w innych przypadkach. Szczególnie w obliczu trudnej sytuacji ekonomicznej

[3] Dane te pochodzą z corocznego raportu ThredUp Resale Raport 2022 opracowanego przez firmę GlobalData. Raport dotyczy światowego rynku odzieży używanej, skupia się również na poszczególnych kontynentach. Ukazuje stan aktualny oraz prognozy i tendencje.

realizowanie takich postulatów może być utrudnione. Dotyczy to także, a może przede wszystkim producentów znanych marek odzieżowych, którzy uczestniczą w greenwashingu. Jak dążenie do przyjemności ma się do idei ograniczenia konsumowania, do odpowiedzialnej konsumpcji? Konsumenci coraz częściej będą poddawać refleksji politykę marketingową wielkich marek odzieżowych, które z jednej strony zachęcają do kupowania ponad miarę, a z drugiej uczestniczą w spotach reklamowych na temat zrównoważonej i odpowiedzialnej konsumpcji oraz w zjawisku greenwashingu. Ponadto upowszechniający się minimalizm w stroju, architekturze, transporcie czy jedzeniu również staje się źródłem przyjemności dla wielu konsumentów. To wreszcie szansa na cieszenie się rzeczami, które mamy, a nie ciągłe dążenie do czegoś, co rzekomo mieć powinniśmy.

Wydaje się, że nurty związane z antykonsumpcją i zrównoważoną konsumpcją będą się radykalizować i tym samym w coraz większym stopniu będą kreowały sposoby wykorzystywania przez konsumentów czasu wolnego. Edukacja w tym zakresie również buduje świadomość społeczną, co staje się motorem określonych działań. Można więc założyć, że zapełnienie czasu wolnego będzie determinowane przez zrównoważone wzory spędzania go (Niezgoda, 2014, s. 102). Stanie się to dostrzegalne przede wszystkim w turystyce, która jest dzięki niemu możliwa, a także w podejściu do jedzenia, w organizacji gastronomii i w modzie.

Kończąc powyższą charakterystykę tych nowych propozycji wypełniania czasu wolnego, warto jeszcze podkreślić możliwość (i potrzebę) prowadzenia dalszych badań w zakresie zrównoważonego konsumowania *laisure time.* Szanse na przeprowadzenie pogłębianych badań stanowi teoria praktyk społecznych T. Schatzy'ego, która pozwala na przeprowadzenie analizy aktywności jednostek (w naszym wypadku wypełniających czas wolny) z perspektywy ich czynności, zasad i reguł, które te czynności określają oraz motywacji i emocji, które im towarzyszą (Schatzky, 2001, s. 56, 61). Sam Schatzky wskazuje, że wypoczynek również stanowi rodzaj praktyki społecznej (Schatzky, 2001, s. 56). Pojawia się tu okazja do wielowymiarowej analizy praktyk społecznych polegających na zrównoważonym konsumowaniu w czasie wolnym, które jednocześnie są zadomowione w życiu społecznym.. Ogląd literatury przedmiotu pokazuje, że dziś tak wielowymiarowych i całościowych polskich badań jeszcze nie przeprowadzono, a co więcej, istniejące nieliczne wyniki badań rozproszonych sugerują, że w mentalności Polaków idee zrównoważonej konsumpcji nie są zinternalizowane i raczej funkcjonują na zasadzie mody promowanej przez agendy socjalizacji.

BIBLIOGRAFIA

Appadurai, A. (2005). *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*. Kraków: Universitas.

Bajdor, P., Grabara, J.K. (2012). Turystyka zrównoważona – przegląd literatury i charakterystyka. W: S. Nowak (red.), *Regionalne i lokalne strategie rozwoju turystyki. Materiały i studia* (s. 52–10). Katowice: Wydawnictwo AWF w Katowicach.

Bałachowicz, J. (2017). Idea zrównoważonego rozwoju w edukacji dziecka. *Prima Educatione*, 1, 21–38.

Barber, B. (2008). *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*. Warszawa: Muza.

Bartniczak, B. (2013). Zrównoważony transport na poziomie regionalnym jako przedmiot pomiaru wskaźnikowego. W: M. Michałowska (red.), *Współczesne uwarunkowania rozwoju transportu w regionie* (s. 11–20). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

Baudrillard, J. (2006). *Społeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!

Bauman, Z. (2000). *Globalizacja*. Warszawa: PIW.

Bauman, Z. (2006). *Społeczeństwo w stanie oblężenia*. Warszawa: Sic!.

Blum, P. (2021). *Circular Fashion. Making the Fashion Industry Sustainable*. London: Laurence King Publishing.

Burgiel, A. (2004). Internet jako źródło informacji i narzędzie komunikacji współczesnego konsumenta. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, 179, 541–547.

Burgiel, A. (2014). Wspólna konsumpcja (*collaborative consumption*) jako alternatywna opcja dla konsumenta XXI wieku. *Marketing i Rynek*, 8, 1009–1014.

Burgiel, A. (2020). *Zrównoważona konsumpcja dla opornych, czyli jak być konsumentem w XXI w. i nie przesadzić*. Pobrano z: https://www.ue.katowice.pl/fileadmin/user_upload/akademia/nowa-struktura/elit/prezentacje_zima_202021/Zr%C3%B3wnowa%C5%BCona_konsumpcja.pdf [15.02.2023].

Burszta, W. (2001). *Asteriks w Disneylandzie. Zapiski antropologiczne*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.

Bylok, F. (2012). Orientacja na przyjemność w zachowaniach konsumentów. *Konsumpcja i Rozwój*, 1, 48–60.

Bylok, F. (2016). Alternatywne formy konsumpcji wobec konsumpcjonizmu. *Handel Wewnętrzny*, 2, 63–77.

Bylok, F. (2016). Meandry konsumpcji we współczesnym społeczeństwie: konsumpcjonizm versus dekonsumpcja. *Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym*, 19, 1, 55–69.

Czubocha, K., Rejman, K. (2015). Społeczeństwo czasu wolnego i konsumpcji w dobie postmodernizmu: analiza socjologiczna. *Humanities and Social Sciences*, XX. 22(4), 99–109.

Dąbrowska, A. (2005). *Usługi turystyczne a czas wolny*. Warszawa: IRWiK.

Dumazedier, J. (1959). Rzeczywistość czasu wolnego a ideologia. *Nowoczesna Kultura*, 36.

FAO (2010). *Report International Scientific Symposium: Biodiversity and Sustainable Diet – United Against Hunger*. Pobrano z: FAO, https://www.fao.org/ag/humannutrition/29186-021e012ff2db1b0eb6f6228e1d98c806a.pdf [1.03.2023].

GlobalData (2022). *ThredUp Resale Raport 2022*. Pobrano z: ThredUp, https://www.thredup.com/resale/ [5.03.2023].

Goryńska-Goldmann, E., Mytko, W. (2021). *Zrównoważona konsumpcja żywności. Wybrane działania wspierające jej rozwój*. Warszawa: Difin.

Gorzelec, K., Wyszomirski, O. (2013). Plan zrównoważonego rozwoju transportu publicznego. W: M. Michałowska (red.), *Współczesne uwarunkowania rozwoju transportu w regionie* (s. 69–77). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

GUS (2022). *Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w gospodarstwach domowych w 2022 r*. cz. 3. tab. 13a. Pobrano z: GUS, https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/

wykorzystanie-technologii-informacyjno-komunikacyjnych-w-jednostkach-administracji-publicznej-przedsiebiorstwach-i-gospodarstwach-domowych-w-2022-roku,3,21.html [10.02.2023].

Hellman, K-U. (2008). Das konsumistische Syndrom. W: K-U. Hellman, G. Zurstiege (ed.), *Räume des Konsums über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus* (s. 19–50). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Jagodzińska, M., Strumińska-Doktór, A. (2021). Idea konsumpcji zrównoważonej w kształceniu studentów do wykonywania zawodu nauczyciela. W: R.F. Sadowski, A. Kosieradzka-Federczyk, A. Klimska (red.), *Antropologiczne i przyrodnicze aspekty konsumpcji nadmiaru i umiaru* (s. 177–187). Warszawa: KSAP.

Janoś-Kresło, M. (2008). *Usługi społeczne a zrównoważony rozwój regionów*. Warszawa: SGH.

Kampania 17. Celów. (2023). *Polski konsument a cele zrównoważonego rozwoju*. Pobrano z: Kampania 17. Celów, https://kampania17celow.pl/wp-content/uploads/2022/05/Polski-Konsument_a-SDGs.pdf [20.04.2023].

Kapera, I. (2018). *Rozwój zrównoważony turystyki. Problemy przyrodnicze, społeczne i gospodarcze na przykładzie Polski.* Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.

Kiełczewski, D. (2007). Struktura pojęcia konsumpcji zrównoważonej. *Ekonomia i Środowisko*, 36, 36–52.

Klimski, W. (2012). Stołeczny *laisure time.* O anatomii czasu wolnego wielkiego miasta. W: S.H. Zaręba (red.). *Warszawa i jej mieszkańcy 2010* (s. 77–86). Warszawa: KONTRAST.

Kłoskowska, A. (1983). *Kultura masowa. Krytyka i obrona*. Warszawa: PWN.

Kolny, B. (2014). Czas wolny w świetle zrównoważonego rozwoju. *Konsumpcja i Rozwój*, 2(7), 28–38.

KPMG (2019). *Rynek mody w Polsce. Wyzwania*. Pobrano z: KPMG https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2019/11/pl-raport-kpmg-w-polsce-pt-rynek-mody-w-polsce-2019.pdf [5.02.2023].

Krajewski, M. (2003). *Kultury kultury popularnej*. Poznań: Wydawnictwo UAM.

Mazur-Wierzbicka, E. (2014), Ekoinnowacje – istotny element zrównoważonego budownictwa. *Handel Wewnętrzny*, 5(352), 138–148.

Milburn, J. (2021). *Slow Clothing. Finding meaning in what we wear*. Brisbane, Queensland: Textile Beat.

Muszyński, W. (2008). Kultura czasu wolnego w epoce globalizacji. W: W. Muszyński (red.), *„Cudne manowce?" kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie* (s. 7–13). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Nasza wspólna przyszłość. Raport Światowej Komisji do Spraw Środowiska i Rozwoju (1991). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.

Niezgoda, A. (2014). Czas wolny a zmiany na rynku turystycznym. W: B. Krakowiak, J. Latosińska (red.), *Przeszłość, teraźniejszość i przyszłość turystyki. Warsztaty z Geografii Turyzmu*, t. 5 (s. 101–113). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Nowalska-Kapuścik, D. (2008). Czas wolny czy czas niewolny? O znaczeniu czasu wolnego w społeczeństwie konsumpcyjnym. W: W. Muszyński (red.), *„Czas ukoi nas?" jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie* (s. 26–36). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Papuziński, A. (2017). Filozofia Raportu Brundtland. W: R.F. Sadowski, Z. Łepko (red.), *Theoria i Praxis zrównoważonego rozwoju. 30 lat od ogłoszenia raportu Brundtland* (s. 127–142). Warszawa: TNFS.

Pawłowski, A. (2017). *Rozwój zrównoważony – największe wyzwanie XXI wieku.* W: R.F. Sadowski, Z. Łepko (red.), *Theoria i Praxis zrównoważonego rozwoju. 30 lat od ogłoszenia raportu Brundtland* (s. 53–64). Warszawa: TNFS.

Pluta, A. (2012), *Budownictwo zrównoważone – powszechnie obowiązujący standard.* Pobrano z: Inteligentny Budynek, https://inteligentnybudynek.eu/budownictwo-zrownowazone--powszechnie-obowiazujacy-standard/ [25.02.2023].

Rejman, K., Kowrygo, B., Laskowski, W. (2015). Ocena struktury spożycia żywności w Polsce w aspekcie wymogów zrównoważonej konsumpcji. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 3(37), 503–512.

Ritzer, G. (2001). *Magiczny świat konsumpcji*. Warszawa: MUZA.

Schatzky, T.R. (2001). Practice mind-ed orders. W: T.R. Schatzky, K.K. Cetina, E. von Savigny (ed.), *The Practice turn in Conteporary Theory* (s. 50–63). London–New York: Rautledge.

Stangierska, D. (2016). Slow Food w gastronomii w kontekście zrównoważonego rozwoju. *Handel Wewnętrzny*, 1(360), 122–132.

Szczepański, J. (1970). *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.

Szpunar, M. (2008). Konsumuję, więc jestem. Konsumowanie jako forma spędzania wolnego czasu w społeczeństwie nowoczesnym. W. Muszyński (red.), *„Czas ukoi nas?" jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie* (s. 37–48). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Szymor, M. (2021). *Slow fashion*. Warszawa: Wydawnictwo Moc Media.

Tarkowska, E. (1999). Spór o niedzielę w perspektywie globalnych przemian kulturowych. W: M. Kempny, G. Woroniecka (red.), *Religia i kultura w globalizującym się świecie* (s. 112–120). Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

Tarkowska, E. (2001). Czas społeczny a czas wolny. Koncepcje i współczesne przemiany. W: A. Żarnowska, A. Szwarc (red.), *Kobieta i kultura czasu wolnego* (s. 17–33). Warszawa: Wydawnictwo DIG.

Terada, Y. (2004). *Rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i różne koncepcje wolności.* W: M. Golka (red.), *W cywilizacji konsumpcyjnej* (s. 9–26). Poznań: Wydawnictwo UAM.

Tyburski, W. (2011). Etyka środowiskowa i jej wkład w budowanie świadomości sprzyjającej wdrażaniu idei zrównoważonego rozwoju. W: W. Tyburski (red.), *Zasady kształtowania postaw sprzyjających wdrażaniu zrównoważonego rozwoju* (s. 85–157). Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Uklańska, K. (2022). *Second hand* w przemianie. Transformacja ideowo-motywacyjnego kontekstu sklepów z używaną odzieżą. *Władza Sądzenia*, 23, 180–200.

Zajączkowska, K. (2022). *Odpowiedzialna moda. Guilt-free przewodnik po slow fashion*. Kraków: Znak Koncept.

KATARZYNA ANNA UKLAŃSKA

SUSTAINABLE CONSUMPTION OF FREE TIME. ON THE TRANSFORMATION OF LEISURE TIME IN CONSUMER SOCIETY

Leisure as an achievement of modern society has become available to the masses thanks to industrialization. It is a constant value of postmodern societies. However, it is undergoing changes – changes in its resources (we have more of it or less) and in the quality and ways of spending it. It is culture that determines the quantity, quality and content of leisure time available to individuals and groups. In the Western culture societies, the consumption model of spending free time is dominant. But, gaining popularity anti-consumer and sustainable consumption values, are being implemented in the area of leisure time more and more often. This is a novelty in current cultural patterns. The aim of the article is to show that sustainable and anti-consumer ideas that are relevant today, show individuals and groups how to use leisure time in a new way, and how to consume them in an anti-consumer way. The basis of the article is the analysis of subject literature, existing research, as well as social practices related to this issue.

Keywords: sustainable development, changes, free time, fashion, anti-consumption

Zgłoszenie artykułu: 15.03.2023

Recenzje: 14.04.2023

Akceptacja: 4.05.2023

Publikacja online: 30.06.2023

© 2023 Autorka. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

STUDIA HUMANISTYCZNE AGH Tom 22/1 • 2023

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.47

Agnieszka Zduniak*

ORCID: 0000-0001-5349-7469
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

PROBLEMATYCZNE UŻYTKOWANIE INTERNETU W CZASIE WOLNYM PRZEZ MŁODZIEŻ W PERSPEKTYWIE PSYCHOLOGII UZALEŻNIEŃ

Artykuł poświęcony jest wybranym aspektom społeczno-psychologicznym nadmiernego korzystania z internetu przez młodzież. Spędzanie czasu wolnego online dostarcza wielu korzyści, ale może być także przyczyną nowych, nieznanych wcześniejszym pokoleniom problemów. Nadmierne korzystanie z internetu może przerodzić się w uzależnienie behawioralne i podobnie jak inne uzależnienia prowadzić do zaniedbywania innych sfer życia oraz poważnych szkód zdrowotnych i społecznych. Autorka przedstawia symptomy i kryteria problematycznego korzystania z internetu, niektóre czynniki społeczno-kulturowe sprzyjające uzależnieniu, a także dane statystyczne z krajów rozwiniętych wskazujące na to, że nadmierne angażowanie się w nowe technologie i przenoszenie znaczącej części życia do świata wirtualnego staje się poważnym problemem społecznym, którego nie wolno lekceważyć.

Słowa kluczowe: młodzież, nowe technologie, uzależnienia behawioralne, czas wolny, uzależnienie od Internetu

WPROWADZENIE

Jedną z charakterystycznych cech społeczeństwa nowoczesnego jest sukcesywne rozszerzanie się sfery życia określanej mianem czasu wolnego. Jej instytucjonalizacja następowała stopniowo: w XIX-wiecznej Anglii ustanowiono w zakładach pracy wolne niedziele w trosce o wydajność pracy robotników; w Stanach Zjednoczonych na początku XX wieku zdecydowano o wprowadzeniu dwudniowego weekendu, a obecnie w niektórych krajach testuje się, z dobrymi wynikami, czterodniowy tydzień pracy, co pozwala przypuszczać, że sfera czasu wolnego i zakres sposobów jego wykorzystywania będzie się poszerzać. Również regulacje dotyczące ośmiogodzinnego dnia pracy, dni ustawowo wolnych od pracy, świąt i urlopów sprawiają, że czas wolny staje się oczywistym dla współczesnego człowieka elementem jego funkcjonowania w strukturze społecznej.

* Instytut Nauk Socjologicznych, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, ul. Wóycickiego 1/3, bud. 23, 01-938 Warszawa; e-mail: a.zduniak@uksw.edu.pl

Formułowane przez badaczy życia społecznego definicje czasu wolnego wskazują na jego wartość zarówno autoteliczną, jak i instrumentalną – może on bowiem nie tylko być wartością samą w sobie, ale także służyć do zdobywania społecznie użytecznych umiejętności. W tym kontekście Stebbins wyróżnia swobodny czas wolny (ang. *casual leisure*) i poważny czas wolny (ang. *serious leisure*) (2007). Może on pełnić funkcję rekreacyjną (regeneracja sił), ludyczną (rozrywka, zabawa), edukacyjną, rozwoju osobowości, samorealizacji, uspołeczniającą, twórczą, kulturalną i wiele innych (Kłoskowska, 1983; Matyjas, 2003; Prokosz, 2000; Raczkowska, 2000; Szafraniec i Boni, 2011; Wnuk-Lipiński, 1975, 1981).

Przedstawiciele różnych dyscyplin naukowych formułują czasem odmienne definicje czasu wolnego, jednak mimo różnorodności ujęć teoretycznych większość z nich zawiera wspólny istotny element: jest nim kryterium dowolności, swobodnej dyspozycji, wolności wyboru. Kryterium to występuje zarówno w klasycznej definicji Dumazediera (1974), jak i w innych ujęciach (Opaschowski, 1996; Prahl, 2010; Spode, 2006). Czas wolny winien więc być nie tylko czasem „wolnym od" (obowiązków szkolnych, zawodowych czy domowych), lecz również „wolnym do" kształtowania go w taki sposób, jaki jednostka uzna za właściwy i odpowiadający jej potrzebom oraz zainteresowaniom. Współczesne społeczeństwo oferuje ogromny zakres możliwości wyboru we wszystkich sferach życia. Dotyczy to również czasu wolnego. Można jednak zaobserwować wyraźne tendencje do preferowania określonych form spędzania tego czasu w różnych środowiskach, grupach czy kategoriach wiekowych. W przypadku młodzieży jedną z najpopularniejszych jest spędzanie czasu wolnego online zarówno przed komputerem, jak i za pośrednictwem urządzeń mobilnych.

Celem niniejszego artykułu jest omówienie zjawisk, które mogą wskazywać na to, że czas wolny, który wiele młodych osób spędza w wirtualnej rzeczywistości internetu niekoniecznie musi być czasem rzeczywiście wolnym – kształtowanym w sposób świadomy i swobodny. Patologiczne korzystanie z mediów elektronicznych (Suler, 2004), prowadzące nierzadko do zaniedbywania innych sfer życia oraz poważnych szkód zdrowotnych i społecznych, może być symptomem uzależnienia behawioralnego, które w wielu krajach rozwiniętych zostało już uznane za poważny problem społeczny.

UZALEŻNIENIA BEHAWIORALNE – DEFINICJE I KRYTERIA

Opracowania naukowe dotyczące problematyki uzależnień coraz częściej uwzględniają pojęcie „nowych uzależnień" (ang. *new addictions*) – grupy zaburzeń określanej zbiorczym terminem uzależnień behawioralnych (czynnościowych). Określają one sytuację, w której pojawiają się objawy uzależnienia, mimo że osoba nimi dotknięta nie przyjmuje żadnej substancji psychoaktywnej. Czynnikiem uzależniającym staje się natomiast wykonywanie określonych czynności będących źródłem przyjemności lub ulgi. Guerreschi zwraca uwagę na to, że chodzi tu w większości o czynności, które same w sobie nie mają charakteru szkodliwego i na ogół są społecznie akceptowane (Guerreschi, 2006). Osoba uzależniona nie jest w stanie, niekiedy mimo wielu prób, zrezygnować z danej czynności; jej wykonywanie początkowo jest źródłem pozytywnych wzmocnień, z czasem jednak zmienia się w rodzaj wewnętrznego przymusu zmierzającego do redukcji dyskomfortu w postaci obniżonego nastroju: smutku,

napięcia, irytacji, gniewu itp. Spektrum zachowań, od których można się uzależnić, jest bardzo szerokie: może to być hazard, praca, zakupy, seks, sport, zdrowe odżywianie czy opalanie się. W związku z rozwojem nowych technologii do grona czynności potencjalnie uzależniających dołączyły zachowania związane z użytkowaniem internetu: granie w gry, przeglądanie stron internetowych, użytkowanie portali społecznościowych itp.

Griffiths (2004) wylicza symptomy uzależnienia behawioralnego. Jednym z nich jest to, że określona czynność zaczyna zajmować w życiu danej osoby miejsce priorytetowe; dążenie do jej wykonywania usuwa w cień inne zajęcia bez względu na to, czy miały one charakter obowiązku, czy przyjemności. Po drugie, czynność będąca przedmiotem uzależnienia stanowi zwykle strategię regulacji nastroju, szczególnie w przypadku negatywnych doświadczeń i emocji. Kolejny symptom to pojawiające się w przypadku wszystkich nałogów zjawisko tolerancji. Aby osiągnąć ten sam efekt (zadowolenie, przyjemność, euforię), zachowanie musi być podejmowane coraz częściej i trwać coraz dłużej. Następna cecha to objawy odstawienne: osoba uzależniona, nie mogąc z jakichś przyczyn podjąć nałogowej czynności, doświadcza nieprzyjemnych odczuć psychicznych, a z czasem również fizycznych. Kolejny objaw to konflikty spowodowane wzmożoną koncentracją na nałogowym zachowaniu – mogą one mieć charakter wewnętrzny (osoba uzależniona odczuwa wyrzuty sumienia, wstyd, poczucie bezsilności), jak również dotyczyć sfery relacji międzyludzkich, gdy otoczenie reaguje negatywnie na zaniedbywanie różnych sfer życia pod wpływem nałogu. Wreszcie ostatnim – lecz bardzo istotnym – symptomem jest tendencja do nawrotów. Uzależnienie behawioralne, podobnie jak uzależnienie od substancji, pociąga za sobą stałą skłonność do podejmowania na nowo określonego zachowania, nawet jeżeli przez pewien czas było się w stanie nad nim zapanować.

W latach dziewięćdziesiątych XX wieku Young przeprowadziła szereg badań, których wyniki dowiodły, że bycie online może przekształcić się w rodzaj uzależnienia klinicznego powodującego zaburzenia czynności psychicznych na podobieństwo uzależnienia od alkoholu czy narkotyków (Young, 1996). W skrajnych przypadkach dochodzi do sytuacji, w których użytkownicy internetu nie mogą już w sposób wolny decydować o własnym życiu. Medium, które miało im służyć, przejmuje nad nimi kontrolę, stając się nałogiem i pociągając za sobą skutki niewiele odbiegające od „tradycyjnych" uzależnień. Kilka lat później Shapira i inni (2003) zaproponowali schemat diagnostyczny ukierunkowany na zaburzenia kontroli impulsów, unikając jednakże sformułowania „uzależnienie od internetu" ze względu na brak dostatecznych dowodów świadczących o tym, że problematyczne użytkowanie mediów elektronicznych spełnia kliniczne kryteria uzależnienia.

PROBLEMOWE UŻYTKOWANIE INTERNETU Z PERSPEKTYWY PSYCHOLOGICZNEJ

Nadmierne użytkowanie internetu jest przedmiotem licznych badań, jednak do dziś nie opracowano jednolitych kryteriów, na podstawie których można by jednoznacznie określić, kiedy bycie online jest jeszcze jedną z wielu podejmowanych na co dzień aktywności, a kiedy przekształca się w nadużywanie lub w uzależnienie. Samo korzystanie z internetu, nawet

w znaczącym wymiarze czasowym, nie oznacza od razu, że jest to tzw. problemowe używanie. W obecnie prowadzonych badaniach stosowana jest często skala kompulsywnego używania internetu CIUS (*Compulsive Internet Use Scale*). Została ona opracowana w Holandii na podstawie kryteriów patologicznego hazardu DSM-IV (Meerkerk et al., 2009). W kwestionariuszach do diagnozy uzależnienia od internetu wykorzystuje się pozycje z kwestionariuszy dotyczących uzależnienia od substancji, a także nowe kryteria związane z uzależnieniem od internetu. Często stosowanym kwestionariuszem jest również Internet Addiction Scale – IAT (Young, 2011), który został zatwierdzony w Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych, Finlandii i Korei. Kwestionariusz Chen Internet Addiction Scale (CIAS) jest stosowany na Tajwanie (Chen et al., 2003), a kwestionariusz problemowego korzystania z internetu *Problematic Internet Use Questionnaire* (PIUQ) na Węgrzech. W Polsce wykorzystywany jest ponadto kwestionariusz B. Pawłowskiej i E. Potembskiej do badania uzależnienia od internetu (Pawłowska i Potembska, 2009).

Ważnym krokiem sygnalizującym, że problemowe użytkowanie internetu może stać się poważnym problemem społecznym, stało się oficjalne uznanie nałogowego grania w gry za jednostkę chorobową. W opublikowanej w 2018 roku klasyfikacji chorób i zaburzeń ICD-11 Światowa Organizacja Zdrowia dodała do listy zaburzeń psychicznych *gaming disorder* (World Health Organization, 2018). Do zdiagnozowania tego zaburzenia nie wystarczy sam fakt, że dana osoba poświęca dużo czasu na granie; konieczne jest również stwierdzenie towarzyszących temu zmian w zachowaniu. Nowa jednostka chorobowa opisana jest następująco: „Zaburzenie gamingowe charakteryzuje się wzorem trwałych lub powtarzających się zachowań związanych z graniem (*gaming* cyfrowy W lub *videogaming*), które mogą występować w formie online (tzn. zapośredniczonej przez internet) lub offline, przejawiających się w:

- ograniczonej kontroli nad graniem (np. rozpoczynaniem, częstotliwością, intensywnością, czasem trwania, zakończeniem, kontekstem);
- przypisywaniu graniu coraz większego znaczenia do tego stopnia, iż granie staje się ważniejsze od innych życiowych zainteresowań i codziennych aktywności;
- kontynuowaniu i eskalowaniu grania mimo wystąpienia negatywnych konsekwencji.

Wzór zachowania jest utrwalony tak bardzo, że powoduje znaczące upośledzenie osobistych, rodzinnych, społecznych, edukacyjnych, zawodowych lub innych ważnych obszarów funkcjonowania. Może mieć formę ciągłą lub epizodyczną i nawracającą. Zachowanie związane z graniem i inne objawy muszą być zwykle widoczne przez okres co najmniej dwunastu miesięcy, aby można było postawić diagnozę, chociaż wymagany czas może zostać skrócony, jeśli zostaną spełnione wszystkie wymagania diagnostyczne, a objawy są poważne" (ICD-11, 2018).

Block (2008) wymienia cztery zjawiska sygnalizujące możliwość uzależnienia od internetu. Po pierwsze, jest to nadmierne korzystanie, zwykle związane z utratą poczucia czasu, a często również z zaniedbaniem podstawowych potrzeb. Po drugie, uczucia nieprzyjemnego napięcia, złości lub nawet stany depresyjne pojawiające się w związku z brakiem dostępu do komputera. Po trzecie, pojawiająca się stopniowo tolerancja, gdy dotychczasowy czas lub sposób użytkowania już nie wystarcza i użytkownik potrzebuje coraz lepszego sprzętu, więcej oprogramowania lub więcej godzin użytkowania. Czwartym kryterium są zmiany

w funkcjonowaniu społecznym: konflikty, kłótnie, wycofywanie się z relacji społecznych. Inni badacze zwracają uwagę na dodatkowe aspekty, na przykład psychologiczną zależność od internetu charakteryzującą się rosnącą inwestycją zasobów w działania związane z internetem i zaprzeczanie problematycznemu zachowaniu (Kandell, 1998).

CZYNNIKI PSYCHOSPOŁECZNE SPRZYJAJĄCE UZALEŻNIENIU OD INTERNETU

We współczesnym społeczeństwie informacyjnym internet stanowi nieodłączny element życia społecznego. Zmienił on znacząco procesy gromadzenia informacji i komunikacji, a umiejętność posługiwania się komputerem i dostęp do sieci jest nieodzowne, jeśli chce się w pełni uczestniczyć we wszystkich sferach społecznego życia. Dlatego samo pojęcie uzależnienia od internetu wciąż wywołuje kontrowersje i nierzadko jest kwestionowane. Często można spotkać się z opinią, że w nowoczesnym społeczeństwie komputer, telefon komórkowy i internet stanowią na tyle oczywiste składniki społecznego życia, że należałoby mówić raczej o przystosowaniu się do nowych form komunikacji niż o uzależnieniu. Statystyki pokazują, że obecnie liczba użytkowników internetu wynosi ponad 5 mld 385 mln (dane z 31 grudnia 2021 roku) na niemal 7 mld 932 mln ludności świata (Internetworldstats, 2023). W społeczeństwie funkcjonuje szereg mechanizmów nakłaniających do ciągłego bycia online – w życiu zawodowym, prywatnym, w edukacji, biznesie i wielu innych sferach. Dlatego osoby uzależnione zwykle przez długi czas nie tylko nie dostrzegają negatywnych konsekwencji swojego uzależnienia, ale sądzą wręcz, że jest ono nagradzane – również wówczas, gdy pojawiają się jego pierwsze konsekwencje w relacjach z rodziną i bliskimi oraz zaburzenia zdrowotne.

Problemowe korzystanie z internetu stanowi często strategię radzenia sobie ze stresem. W szczególności osoby wykazujące objawy lęku społecznego, mające trudności w nawiązywaniu i podtrzymywaniu kontaktów z innymi ludźmi, mogą wykorzystywać internet jako formę kontaktu społecznego obarczonego niskim ryzykiem niepowodzenia; swoistej możliwości przećwiczenia, w bezpiecznych warunkach, zachowań społecznych i umiejętności komunikacyjnych, w nadziei poprawienia interakcji z otoczeniem społecznym (Campbell et al., 2006). Internet może być również używany jako narzędzie poszerzania sieci kontaktów społecznych, a co za tym idzie, zwiększania szans na nawiązywanie satysfakcjonujących relacji, wzmacniania wiary w siebie, zdolności społecznych i wsparcia (Weinstein, 2010).

Internet jest także medium odpowiadającym potrzebom osób z deficytami uwagi, które dotyczą nie tylko cierpiących na ADHD. Obecnie średni czas koncentracji to około pięciu minut, jeszcze dziesięć lat temu było to dwanaście minut. Utrzymaniu uwagi sprzyja mechanizm zwany wzmocnieniem przerywanym odkryty przez behawiorystę B.F. Skinnera. Przerywane wzmocnienie pojawia się, gdy działanie jest wzmacniane tylko okresowo. Bardzo skutecznie nakłania ludzi do robienia rzeczy, które przynoszą pozytywny efekt tylko od czasu do czasu. Jest to zresztą ten sam mechanizm, który pojawia się w przypadku hazardu. Osoba korzystająca z internetu trafia na wiele bezwartościowych informacji, ale od czasu do czasu pojawia się coś, co będzie dla niej szczególnie interesujące, dostarczy ekscytujących przeżyć. Nagroda pojawia się więc nie zawsze, gdy sprawdza się na przykład pocztę e-mail lub konta

w mediach społecznościowych, ale czasami jest tam coś interesującego, co sprawia, że użytkownik ma ochotę zajrzeć tam ponownie. W ten sposób tworzy się mechanizm uzależnienia.

Współczesne tempo życia i liczba impulsów, jakie docierają do każdego niemal w każdej chwili, sprawiają, że człowiek ery cyfrowej nie potrafi już radzić sobie z nudą. Współczesna oferta medialna sprawia, że w każdej chwili można doświadczyć natychmiastowej stymulacji i szybkiej dawki rozrywki. W ten sposób jednak zdolność do kreatywnego zagospodarowywania sobie czasu zanika, szczególnie wśród ludzi młodych, przyzwyczajonych do zawsze dostępnej oferty online. Stąd też wielu młodych ludzi sądzi, że bez internetu po prostu nie są w stanie normalnie funkcjonować. Nie bez znaczenia jest również fakt, że sieć oferuje za każdym razem nowe rodzaje doświadczeń. W ten sposób jej potencjał uzależniający może być nawet większy niż potencjał substancji zmieniających świadomość.

Popularne portale społecznościowe i komunikatory internetowe (Facebook, WhatsApp, Snapchat) uzależniają od siebie użytkowników, wykorzystując efekt nowości informacji; aby być na bieżąco, trzeba co jakiś czas zaglądać do aplikacji. Z czasem u wielu internautów pojawia się lęk przed przeoczeniem czegoś ważnego, co zmusza ich do ciągłego sprawdzania, czy nie pojawiła się jakaś nowa informacja. Ogólnopolskie badania „Młodzi Cyfrowi" (Dębski i Bigaj, 2019) pokazują, że 14% wszystkich badanych uczniów doświadcza wysokiego natężenia syndromu FOMO (*Fear of Missing Out*; lęk przed byciem pominiętym). „27,4% uczniów przyznaje, że podczas wakacji stara się »mieć oko« na to, co robią znajomi, 28,1% osób odczuwa niepokój lub zdenerwowanie w sytuacji braku wiedzy o tym, co planują inni, zaś 33,6% uczniów martwi się, kiedy dowiaduje się, że ich znajomi bawią się bez nich" (Dębski i Bigaj, 2019, s. 39). Portale społecznościowe, na których użytkownik może zamieszczać własne zdjęcia, filmy oraz udostępniać informacje, są ponadto nie tylko okazją do prezentowania swoich aktywności i zainteresowań, lecz również narzędziami kreowania wymarzonego obrazu siebie i zabiegania o społeczną akceptację. Zdjęcie, pod którym pojawia się dużo „lajków", wprawia wielu użytkowników w dobry nastrój, sprawia, że czują się lubiani, akceptowani czy nawet podziwiani. Dla młodzieży internet jest głównym kanałem komunikowania się z rówieśnikami. Zamieszczanie zdjęć, postów oraz wysyłanie SMS-ów to sposoby zapewniania sobie poczucia akceptacji i przynależności (Pyżalski et al., 2018).

Wielu użytkowników kolekcjonuje nie tylko „lajki" pod zdjęciami, lecz również wirtualnych znajomych, których w rzeczywistości zna słabo lub wcale. W ten sposób tworzy się poczucie uczestniczenia we wspólnocie, która często nie ma żadnego odpowiednika w życiu realnym; osoba niezwykle popularna na przykład na Facebooku może czuć się całkowicie osamotniona, opuszczając świat wirtualny. Nic więc dziwnego, że dążenie do jak najczęstszego przebywania online przybiera na sile i może z czasem wymknąć się spod kontroli. Posiadanie rzeszy wirtualnych znajomych usypia czujność użytkownika i sprawia, że jest mu trudniej stawić czoła prawdziwym problemom, które wymagałyby podjęcia konkretnych działań, na przykład w celu poprawienia umiejętności nawiązywania i podtrzymywania kontaktów, przezwyciężenia lęku społecznego itp.

„Zanurzenie się" w rzeczywistości wirtualnej może pełnić funkcję eskapistyczną. N. Yee, badając motywacje graczy online, wskazuje na eskapizm *(using the online environment to avoid*

thinking about real life problems) jako ważny czynnik motywujący do grania i jednocześnie sprzyjający wystąpieniu zjawiska problemowego użytkowania internetu (Yee, 2006, s. 774). Również w przypadku innych rodzajów uzależnień eskapizm to strategia modyfikacji nastroju, w którym osoby cierpiące na nałogi wpływają na swój nastrój poprzez angażowanie się w uzależniające zachowanie, czyniąc je strategią radzenia sobie z codziennymi problemami.

SKUTKI UZALEŻNIENIA OD INTERNETU

Negatywne konsekwencje uzależnienia od internetu manifestują się we wszystkich sferach życia jednostki. Obejmują zarówno sferę fizyczną (dolegliwości somatyczne), psychiczną (zaburzenia emocjonalne), jak również sferę społeczną (interakcje, relacje z otoczeniem społecznym).

Fizjologiczne skutki nadużywania internetu to przede wszystkim dolegliwości związane z nieodpowiednią postawą ciała, brakiem ruchu, często również brakiem dbałości o podstawowe potrzeby organizmu, a także z przeciążeniem wzroku. Mogą pojawić się bóle głowy, karku i ramion, bóle i skrzywienia kręgosłupa, zespół cieśni nadgarstka, drętwienie kończyn, osłabienie wzroku, reakcje alergiczne, a także chroniczne zmęczenie i ogólne osłabienie systemu odpornościowego (Chocholska i Osipczuk, 2009).

Zaburzenia psychiczne mogą być zarówno przyczyną uzależnienia od internetu, jak również towarzyszyć mu oraz być jego konsekwencją. Hans-Jürgen Rumpf z Kliniki Psychiatrii i Psychoterapii Uniwersytetu w Lubece podkreśla, że uzależnieniu od internetu towarzyszą często: myśli samobójcze, depresja, deficyty uwagi, nadpobudliwość, skłonność do zachowań społecznie nieakceptowanych i dewiacyjnych, skłonność do używek. Czynnikami, które sprzyjają popadnięciu w uzależnienie są: młody wiek, bezrobocie lub niskie zarobki, pochodzenie z rodziny emigranckiej, stan cywilny wolny, lęk społeczny, niskie poczucie własnej wartości, impulsywność, zaburzone relacje z rodzicami (Bühring, 2016). Pozostałe często występujące psychologiczne konsekwencje siecioholizmu to: obniżenie nastroju, zawężenie zainteresowań, rezygnacja z innych przyjemności i rozrywek, zaburzenia kontroli impulsów, zaburzenia w sferze poznawczej (dezorientacja, trudności w selekcji i przetwarzaniu informacji), zaburzenia snu (Matuszczak-Świgoń i Bednarowska, 2019).

Społeczne konsekwencje problematycznego używania internetu wynikają w dużej mierze z obniżenia umiejętności komunikacyjnych – zarówno werbalnych, jak i niewerbalnych. Kontakty w sieci różnią się od tych w świecie realnym nie tylko formą; mają one dodatkowo charakter znacznie uboższy od tych zachodzących w bezpośredniej interakcji. Brak możliwości obserwowania mimiki twarzy, gestykulacji i innych sygnałów niewerbalnych płynących od drugiej osoby sprawia, że interakcja jest znacznie zubożona, zarówno w treści, jak i w swoim ładunku emocjonalnym. Przyzwyczajenie do takiej formy nie tylko zniechęca z czasem do nawiązywania i podtrzymywania kontaktów bezpośrednich, ale również nie pozwala na rozwinięcie takich właściwości, jak wrażliwość, uważność, empatia. Inne konsekwencje społeczne zaobserwowane przez badaczy to wyobcowanie, samotność, konflikty z otoczeniem oraz zachowania agresywne.

DYSFUNKCYJNE KORZYSTANIE Z INTERNETU JAKO PROBLEM GLOBALNY

Problematyczne używanie internetu prowadzące u części użytkowników do uzależnienia jest zjawiskiem, które w krajach rozwiniętych zostało już uznane za poważny problem społeczny i w przyszłości najprawdopodobniej będzie się nasilać. Świadczą o tym wyniki badań prowadzonych w wielu krajach świata. Badania niemieckie pokazują, że liczba osób uzależnionych od internetu gwałtownie wzrasta; większość stanowią dzieci oraz młodzież. W porównaniu z rokiem 2011 w 2016 roku liczba osób uzależnionych wzrosła niemal dwukrotnie wśród młodzieży od 12 do 17 roku życia. Korzystanie z cyfrowych mediów zaczyna się w coraz młodszym wieku: 17% dzieci w wieku od 2 do 5 lat używa smartfonu (Bühring, 2016). W Stanach Zjednoczonych ankieta internetowa przeprowadzona wśród 17 251 respondentów we wspólnym projekcie z ABC-NEWS.com wykazała, że 6% z nich spełnia kryteria uzależnienia od internetu (Greenfield, 1999). Ale już badanie przeprowadzone kilka lat później na studentach uniwersytetów w południowych Stanach Zjednoczonych pokazało, że do tej grupy zaliczać się może nawet jedna czwarta z nich (Fortson et al., 2007). We Włoszech według badań przeprowadzonych w roku 2009 36,7% badanych nastolatków wykazuje oznaki problematycznego korzystania z internetu (korzystanie przez wiele godzin w tygodniu). Osoby badane radziły sobie gorzej w relacjach międzyludzkich niż ich rówieśnicy, którzy nie wykazywali symptomów uzależnienia (Milani et al., 2009). W Grecji odsetek osób zagrożonych uzależnieniem według badań z 2009 roku wyniósł 12,8% (Tsitsika et al., 2009), wśród studentów brytyjskich 18,3% (Niemz et al., 2005).

W niektórych krajach azjatyckich nadmierne lub patologiczne korzystanie z internetu już od dawna zostało uznane za poważny problem społeczny. Wyniki badań przeprowadzonych w Chinach w 2009 roku pokazały, że wśród respondentów w wieku od 13 do 18 lat 10,2% korzystało z internetu w sposób umiarkowany, a 6% było poważnie uzależnionych (Lam et al., 2009). W tym samym roku prowadzone były badania na Tajwanie wśród studentów pierwszego roku uniwersytetu; 17,9% z nich było uzależnionych od internetu (Tsai et al., 2009). W Korei Południowej 16% uczniów gimnazjów korzystało z internetu w sposób potencjalnie ryzykowny, a 3,1% uznano za użytkowników wysokiego ryzyka (Seo et al., 2009).

Dysfunkcyjne korzystanie z internetu oraz zagrożenie uzależnieniem od mediów cyfrowych staje się poważnym problemem społecznym również w Polsce. W latach 2011–2012 w siedmiu krajach europejskich, w tym w Polsce, przeprowadzone zostało badanie EU NET ADB, którego celem było określenie skali nadużywania technologii cyfrowych przez młodzież w Europie i zdiagnozowanie głównych czynników takich zachowań (Makaruk i Wójcik, 2013). Wypełnione przez młodzież w trakcie badania testy pokazują, że co najmniej 12% respondentów jest zagrożonych problemem nadużywania internetu, a 1% wykazuje wyraźne symptomy nadużywania, mogące świadczyć o uzależnieniu.

Od 2014 roku ogólnopolskie badania na temat użytkowania internetu przez nastolatków w Polsce prowadzi instytut badawczy NASK we współpracy z Ministerstwem Cyfryzacji. Wydany w 2019 roku raport Nastolatki 3.0 (Bochenek i Lange, 2019) przedstawia rolę internetu w życiu współczesnej polskiej młodzieży na podstawie badania 1173 uczniów

z 55 szkół z całej Polski, w tym szkół podstawowych, gimnazjów, liceów oraz techników. Badanie pokazało, że prawie wszyscy respondenci korzystali z internetu codziennie. Średni czas użytkowania wyniósł 4 godziny 12 minut, co stanowi znaczącą różnicę w porównaniu z wynikiem uzyskanym w edycji badania z 2016 roku, gdzie wynosił on 3 godziny 40 minut. Samodzielne korzystanie z sieci ma miejsce na ogół od 7 roku życia.

Młodzież używa internetu głównie w celach rozrywkowych oraz dla nawiązywania i podtrzymywania interakcji społecznych. Większość uczniów (65%) przyznaje się do poczucia, że zbyt dużo korzystają z telefonu komórkowego, a 49% deklaruje, że zwykle korzysta z niego dłużej, niż początkowo planowali. Spośród badanych 35% zgadza się ze zdaniem „Moje życie byłoby puste bez mojego telefonu/smartfonu", a 31% ze stwierdzeniem: „Czuję się zniecierpliwiony i zdenerwowany, gdy nie mogę skorzystać z mojego telefonu/smartfonu". Odpowiedzi na pytania wskazują na negatywne skutki w sferze zdrowotnej spowodowane nadużywaniem telefonu z dostępem do internetu. Spośród respondentów 30% przyznaje się do zmęczenia i niewyspania z tego powodu, 23% miewa zawroty głowy lub odczuwa pogorszenie wzroku, 22% odczuwa ból w nadgarstku lub karku podczas korzystania ze smartfonu. Odpowiedzi wskazują również na bezpośredni, negatywny wpływ internetu na życie społeczne. 30% respondentów przyznaje się do zaniedbywania obowiązków z powodu spędzania czasu w sieci, 27% stwierdza, że osoby z ich otoczenia mówią, że za dużo używają telefonu/smartfonu, a około jedna czwarta jest zdania, że ich relacje z wirtualnymi znajomymi są bardziej zażyłe niż z tymi ze świata realnego i że czują się przez nich lepiej rozumiani. W badaniu pojawiły się również zdania, na które odpowiedź twierdząca niemal wprost wskazuje na uzależnienie lub przynajmniej poważne zagrożenie uzależnieniem: „Nie jestem w stanie wytrzymać/funkcjonować bez telefonu/smartfonu" (31% respondentów), „Nigdy nie zrezygnuję z korzystania z mojego telefonu/smartfonu nawet wtedy, gdyby moje życie codzienne miało znacznie na tym ucierpieć" (23%), „Nic nie jest tak przyjemne jak korzystanie z mojego telefonu/smartfonu" (25%) (Bochenek i Lange, 2019). Wyniki badań „Młodzi Cyfrowi" pokazują, że co trzeci nastolatek czuje się uzależniony od używania portali społecznościowych – deklarację taką składa 33,7% kobiet oraz 25% mężczyzn (Dębski i Bigaj, 2019, s. 39). Polskie badania EU Kids Online 2018 (Pyżalski et al., 2018) pokazują, że co piąty nastolatek chociaż raz w roku lub częściej zrezygnował ze spania lub posiłku na rzecz korzystania z internetu. Jednak skala zjawiska problematycznego korzystania z internetu zmienia się w zależności od przyjętej perspektywy, wykorzystanego narzędzia badawczego oraz grupy wiekowej. Brak jednoznacznych i ogólnie przyjętych wskaźników uniemożliwia zatem miarodajne określenie skali zjawiska.

WNIOSKI KOŃCOWE

W społeczeństwach nowoczesnych technologie cyfrowe są nieustannie obecne, łatwo dostępne i stanowią integralną część życia codziennego. Czas wolny spędzany przez młodzież na różnych formach aktywności online może służyć rozwojowi, zdobywaniu wiedzy, rozwijaniu kreatywności, poszerzaniu sieci kontaktów, może jednak także powodować znaczne szkody i zakłócać funkcjonowanie w obszarze zdrowia fizycznego i psychicznego

oraz w sferze relacji międzyludzkich. Granica między funkcjonalnością danej czynności, która wiąże się z wolnym, świadomym wyborem, a kompulsywnością, gdzie pojawia się już element wewnętrznego przymusu, jest niezwykle płynna.

Różnica między używaniem a nadużywaniem internetu nie jest łatwa do sprecyzowania, wydaje się jednak, że zjawiskiem, które powinno budzić niepokój, jest pogorszenie – w dłuższej perspektywie – jakości życia. Czas wolny i sposób jego wykorzystywania nie powinien mieć negatywnego wpływu na funkcjonowanie jednostki w sferze zawodowej, w relacjach społecznych i w sposobie postrzegania samego/samej siebie. W przypadku uzależnienia – także behawioralnego – nie ma mowy o dobrowolności czy swobodzie decyzji. Konieczność, wewnętrzny przymus działania, które podejmowane jest często kosztem relacji rodzinnych, przyjacielskich, zawodowych, a nawet zdrowia fizycznego i dobrostanu psychicznego, stanowi sygnał utraty sprawności wolicjonalnej. W takich przypadkach czas wolny nie jest czasem rzeczywiście wolnym, ponieważ sposób jego wykorzystywania tylko pozornie podlega wolnej woli. Dlatego niezwykle ważne są wszelkie działania – zarówno w sferze badań naukowych, jak i działań praktycznych – zmierzające do podniesienia społecznej świadomości zagrożeń związanych z siecioholizmem.

Opracowane i stosowane do tej pory metody profilaktyki uniwersalnej i selektywnej problematycznego korzystania z internetu (kampanie informacyjne, szkolenia, programy wczesnej interwencji w szkołach, edukacja online) wymagają dalszej oceny empirycznej pod kątem ich efektywności i skuteczności w dłuższej perspektywie czasowej. Bardzo istotną kwestią jest wprowadzenie już od etapu wychowania przedszkolnego elementów wczesnej profilaktyki w postaci programów wspierających kompetencje najmłodszych w korzystaniu z mediów, a także programów szkolnych mających na celu nauczenie dzieci zdrowszych nawyków korzystania z internetu. W tym obszarze potrzebne są systematyczne i wysokiej jakości badania naukowe w zakresie epidemiologii, profilaktyki i wczesnej interwencji, a także równoległe opracowywanie przez rządy poszczególnych państw spójnej strategii polityki społecznej i zdrowotnej dotyczącej problematycznego użytkowania internetu i zaburzeń gamingowych.

BIBLIOGRAFIA

Block, J.J. (2008). Issues for DSM-V: Internet Addiction. *The American Journal of Psychiatry*, 165, 306–307.

Bochenek, M., Lange, R. (2019). *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów*. Warszawa: NASK Państwowy Instytut Badawczy. Pobrano z: https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/2593,Raport-z-badan-quotNastolatki-30quot-2019.html [15.05.2021].

Bühring, P. (2016). Internetabhängigkeit: Dem realen Leben entschwunden. *Deutsches Ärzteblatt*, 49, 2252–2256.

Campbell, A.J., Cumming, S.R., Hughes, I. (2006). Internet use by the socially fearful: Addiction or therapy? *Cyberpsychology and Behavior*, 9, 1, 69–81.

Chen, S.H., Wenig, L.C., Su, Y. J. Wu, H.M., Yang, P.F. (2003). Development of Chinese Internet Addiction Scale and its psychometric study. *Chinese Journal of Psychology*, 45, 3, 279–294.

Chocholska, P., Osipczuk, M. (2009). *Uzależnienie od komputera i Internetu u dzieci i młodzieży*. Warszawa: Hachette Livre Polska.

Dębski, M., Bigaj, M. (2019). *Młodzi cyfrowi. Nowe technologie. Relacje. Dobrostan*. Gdynia: Gdańskie Wydawnictwa Psychologiczne.

Dumazedier, J. (1974). *The Sociology of Leisure*. Amsterdam: Elsevier.

Fortson, B.L., Scotti, J.R., Chen, Y.C., Malone, J., Del Ben, K.S. (2007). Internet use, abuse and dependence among students at a southeastern regional university. *Journal of American College Health*, 56, 2, 137–144.

Greenfield, D.N. (1999). Psychological characteristics of compulsive Internet use: Apreliminary analysis. *Cyberpsychology and Behavior*, 2, 5, 403–412.

Griffiths, M. (2004). *Gry i hazard. Uzależnienia dzieci w okresie dorastania*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Guerreschi, C. (2006). *Nowe uzależnienia*. Kraków: Salwator.

ICD-11 (2018). *Gaming Disorder*. Pobrano z: https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234 [29.05.2020].

Internetworldstats (2023). Pobrano z: https://www.internetworldstats.com/stats.htm, [15.04.2023].

Kandell, J.J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyberpsychology and Behavior*, 1, 11–17.

Kłoskowska, A. (1983). *Kultura masowa, krytyka i obrona*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Lam, L.T., Peng, Z.W., Mai, J.C., Jing, J. (2009). Factors associated with Internet addiction among adolescents. *Cyberpsychology and Behavior*, 12, 5, 551–555.

Makaruk, K., Wójcik, S. (2013). *„EU NET ADB" – Badanie nadużywania internetu przez młodzież w Polsce i Europie*. Warszawa: FDN. Pobrano z: https://www.saferinternet.pl/pliki/publikacje/raport-eu-net-adb-pl-final.pdf [24.05.2020].

Matuszczak-Świgoń, J., Bednarowska, W. (2019). Terapia poznawczo-behawioralna uzależnienia od Internetu. *Psychoterapia*, 1, 188, 63–73.

Matyjas, B. (2003) Czas wolny. W: T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* (s. 559–561). Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak".

Meerkerk, G.J., Van Den Eijnden, R., Vermulst, A.A., Garretsen, H.F.L. (2009). The compulsive internet use scale (CIUS): Some psychometric properties. *Cyberpsychology and Behavior*, 12, 1, 1–6.

Milani, L., Osualdella, D., Di Blasio, P. (2009). Quality of interpersonal relationshipsand problematic internet use in adolescence. *Cyberpsychology and Behavior*, 12, 6, 681–684.

Niemz, K., Griffiths, M., Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the GeneralHealth Questionnaire (GHQ), and disinhibition. *Cyberpsychology and Behavior*, 8, 6, 562–570.

Opaschowski, H. (1996). *Einführung in die Freizeitwissenschaft*. Opladen: Verlag Leske und Budrich.

Pawłowska, B., Potembska, E. (2009). Właściwości psychometryczne Kwestionariusza do Badania Uzależnienia od Internetu. *Badania nad Schizofrenią*, 10, 10, 310–321.

Prahl, H.W. (2010). Soziologie der Freizeit. W: G. Kneer, M. Schroer (ed.), *Handbuch spezielle Soziologien* (s. 405–420). Wiesbaden: VS Verlag.

Prokosz, M. (2000). Przemiany wzorów wykorzystania czasu wolnego. W: J. Kędzior, M. Wawrzak-Chodaczek (red.), *Czas wolny w różnych jego aspektach* (s. 59–73). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Pyżalski, J., Zdrodowska, A., Tomczyk, Ł., Abramczuk, K. (2018). *Polskie badanie EU Kids Online*. Pobrano z: https://fundacja.orange.pl/files/user_files/EU_Kids_Online_2019_v2.pdf [1.06.2023].

Raczkowska, J. (2000). Znane i nowe problemy czasu wolnego. *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*, 6, 13–18.

Seo, M., Kang, H.S., Yom, Y.H. (2009). Internet addiction and interpersonal problems in korean adolescents. *Computers, Informatics, Nursing*, 27, 4, 226–233.

Skoric, M.M., Teo, L.L., Neo, R.L. (2009). Children and video games: Addiction, engagement, and scholastic achievement. *Cyberpsychology and Behavior*, 12, 5, 567–572.

Spode, H. (2006). Time out. Freizeit und Freizeitforschung aus historischer Sicht. *Fundiert*, 1, 18–26.

Shapira, N.A., Lessig, M.C., Goldsmith, T.D., Szabo, S.T., Lazoritz M., Gold, M.S., Stein, D.J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression Anxiety*, 17, 4, 207–216.

Stebbins, R. (2007). *Serious Leisure: A Perspective for Our Time*. New Jersey: Transaction Publishers.

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7, 321–326.

Szafraniec, K., Boni, M. (2011). *Młodzi 2011*. Warszawa: Kancelaria Prezesa Rady Ministrów.

Tsai, H.F., Cheng, S.H., Yeh, T.L., Shih, C.C., Chen, K.C., Yang ,Y.C., Yang, Y.K. (2009). The risk factors of Internet addiction. A survey of university freshmen. *Psychiatry Research*, 167, 3, 294–299.

Tsitsika, A., Critselis, E., Kormas, G., Filippopoulou, A., Tounissidou, D., Freskou, A., Spiliopoulou, T., Louizou, A., Konstantoulaki, E., Kafetzis, D. (2009). Internet use and misuse: A multivariate regression analysis of the predictive factors of Internet use among Greek adolescents. *European Journal of Pediatrics*, 168, 6, 655–665.

Wallace, P. (2005). *Psychologia Internetu*. Poznań: Rebis.

Weigle, P. (2014). Internet and Video Game Addiction: Evidence & Controversy. *Adolescent Psychiatry*, 4, 81–91.

Weinstein, A. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use? *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36, 277–283.

Wnuk-Lipiński, E. (1981). *Budżet czasu, struktura społeczna, polityka społeczna*. Wrocław: Ossolineum.

Wnuk-Lipiński, E. (1975). *Czas wolny: współczesność i perspektywy*. Warszawa: Instytut Wydawniczy CRZZ.

World Health Organization (2018). *International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems.* Pobrano z: https://www.who.int/standards/classifications/classification-of-diseases [12.07.2022].

Woronowicz, W., Apanel, D. (2010). *Opieka – wychowanie – kształcenie. Moduły edukacyjne*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *Cyberpsychology and Behavior*, 9, 772–775.

Young, K.S. (2011). Clinical Assessment of Internet-Addicted Clients. W: Young K.S., Abreu N. de (ed.), *Internet Addiction. A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. Hoboken: John Wiley and Sons.

Young, K.S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behavior*, 1, 3, 237–240.

PROBLEMATIC USE OF THE INTERNET IN LEISURE TIME OF YOUNG PEOPLE IN THE PERSPECTIVE OF ADDICTION PSYCHOLOGY

The article is devoted to selected socio-psychological aspects of excessive use of the Internet by young people. Spending free time online provides many benefits, but it can also cause new problems unknown to previous generations. Excessive use of the Internet can turn into a behavioral addiction and, like other addictions, lead to neglect of other spheres of life and serious health and social harm. The author presents the symptoms and criteria of problematic Internet use, some socio-cultural factors contributing to addiction, as well as statistical data from developed countries showing that excessive involvement in new technologies and transferring a significant part of life to the virtual world is becoming a serious social problem, which must not be disregarded.

Keywords: youth, new technologies, free time, internet addiction, behavioral addiction

Zgłoszenie artykułu: 26.04.2023

Recenzje: 26.05.2023

Akceptacja: 7.06.2023

Publikacja online: 30.06.2023

© 2023 Autorka. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

STUDIA HUMANISTYCZNE AGH Tom 22/1 • 2023

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.61

Magdalena Parus-Jankowska*

ORCID: 0000-0003-3353-1062
AGH Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

KILKA UWAG O PANDEMICZNEJ TĘSKNOCIE POLAKÓW ZA TURYSTYKĄ FESTIWALOWĄ

Pandemia COVID-19 znacząco zmieniła formy spędzania czasu wolnego, między innymi wpłynęła na sposób słuchania muzyki – jednej z najczęstszych aktywności Polaków w czasie wolnym. W początkowym okresie pandemii zamknięto instytucje kultury, w tym te muzyczne, i odwołano koncerty plenerowe oraz festiwale, przez co słuchacze stracili możliwość bezpośredniego uczestniczenia we wszelkich wydarzeniach muzycznych, a artyści wykonywania muzyki na żywo. Zarówno jednym, jak i drugim nie pozostało nic innego, jak przenieść swoje aktywności do internetu. Szybko jednak okazało się, że takie obcowanie z muzyką jest dla słuchaczy (i wykonawców) niewystarczające. Z badań wynika, że jedną z największych tęsknot w czasie pandemii była chęć uczestnictwa w wydarzeniu muzycznym na żywo – koncercie lub festiwalu. Artykuł przedstawia festiwal jako przykład wielozmysłowej kultury iwentu[1], rodzaju święta, w którym muzyka odgrywa ważne społeczne funkcje – integracji społecznej i budowania poczucia wspólnoty, czyli tego, czego Polakom w pandemii najbardziej brakowało.

Słowa kluczowe: pandemia COVID-19, muzykowanie, festiwal, wielozmysłowa kultura iwentu, turystyka festiwalowa

WSTĘP

Celem artykułu jest przedstawienie, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na sposób słuchania muzyki jako jednej z najczęstszych aktywności Polaków w czasie wolnym. Z powodu zamknięcia instytucji muzycznych i odwołania koncertów plenerowych oraz festiwali słuchacze, utraciwszy możliwość bezpośredniego uczestniczenia w wydarzeniach muzycznych, a artyści wykonywania muzyki na żywo, przenieśli swoje aktywności do przestrzeni internetu. Autorka artykułu próbuje odpowiedzieć na pytanie, dlaczego takie zapośredniczone technologicznie obcowanie z muzyką bardzo szybko przestało odbiorcom i wykonawcom

* Katedra Studiów nad Kulturą i Badań Ery Cyfrowej, Wydział Humanistyczny, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza, ul. Czarnowiejska 36, 30-054 Kraków; e-mail: mpj@agh.edu.pl

[1] Za pracą Szlendaka (2010) zachowano pisownię iwent, choć nie jest ona zgodna z obowiązującym zapisem słownikowym.

muzyki wystarczać i dlaczego pojawiła się tęsknota za muzyką „na żywo", w szczególności za uczestnictwem w festiwalach muzycznych. Autorka artykułu próbuje więc przedstawić festiwal jako wydarzenie nie tylko *stricte* muzyczne, ale jako zjawisko spełniające ważne funkcje społeczne i kulturowe.

PANDEMIA COVID-19 I SŁUCHANIE MUZYKI

Pandemia COVID-19 wpłynęła w znaczący sposób na odbiór muzyki (Agamennone et al., 2022), także przez Polaków (Jabłońska, 2022). Niespełna dwa tygodnie po stwierdzeniu pierwszego przypadku zakażenia wirusem COVID-19, 20 marca 2020 roku, oficjalnie wprowadzono w Polsce stan epidemii i zaczęto stopniowo wprowadzać liczne restrykcyjne regulacje – zakaz zgromadzeń powyżej dwóch osób i organizowania uroczystości religijnych oraz ograniczenia w przemieszczaniu się i korzystaniu z transportu zbiorowego. Zamknięta została część przestrzeni publicznych i lokali usługowych oraz wprowadzono limity osób w sklepach. Stan epidemii wpłynął na sposób uczestnictwa Polaków w kulturze, gdyż Rządowy Zespół Zarządzania Kryzysowego już 12 marca zawiesił funkcjonowanie m.in. instytucji kultury, filharmonii, oper, operetek, teatrów, muzeów, kin, domów kultury, bibliotek oraz galerii sztuki. Według przeprowadzanych jeszcze w czasie trwania epidemii badań zinstytucjonalizowana aktywność kulturalna została przez Polaków zastąpiona działaniami indywidualnymi, głównie podejmowanymi w domu. 30% respondentów deklarowało częstsze oglądanie filmów, a 22% częstsze czytanie książek. Prawie co piąty badany (18%) przeznaczał czas na rozwój własnego hobby. Z powodu wprowadzonych restrykcji znacząco zmienił się sposób korzystania z mediów. Widoczny był duży wzrost aktywności online (w tym także streamingu) oraz oglądania telewizji przy jednoczesnym spadku użytkowania mediów wymagających wyjścia z domu, na przykład do kina (NCK, 2020, s. 5)[2].

Z badań przeprowadzonych w 2019 roku, czyli krótko przed wybuchem pandemii COVID-19, wynika, że najpopularniejszą aktywnością kulturalną Polaków było chodzenie do kina (64%). Niewiele mniej (62%) respondentów jako często podejmowaną czynność wymieniło udział w festynach, jarmarkach i imprezach folklorystycznych, którym bardzo często towarzyszy muzyka grana na żywo. W koncertach lub festiwalach muzyki innej niż poważna brała udział blisko połowa respondentów (44%), a wizytę w operze czy filharmonii lub koncert muzyki klasycznej wybierało odpowiednio 18% i 19% uczestników badania. Nie dziwi więc, że ponad 60% badanych stwierdziło, że w trakcie epidemii brakuje im udziału w organizowanych przez instytucje kultury wydarzeniach na żywo (NCK, 2020, s. 6). Bardzo interesujące jest to, że drugim wydarzeniem, które respondenci wskazywali w badaniach jako

[2] Bardzo ciekawym źródłem informacji na temat przemian w życiu codziennym Polaków w pierwszym okresie pandemii COVID-19 jest dwuczęściowy raport przygotowany przez badaczy z Wydziału Socjologii UAM w Poznaniu, w którym między innymi zapytali oni o lęki i obawy związane z pandemią, ale także o pozytywne aspekty tego kryzysu (Drozdowski et al., 2020).

takie, na które wybiorą się po zniesieniu restrykcji, był koncert muzyki popularnej (18%), który przegrał tylko z seansem w kinie (32%) (NCK, 2020, s. 14)[3].

Jak wynika z raportu CBOS sporządzonego w 2018 roku, słuchanie muzyki jest dla Polaków jednym z najpowszechniejszych sposobów spędzania wolnego czasu, tym bardziej że dzięki postępowi technologicznemu, urządzeniom przenośnym i platformom streamingowym, zniknęły ograniczenia przestrzenne i czasowe dotyczące tej aktywności. Według wspomnianego raportu prawie dwie trzecie dorosłych Polaków (65%) słucha muzyki codziennie, a jedna piąta (21%) kilka razy w tygodniu. Tylko co dziesiąty Polak słucha muzyki rzadziej niż kilka razy w tygodniu, a zaledwie 4% nie słucha jej w ogóle. Najwięcej i najczęściej muzyki słuchają młodzi Polacy w przedziale wieku pomiędzy 18 a 34 lat. Najmniej słuchających muzyki jest wśród osób mających więcej niż 65 lat. Na częstotliwość słuchania muzyki wpływa również wykształcenie, im wyższe wykształcenie, tym częstsze podejmowanie tej aktywności (CBOS, 2018, s. 1–2).

Polacy (68%) najczęściej słuchają muzyki nadawanej w radiu, ponad jedna trzecia respondentów (39%) słucha muzyki przekazywanej przez telewizję. Dużą popularnością (30%) cieszy się muzyka dostępna bezpłatnie w internecie. Innymi jej nośnikami, z których chętnie korzystają Polacy, są płyty CD lub DVD (14%), pliki dźwiękowe zapisane w pamięci jakiegoś urządzenia, na przykład smartfonu lub komputera (11%), a także płyty winylowe (2%) (CBOS, 2018: 2–3). Polacy w większości (86%) słuchają muzyki przede wszystkim w zaciszu domowym. Blisko jedna trzecia respondentów (30%) czyni to także podczas dojazdu do pracy lub szkoły, jedna piąta (20%) w pracy. Polacy doświadczają muzyki również na koncertach (8%) oraz imprezach okolicznościowych i przyjęciach (8%) (CBOS, 2018, s. 4–5).

W pierwszym okresie pandemii w większości państw zamknięto instytucje kultury, w tym sale koncertowe, kluby, teatry muzyczne, opery, filharmonie, dyskoteki. Odwołano koncerty plenerowe i festiwale, przez co słuchacze stracili możliwość bezpośredniego uczestniczenia we wszelkich wydarzeniach muzycznych, a artyści wykonywania muzyki na żywo. Zarówno jednym, jak i drugim nie pozostało nic innego, jak przenieść swoje aktywności do sieci. Nie było to nic nowego, bo muzyka w internecie doskonale funkcjonowała także przed pandemią, na przykład na platformach streamingowych (Nożyński i Parus-Jankowska, 2020). Istotniejsze jest to, że w czasie obowiązywania restrykcji pandemicznych istniała ona właściwie tylko w tej przestrzeni i pojawiły się na znacznie większą skalę zapośredniczone technologicznie dźwiękowe aktywności, zarówno po stronie twórców, jak i odbiorców, takie jak homerecording, amatorskie teledyski, domowe covery i wszelkie inne wykonania online, formuła one-man band, pandemiczne playlisty czy lockdown versions (Nożyński i Okólski, 2021). Jednak bardzo szybko zarówno muzykom, jak i słuchaczom taki sposób komunikacji i zapośredniczona medialnie muzyka przestały wystarczać. Technologia umożliwiająca nagrywanie i montowanie dźwięku oraz jego odtwarzanie z jednej strony okazała się w czasie pandemii zbawienna, z drugiej strony jej nadmiar i zakaz organizowania koncertów spowodowały, że

[3] W roku 2021 skala uczestnictwa Polaków w kulturze była większa niż w roku 2020, ale mniejsza niż w przedpandemicznym roku 2019. W 2021 roku więcej o 11% Polaków niż w 2020 wybrałoby się na koncert. Taką deklarację złożyło 25% badanych (CBOS, 2022).

ranga muzyki granej na żywo ponownie wzrosła, a forma taka stała się ważnym tematem rozmów i „obiektem pożądania" (Małanicz-Przybylska, 2020, s. 307).

Postęp technologiczny i zachodzące zmiany w sposobach doświadczania muzyki powodują, że jest ona coraz bardziej sprawą indywidualną – słuchamy muzyki, jakiej chcemy, kiedy chcemy, gdzie chcemy i jak chcemy. Wcześniej muzyka była bardzo silnie powiązana z życiem społecznym – z rytuałem, świętem, wspólną pracą (Nożyński, 2017). Czas pandemii, izolacja i domowe zamknięcie, zwróciły uwagę na znaczenie wspólnotowej funkcji muzyki (Małanicz-Przybylska, 2020, s. 310). Właśnie podczas doświadczania muzyki na żywo podczas koncertów, a przede wszystkim festiwali, tworzą się wyobrażone wspólnoty, w których chodzi „o wspólnie podzielany sens i znaczenie muzycznych treści, muzyczną pamięć i tradycję, jak również komunikowanie emocji i uczuć" (Jabłońska, 2014, s. 37). Nie dziwi więc tęsknota słuchaczy, także tych w Polsce, za festiwalami i koncertami na żywo.

FESTIWAL JAKO WYDARZENIE MUZYCZNE I CEL TURYSTYKI EVENTOWEJ

Festiwal definiowany jest jako kilkudniowa, zorganizowana impreza zawierająca cykl przedstawień teatralnych, pokazów filmowych, występów muzycznych itd., które są powiązane ze sobą tematycznie lub rodzajowo, ewentualnie reprezentujące konkretny nurt w sztuce lub będące przeglądem najlepszych prezentacji danego gatunku lub twórczości określonego artysty. Impreza taka przyjmuje formę przeglądu lub konkursu, najczęściej ma charakter cykliczny (Ratkowska, 2010, s. 31–32). Pierwsze imprezy posiadające wszystkie cechy festiwalu pojawiły się już w starożytnej Grecji w postaci świąt ku czci Dionizosa, tzw. Wielkich i Małych Dionizji. Festiwal wywodzi się z obrzędowych form rytualnych, zachowując przy tym pewne cechy wyróżniające święta, tzn. niezwykłość zdarzenia oraz krótkotrwałe i intensywne jego przeżywanie, przy czym dotyczy tylko nielicznej grupy ludzi (jego uczestników) i nie ma charakteru powszechnego radowania się. Festiwal ma także cechy karnawału jako wydarzenia wyjątkowego, krótkotrwałego i intensywnego czasu jego przeżywania, a także hierarchizacji i teatralizacji formy (Ratkowska, 2010, s. 32–34).

Współcześnie festiwale są obiektem tzw. turystyki festiwalowej (*festival tourism*)[4], której głównym celem jest uczestnictwo w wydarzeniach o charakterze kulturalnym, w tym festiwalach filmowych, muzycznych, teatralnych, ulicznych, bądź udział w imprezach i spotkaniach połączonych z rozrywką, sportem oraz zabawą. Obecnie prawie w każdym większym mieście w Europie (ale także i poza nią) organizowane są takie wydarzenia, jak chociażby karnawał w Wenecji, Oktoberfest w Monachium czy festiwal filmowy w Cannes. Turystyka festiwalowa jest generatorem dochodów dla tych miejsc, dzięki zwiększaniu ruchu

[4] Turystyka festiwalowa (*festival tourism*) zaliczana jest do turystyki eventowej (*event tourism*), czyli turystyki, w której, zdaniem Donalda Getza – twórcy tego pojęcia, dla turystów ważny jest udział w eventach jako okazji do przeżycia doświadczenia społecznego, kulturalnego i rekreacyjnego, które wykracza poza ich codzienne doświadczenie. Turystyka eventowa została zaliczona przez Armina Mikosa von Rohrscheidta do kategorii turystyki kultury wysokiej i powszechnej turystyki kulturowej (Getz, 2008; Mikos von Rohrscheidt, 2008).

turystycznego i wydłużaniu sezonu turystycznego (Iwan, 2007, s. 64). Festiwale oczywiście wspierają promocję miasta czy regionu i kształtują jego wizerunek, a także służą integracji mieszkańców i rozwojowi lokalnej przedsiębiorczości (Baster, 2020). Trudno się zgodzić z niektórymi poglądami, że uczestnictwo w iwencie muzycznym nie powinno się wpisywać w kategorię szeroko pojętej turystyki, a osoby biorące w nim udział określać „turystą" *sensu stricto* (Piasecka, 2012, s. 51). Branie udziału w iwentach muzycznych, takich jak festiwale czy koncerty, jest oczywiście formą spędzania czasu wolnego, ale także szczególnym typem aktywności turystycznej, gdyż uczestnicy tych imprez korzystają z oferty turystycznej miejsc, do których przybywają. Ponadto wielu badaczy wymienia także jako jeden z powodów wyjazdów turystycznych potrzeby kulturalno-psychologiczno-edukacyjne, które zaspokajane są między innymi przez udział w festiwalach, koncertach czy przedstawieniach teatralnych i realizację osobistych zainteresowań, na przykład przez odwiedzanie miejsc interesujących pod względem kulturalnym czy przyrodniczym (Panasiuk, 2006, s. 48–49).

Najbardziej rozpoznawalna typologia festiwali to ta opracowana przez Orosa Paleo i Wijnberga. Wyróżnili oni siedem cech, według których wydzielili typy festiwali muzyki popularnej. Były to:

1) charakter rywalizacji (konkursowe *versus* przeglądowe),
2) cel rynkowy (komercyjne *versus* typu *non profit*),
3) zakres odbiorców (mainstreamowe *versus* niszowe),
4) stopień instytucjonalizacji w zakresie dostawców i sponsorów (wysoki *versus* niski),
5) stopień innowacyjności (wysoko innowacyjny *versus* mainstreamowy),
6) zasięg przestrzenny (narodowy *versus* międzynarodowy),
7) format imprezy (jednogatunkowy *versus* wielogatunkowy, z uhierarchizowaną ważnością wykonawców *versus* bez takiego rankingowania wykonawców; *stricte* muzyczny *versus* łączący muzykę z innymi formami sztuki) (Orosa Paleo i Wijnberg, 2006).

Turystyka festiwalowa w Polsce rozwija się bardzo prężnie, a muzyczne festiwale organizowane są nie tylko w dużych aglomeracjach miejskich, ale także w mniejszych miejscowościach. Organizacja festiwali muzycznych w Polsce ma także wieloletnią tradycję. Po II wojnie światowej już w 1946 roku zorganizowano w Dusznikach-Zdroju Międzynarodowy Festiwal Chopinowski. W 1956 roku odbył się w Warszawie Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej „Warszawska Jesień", a w Sopocie Festiwal Muzyki Jazzowej. Międzynarodowy Festiwal Piosenki w Sopocie odbył się po raz pierwszy w 1961 roku (od 1977 nosił on nazwę Międzynarodowego Festiwalu Interwizji i był konkurencją dla Festiwalu Eurowizji). W 1962 roku odbył się w Krakowie pierwszy Studencki Festiwal Piosenki, a w 1963 roku debiutował w Opolu Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej. W okresie PRL odbywały się także Festiwal Piosenki Żołnierskiej w Kołobrzegu (od 1967 roku) i Festiwal Piosenki Radzieckiej w Zielonej Górze (od 1965 roku). Warto zaznaczyć, że w szczególności festiwale w Opolu, Kołobrzegu i Zielonej Górze miały wyraźnie charakter propagandowy, gdyż od lat sześćdziesiątych XX wieku komunistyczne władze w Polsce traktowały kulturę popularną (w tym muzykę popularną) jako narzędzie wywierania wpływu na społeczeństwo i czynnik wychowawczo-ideologiczny (Parus-Jankowska, 2019). Jednym z najwyraźniejszych

przeciwieństw takiego traktowania muzyki popularnej był odbywający się od roku 1980 Festiwal Muzyki Rockowej w Jarocinie, który od samego początku istnienia wzbudzał zachwyt zgromadzonej tam publiczności, ale też obawy wśród władz Polski Ludowej (Karendał, 2014).

Prawdziwy wysyp festiwali muzycznych w Polsce rozpoczął się w latach dziewięćdziesiątych XX wieku i obecnie odbywają się cyklicznie setki zróżnicowanych pod kątem muzyczno-gatunkowym i tematycznym festiwali, na przykład muzyki elektronicznej, bluesowej, hip-hopowej, rockowej, metalowej, folkowej, chrześcijańskiej i wiele innych. Powstają liczne agencje eventowe zajmujące się dystrybucją biletów czy organizacją wyjazdów na tego typu wydarzenia w Polsce i na świecie. Jak pisze Bartek Chaciński, w XXI wieku Polska stała się „centrum festiwalowego szaleństwa". W lecie 2021 roku pisano, że ponad 600 tysięcy osób przyjechało na najważniejsze polskie festiwale muzyczne i mniejsze tematyczne imprezy związane z muzyką elektroniczną, reggae, rap czy rockiem gotyckim. Sam Przystanek Woodstock (Pol'and'Rock Festival) przyciąga co roku około 400 tysięcy osób. Działająca w obszarze doradztwa i obmyślania strategii w dziedzinie sportu i rozrywki agencja Havas Sports & Entertainment przyjrzała się 64-letnim festiwalom odbywającym się w Europie, w tym czterem imprezom polskim (Przestanek Woodstock (Pol'and'Rock Festival), Open'er Festival, Off Festival, Coke Music Live Festival). Wszystkie cztery polskie przedsięwzięcia znalazły się w czołowej dwudziestce, konkurując z najstarszymi europejskimi markami. Natomiast biorąc pod uwagę stosunek jakości do ceny, można stwierdzić, że to badane polskie festiwale znalazły się wśród czołowej szóstki (Chaciński, 2021). Publiczność festiwalowa rośnie w całej Europie. W dużej mierze zapracowały na to imprezy w Polsce, ale także te organizowane we wschodniej i południowej Europie, jak w Serbii (*Exit Festival*), na Węgrzech (*Sziget Festival*), na Słowacji (*Pohoda Festival*) czy Czechach (*Colours of Ostrava Festival*). Festiwale oferują miłośnikom muzyki bowiem coś, co ma rosnącą wartość w czasach, gdy w internecie muzyka się dematerializuje i staje się ogólnodostępna – doświadczenie wspólnotowości – doświadczenie fizycznego kontaktu z innymi ludźmi i bezpośredniego kontaktu z ulubionymi wykonawcami. Szczególnie cenne i pożądane stało się to doświadczenie w okresie po izolacji związanej z pandemią.

FESTIWAL JAKO ZJAWISKO SPOŁECZNO-KULTUROWE

Już w latach sześćdziesiątych XX wieku wybitny amerykański etnomuzykolog Alan Parkhurst Merriam pisał o wyjątkowym znaczeniu muzyki, zarówno dla pojedynczego człowieka, jak i dla społeczeństwa jako całości. Wśród wielu funkcji muzyki wymienił jej funkcję rozrywkową, ale także dostarczania emocjonalnej ekspresji, estetycznej przyjemności i fizycznej reakcji organizmu. Stwierdził ponadto, że pełni ona niebagatelną rolę w procesach komunikacyjnych, stanowi symboliczną reprezentację myśli i idei, wzmacnia obowiązujące normy społeczne i utwierdza społeczne instytucje. Muzyka zapewnia kontynuację kultury oraz przyczynia się do integracji społecznej (Merriam, 1964). Tia DeNora podkreślała natomiast:

> […] muzyka służy jako medium, przez które, z użyciem którego i wbrew któremu konstruowane są uczucia, percepcja, uwaga, świadomość, działania i praktyki cielesne. Czasami aktorzy społeczni

> mogą angażować się w ten proces z rozwagą, wiedząc z przeszłych doświadczeń, jak określona muzyka na nich działa. Innym razem muzyka może ich bezwiednie angażować. Z tych powodów pytanie, w jaki sposób muzyka jest rozpowszechniana, staje się nieodzownym elementem rozważań nad kontrolą społeczną, problematyką konstytuowania się obywatelskości i potencjału ludzkiego oraz możliwości wzbudzania pragnień i pożądań (cyt. za: Pęczak, 2017, s. 44).

Christopher Small, autor szeregu prac z zakresu etnomuzykologii i socjologii muzyki, twórca pojęcia muzykowanie (*musicking*), uważał natomiast, że muzykę należy raczej traktować jako proces niż przedmiot (Small, 1999). Twierdził, że potencjał muzyki leży nie tyle w jej dźwiękach, ile w uczestnictwie w niej, w społecznych działaniach. Słowo „muzyka" powinno zatem być raczej czasownikiem (*to music*), który oznacza uczestniczenie w muzycznym wydarzeniu, przez wykonanie lub słuchanie muzyki, ale także tańczenie do niej lub nawet organizowanie samego muzycznego iwentu. Znaczenie *to music* objawia się w relacjach, jakie tworzą się między uczestnikami muzycznego wydarzenia. Muzyka, jak pisałam wcześniej, przyczynia się do integracji społecznej, jest procesem jednoczącym ludzi ze sobą i ze światem. Jest formą komunikacji i sposobem przekazywania myśli i idei. Wśród najistotniejszych idei i wartości doświadczanych dzięki muzyce znajdują się te związane z poczuciem wspólnoty, bliskości i solidarności, czyli tym, za czym w czasie izolacji w pandemii najbardziej tęskniono (Małanicz-Przybylska, 2020, s. 316).

Takie doświadczenie muzyki jest możliwe tylko na żywo podczas koncertu – lub jeszcze lepiej – podczas trwającego kilka dni festiwalu – święta muzyki. Roger Caillois, francuski antropolog i filozof, jeszcze w pierwszej połowie ubiegłego stulecia stworzył oryginalną „teorię święta", która odpowiada temu, co dzieje się podczas festiwali. Święto, jakim jest poniekąd festiwal, Caillois definiował jako „zbiorową euforię i uniesienie" oraz „paroksyzm oczyszczający i zarazem odnawiający społeczeństwo". Codzienność od święta odróżnia kilka opozycji: rutyna/gorączkowość, mdła ciągłość/wybuchowość, powtarzalność zajęć i trosk/frenetyczne uniesienie, rozproszenie społeczeństwa/skupienie społeczeństwa. W czasie święta „normalne" reguły ulegają zawieszeniu, a normą stają się naruszenia zwykłego porządku. Święto „wiąże się ze zbiegowiskiem ożywionym i hałaśliwym", jego uczestnikom udziela się uczucie uniesienia, wyrażane przez spontaniczne krzyki, gesty, odruchy (Kuligowski, 2016, s. 65–67). Charakteryzuje się poczuciem wyjątkowości, niezwykłości, a nawet odświętności zdarzenia – zarówno od strony organizatorów, osób uczestniczących w jego realizacji oraz najwierniejszej publiczności. Wszystko to ma miejsce w przypadku wydarzenia muzycznego, jakim jest festiwal, i nietrudno podczas niego odnaleźć trafność uwag Johana Huizingi na temat *homo ludens* – człowieka, u podstaw którego działań znajduje się zabawa, gra i współzawodnictwo (Huizinga, 2007).

Tomasz Szlendak zauważył już wiele lat temu, że w Polsce, która posiada rozwinięty rynek kulturalny, zaczyna obowiązywać „wielozmysłowa kultura iwentu". Polski socjolog zwraca uwagę, że od wydarzeń kulturalnych wymaga się obecnie o wiele więcej niż wcześniej, na przykład muzykę doświadcza się chętniej nie tyle na poświęconym wyłącznie jej koncercie, co na wydarzeniu łączącym muzykę z innymi formami sztuki czy innymi aktywnościami. Współczesny człowiek przyzwyczajony do środowiska konsumpcyjnych „miejsc zmysłowych", w których różne czynniki działają na wiele zmysłów jednocześnie, jak na przykład

dzieje się to w galeriach handlowych, tego samego oczekuje od wydarzeń kulturalnych i instytucji kultury. Aktywność kulturalna jest obecnie wielozmysłowa, a jednostki udzielają się kulturalnie najchętniej, kiedy czeka na nich wiele atrakcji i wrażeń zmysłowych w jednym miejscu i w jednym, możliwie krótkim czasie. Dlatego w kinach czy teatrach znajdujemy kawiarnie i galerie sztuki, a w muzeach nierzadko odbywają się wykłady czy wspólne, integracyjne wydarzenia. Najbardziej wyrazistym przykładem „wielozmysłowej kultury iwentu" są letnie, kilkudniowe festiwale muzyczne, gdzie odbiór muzyki to tylko jedna, niekoniecznie uprzywilejowana, czynność, której oddają się jej uczestnicy (Szlendak, 2010, s. 80–81).

UWAGI KOŃCOWE

Pandemia zmieniła wiele obszarów życia społecznego, w tym także sposoby spędzania wolnego czasu. Uświadomiła, że obcowanie z zapośredniczoną technologicznie muzyką jest dla słuchaczy (i wykonawców) niewystarczające. Jedną z największych tęsknot w czasie pandemii była chęć uczestnictwa w wydarzeniu muzycznym na żywo – koncercie lub festiwalu. Festiwal jest bowiem przykładem „wielozmysłowej kultury iwentu" i rodzajem święta, w którym muzyka odgrywa ważne społeczne funkcje – integracji społecznej i budowania poczucia wspólnoty, czyli tego, czego Polakom w pandemii najbardziej brakowało. Badania nad festiwalami po okresie pandemii pokażą, jakie (i czy w ogóle) zmiany zaszły w ich organizacji i podejściu do nich ich uczestników[5]. Jedno jest pewne, tęskniono za nimi.

BIBLIOGRAFIA

Agamennone, M., Palma, D., Sarno, G. (eds.). (2022). *Sounds of the Pandemic. Accounts, Experiences, Perspectives in Times of COVID-19*. London: Routledge.

CBOS. (2018). Komunikat z badań nr 102/2018: Słuchanie muzyki. Warszawa: CBOS.

CBOS. (2022). Komunikat z badań nr 17/2022: Aktywności i doświadczenia Polaków w 2021. Warszawa: CBOS.

Baster, D. (2020). Festiwale jako atrakcja turystyczna oraz czynnik rozwoju turystyki i lokalnej przedsiębiorczości na przykładzie Pol'and'Rock Festival w Kostrzynie nad Odrą. *Studia Geographica*, 15, 118–137.

Chaciński, B. (2021). Festiwale muzyczne: Polskie znaczy najlepsze. *Polityka*, 32, 66.

Drozdowski, R., Frąckowiak, M., Krajewski, M., Kubacka, M., Luczys, P., Modrzyk, A., Rogowski, Ł., Rura, P., Stamm, A. (2020). *Życie codzienne w czasach pandemii*. Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 3, 403–428.

[5] Takie badania przeprowadza między innymi zespół badaczy z Instytutu Antropologii i Etnologii UAM kierowany przez prof. Waldemara Kuligowskiego.

Huizinga, J. (2007). *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.

Iwan, B. (2017). *Rozwój turystyki eventowej w Polsce*. Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja, 1, 55–72.

Jabłońska, B. (2014). *Socjologia muzyki*. Warszawa: Scholar.

Jabłońska, B. (2022). O muzyce w czasach pandemii: Socjologiczna interpretacja zmiany praktyk muzycznych na poziomie wykonawczym i odbiorczym. *Załącznik Kulturoznawczy*, 9, 591–612.

Karendał, P. (2014). Festiwal w Jarocinie w dobie PRL-u – historia, znaczenie, funkcje. *Kultura Popularna*, 2 (40), 45–55.

Kuligowski, W. (2016). Oszołomienie i eksces. Festiwale muzyczne jako święto. W: M. Pranke, P. Tański, J. Osiński (red.), *Kultura rocka 2. Słowo – dźwięk – performance* (s. 63–79). Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Małanicz-Przybylska, M. (2020). Muzyczne rytuały w czasach zarazy. *Lud*, 104, 299–319.

Merriam, A.P. (1964). *The Anthropology of Music*. Evenston: Northwestern University Press.

NCK. (2020). Gotowość do podjęcia aktywności kulturalnej po zniesieniu ograniczeń epidemicznych. Komunikat z badania Narodowego Centrum Kultury. Warszawa: NCK.

Nożyński, S. (2017). Muzyka na żądanie – transformacje w obszarze kultury audialnej. *Kultura Współczesna*, 3, 99–109.

Nożyński, S., Okólski, M. (2021). Kultura w czasie pandemii. Rekonesans dotyczący pierwszych miesięcy funkcjonowania technologicznie zapośredniczonej muzyki w warunkach izolacji. *Studia de Cultura*, 4, 63–79.

Nożyński, S., Parus-Jankowska, M. (2020). Preferencje muzyczne w dobie popularności strumieniowego słuchania muzyki. *Studia Humanistyczne AGH*, 1, 71–83.

Orosa Paleo, I., Wijnberg, N. (2006). Popular music festivals and classification: A typology of festivals and an inquiry into their role in the formation of musical genres. *International Journal of Arts Management*, 8(2), 50–61.

Panasiuk, A. (red.). (2006). *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Parus-Jankowska, M. (2019). Polish Music Festivals as a Tool of Socialist Propaganda. W: J. Blüml, Y. Kajanová, R. Ritter (ed.), *Popular Music in Communist and Postcommunist Europ*e (s. 125–133). Berlin: Peter Lang.

Pęczak, M. (2017). Od odświętności do codzienności – muzyka jako audiosfera współczesnego świata. *Kultura Współczesna*, 3, 36–44.

Piasecka, E. (2012). Uczestnictwo w muzycznych wydarzeniach kulturalnych – forma turystyki czy tylko sposób spędzania czasu wolnego? *Turystyka Kulturowa*, 2, 41–52.

Ratkowska, P. (2010). O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze. *Turystyka Kulturowa*, 6, 26–46.

Mikos von Rohrscheidt, A. (2008). *Turystyka kulturowa. Fenomen. Potencjał. Perspektywy*. Gniezno: Wydawnictwo GWSHM Milenium.

Small, Ch. (1999). Musicking – the meanings of performing and listening. A lecture. *Music Education Research*, 1, 9–22.

Szlendak, T. (2010). Wielozmysłowa kultura iwentu. Skąd się wzięła, czym się objawia i jak w jej ramach oceniać dobra kultury. *Kultura Współczesna*, 4, 80–97.

MAGDALENA PARUS-JANKOWSKA

A FEW COMMENTS ON THE PANDEMIC LONGING OF POLES FOR FESTIVAL TOURISM

The COVID-19 pandemic has significantly changed the way people spend their leisure time, including the pattern they listen to music – one of the most common leisure activities of Poles. In the early days of the pandemic, cultural institutions, among others the musical ones, were closed and outdoor concerts and festivals were cancelled, so that spectators lost the opportunity to participate in any musical events and artists to perform live music. There was nothing left but to transfer those activities to the Internet. However, it quickly turned out that such contact with music was insufficient for listeners and performers. According to research, one of the greatest longings during the pandemic was the desire to participate in a live music event – a gig or a festival. The article presents a festival as an example of the culture multi-sensory event, a kind of celebration in which music plays important social functions of social integration and building a sense of community which is what Poles missed most during the pandemic.

Keywords: COVID-19 pandemic, musicking, multi-sensory culture of the event, festival, festival tourism

Zgłoszenie artykułu: 17.03.2023

Recenzje: 23.04.2023

Akceptacja: 7.05.2023

Publikacja online: 30.06.2023

© 2023 Autorka. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

STUDIA HUMANISTYCZNE AGH Tom 22/1 • 2023

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.71

Paweł Edward Prüfer*

ORCID: 0000-0003-3647-8068
Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim

PUŁAPKA CZY DOBRODZIEJSTWO IMMERSYJNOŚCI W BIEGANIU DŁUGODYSTANSOWYM? CZAS WOLNY AKTYWNIE WYPEŁNIANY

Złość, rozdrażnienie, niepewność, frustracja, niemoc, lęk, bezradność, smutek. Po kilku kilometrach to już tylko wspomnienie. Przebiegnij się[1].

Artykuł opisuje, wyjaśnia i interpretuje fenomen biegania długodystansowego przez pryzmat kategorii immersyjności. Pojęcie to w naukach społecznych, także w socjologii, raczej nie występuje. Dlatego podjęto próbę jego operacjonalizacji. W analizie zastosowano kwerendę materiałów poświęconych zjawisku biegania, zamieszczanych głównie na włoskich i polskich portalach internetowych. Zastosowano metodę opisu interpretacji dyskursów i treści zawartych w mottach poświęconych bieganiu. Uwzględniono przede wszystkim teorię relacyjności oraz tezę o ulokowaniu jednostki w przestrzeni dwóch mechanizmów społecznych: determinizmu oraz indywidualnej sprawczości podmiotowej. Opracowano i zaktualizowano problem zarówno w jego konkretnych przypadkach (narracje i przeżycia biegaczy, osobiste doświadczenia autora w odniesieniu do zjawiska biegania, wzniosłe i zdystansowane opinie na temat biegania), jak i w zasięgu uniwersalnym (opisy i interpretacje pojawiające się w badaniach poświęconych bieganiu długodystansowemu). Na podstawie przeprowadzonych analiz wywnioskowano, że fenomen biegania jest w przypadku biegaczy zarówno wyzwalający, rekonstruujący ich biografie, jak i immersyjny, to znaczy pochłaniający, „zniewalający".

Słowa kluczowe: bieganie długodystansowe, czas wolny, immersyjność, socjologia

WPROWADZENIE – CZAS WOLNY, IMMERSYJNOŚĆ AKTYWNOŚCI BIEGOWEJ, POPANDEMICZNA RZECZYWISTOŚĆ

Dualistyczny obraz współczesnego świata przedstawiany jest i wyjaśniany w naukach społecznych dosyć często i przekonująco. Jednak, gdy zbliżyć się do konkretnej aktywności

* Katedra Zarządzania Procesami Gospodarczymi, Akademia im. Jakuba z Paradyża,, ul. Teatralna 25, 66-400 Gorzów Wielkopolski; e-mail: paweljazz@o2.pl

[1] Napis na zdjęciu motywacyjnym z portalu społecznościowego poświęconego bieganiu długodystansowemu.

ludzkiej dokonującej się w kontekście społeczeństwa, które bardziej „staje się, niż jest" (Sztompka, 2021, s. 674), można odkryć zawsze coś bardzo oryginalnego i niepowtarzalnego. Tym bardziej sytuacja staje się taka, kiedy autor przedsięwzięcia naukowego w bardzo konkretny sposób partycypuje w tym, co wyjaśnia i opisuje. Propozycja przedstawiona w tym artykule odzwierciedla właśnie taką sytuację. Autor jest zaangażowanym i praktykującym biegaczem długodystansowym, włączonym w aktywność, która jest nie tylko sporadyczną dla niego „odskocznią" od codziennych trosk, wypełniającą czas wolny, ale bardzo ważną i konkretną determinantą kształtującą jego życie, wybory życiowe, a nawet system aksjonormatywny, z którym się identyfikuje. Jedno z najbardziej aktualnych i wyrazistych – jak się wydaje – świadectw takiego zaangażowania można znaleźć w udzielonym niedawno wywiadzie dla dziennika „Gazeta Lubuska"[2]. Jak w tym kontekście należałoby rozumieć czas wolny? Czy jest on przestrzenią, którą zapełnia się czynnościami swobodnie wybieranymi, w tym przypadku bieganiem? Aktywność ta wymaga odejścia od pracy związanej z własną profesją, obowiązkami. I wówczas takie jego rozumienie ma miejsce. Jednak w sytuacji, kiedy kategoria ta staje się istotnym elementem angażującym osobistą dyscyplinę, zaangażowanie, sumienne i rzetelne jej wykorzystanie – gdyż wiąże się z planowanymi i oczekiwanymi wynikami – jej znaczenie ewoluuje, przekształca się w kategorię czynności w pewnym sensie obowiązkowej, przy czym spełnianie tego obowiązku wynika z osobiście narzuconych sobie reguł postępowania.

Bieganie wypełnia czas wolny wielu biegaczom amatorom. Można zastanawiać się – przywołując koncepcję *serious leisure* R.A. Stebbinsa – czy bieganie jest w tym przypadku swobodną czynnością wypełniającą czas wolny w lekki, niezobowiązujący i swobodny sposób, czy jednak stanowi czynność nad wyraz poważną, ambitną i pociągającą za sobą różne wymogi, takie jak dyscyplina czy systematyczność (Stebbins, 2002, 2004, 2012a, 2012b). Prawdą jest to, na co zwraca uwagę amerykański badacz, że tak realizowana aktywność w czasie wolnym jest merytoryczna (https://www.seriousleisure.net/concepts.html), a satysfakcja i zadowolenie pojawiają się wtedy, kiedy udaje się ją podejmować i spełniać w ściśle określonych ramach i przy uwzględnieniu niekiedy rygorystycznie zaplanowanych scenariuszy.

Wciąż pojawiają się ambiwalentne głosy dotyczące tego, czy bieganie przyczynia się do odstresowania, wyzwalania i homeostazy psychofizycznej osobowości, czy może jednak nie, ponieważ jako aktywność aplikowana zbyt często i w zbyt dużych ilościach może stawać się uzależniająca i destrukcyjna, o czym niedawno była mowa we włoskim dzienniku „La Repubblica"[3]. Tekst wywołał sporo emocjonalnych dyskusji wśród samych biegaczy. Bieganie jako zjawisko społeczne jest w pewnym sensie płynne i uwarunkowane różnorodnymi czynnikami społecznymi, kulturowymi, a nawet językowymi (Westfall, 2012, s. 7–8), stąd także jest odmiennie postrzegane i interpretowane. Postaramy się zachować względną

[2] Wywiad: *Biegnąc, czuję, jakbym unosił się nad ziemią*. Rozmowa z redaktorem Jarosławem Miłkowskim, „Gazeta Lubuska. Magazyn", 14–15.01.2023, s. 8–9, https://gazetalubuska.pl/ksiadz-profesor-pawel-prufer--w-zeszlym-roku-skonczyl-50-lat-od-stycznia-do-grudnia-przebiegl-wiec-50-maratonow/ar/c2-17194215?fbclid=IwAR0B7x1UbogyJxRt1j9xZK_8e8inQtpgcA82l8lZcrFvPvZ7pFzcYO5OABU [30.01.2023].

[3] https://www.repubblica.it/salute/2023/01/28/news/corsa_stress_dipendenza-385041323/; oraz na portalu społecznościowym: https://www.facebook.com/photo?fbid=10160138511499526&set=gm.1575929076240153&idorvanity=220924851740589 [2.02.2023].

przynajmniej równowagę w tej dyskusji i przedstawić sprawę z różnych stron, wnikając zarazem w sam środek fenomenu i opisując go tak, jak on się może przedstawiać obserwatorowi z zewnątrz.

Czasy pandemii COVID-19, jak i okres tzw. popandemiczny, istotnie naznaczyły fenomen biegania długodystansowego. Różnorodne próby diagnozowania tego zjawiska były i są przedstawiane i publikowane (Maussier i Prüfer, 2021). W niniejszym artykule naszkicowano ten obraz pod względem jego osadzania się w obrębie czasu wolnego i w kategorii tzw. immersyjności. Czytelnik szybko się spostrzeże, że tekst powstał w dość swobodnie skonstruowanej koncepcji oraz z wykorzystaniem materiału pochodzącego z dwóch głównych obszarów geograficzno-kulturowych, to znaczy polskich i włoskich. Uzasadnieniem tego faktu są osobiste zainteresowania autora, zarówno te naukowe, jak i dotyczące analizowanej aktywności biegowej. Uczestnicząc w aktywności różnych grup biegowych oraz podejmując liczne dyskusje wewnątrz nich, dokonując częstej kwerendy materiału naukowego i popularnonaukowego poświęconego omawianemu zjawisku, a przede wszystkim czynnie realizując aktywność biegową, autor chciałby przedstawić własną wizję tego problemu. Celem artykułu jest próba deskrypcji i wyjaśnienia fenomenu biegania długodystansowego nie tylko w aspekcie jego osobliwości sportowej, a bardziej w psychospołecznym wymiarze jego przeżywania i doświadczania. Ważnym w tym zakresie elementem jest wskazanie procesów dokonujących się w biografii jednostki, która podejmuje taką aktywność. Są to zarówno metamorficzne i rekonstruktywne procesy, jak i te, które mogą prowadzić do dezintegracji i swoistej implozji wewnętrznej (uzależnienie od biegania, podporządkowywanie bieganiu innych ważnych sfer życia codziennego itp.). Oba elementy chciałbym ujmować w kategorii immersyjności, którą poniżej będę starał się naszkicować.

AMBIWALENCJE BIEGANIA W POPANDEMICZNEJ RZECZYWISTOŚCI

Kategoria immersyjności jest tu postrzegana przede wszystkim jako proces, przez który podmiot jest „wciągany" w określoną aktywność niezależnie od tego, czy ma ona charakter zniewalający, czy wyzwalający. Socjologia posługuje się także pojęciami determinacji strukturalnej i sprawczości jednostkowej, które – w kontekście niniejszych analiz – mogą okazać się wyjaśniającymi samą kategorię immersyjności. Jeśli rozumieć ją właśnie jako proces opanowywania jednostki przez jakiś system czy obiekt społeczny, to pojawia się pytanie o to, czy przyzwolenie na to działanie, a nawet poszukiwanie go dla niego samego oznacza, że jednostka nie jest już sprawcą własnych działań, a tylko zdeterminowanym obiektem dla działania procesu immersyjności. Biegacz długodystansowy, o ile już nie jest na etapie początkowego eksperymentowania w obszarach nowo odkrytej aktywności, a zanurzył się w nią kompleksowo (fizycznie, psychicznie, emocjonalnie, społecznie, a nawet duchowo), nierzadko podporządkowuje jej pozostałe sfery swojej codziennej i odświętnej egzystencji. Immersyjność, która się realizuje w jego przypadku, każe mu przyporządkowywać swój czas (zwłaszcza czas wolny) tej głównej nici, jaką stało się bieganie (treningi – intensywnie urozmaicane, udział w zawodach – wymagający także sporej mobilności i inwestycji logistyczno-finansowych). Kategoria immersyjności determinuje także jego relacje, zarówno

te, które tworzą dotychczasową sieć jego codziennych interakcji, jak i powstające nowe ich formy (pojawia się sporo takich, które zawierane są właśnie kontekstualnie – obszary biegowych społeczności). Immersyjność może przybierać niejednorodne postaci, zarówno jako komponenty, które może zdiagnozować i opisać zewnętrzny obserwator (dualizm metodologiczny), jak i uświadomione, a nierzadko także dyskursywnie przedstawiane przez samych uczestników tego zjawiska (biegacze nie kryją faktu, że poddali się działaniu swego rodzaju mechanizmu uzależniającego tkwiącego w bieganiu, a nawet opisują ten fakt z dumą; wielu z nich to osoby, które wcześniej doświadczały wielu form uzależnień, a obecnie wskazują na bycie wciągniętym w „zdrowy nałóg" – jak go sami definiują).

Jeśli przyjrzeć się zjawisku biegania długodystansowego i mechanizmowi immersyjności jako kategorii determinującej jednostki, fenomen ukazuje się w ambiwalentnym kształcie (z przewagą jednak pozytywnego, wyzwalającego działania, co potwierdzają liczne biografie praktykujących tę aktywność). Zasadne jest też zadanie pytania o to, czy mechanizm ten ma swoją osobliwą konstrukcję w kontekście czasu pandemii, a zwłaszcza w obecnym popandemicznym świecie. Można tylko wzmiankować o tym, jak trudnym i niekiedy także destrukcyjnym zjawiskiem w czasie pandemii był dla biegaczy fakt, iż nie odbywały się zawody biegowe, a w najbardziej rygorystycznym co do obostrzeń sanitarnych momencie biegacze nie podejmowali aktywności biegowej nawet w samotności. Można przytaczać wiele świadectw (objętość artykułu nie daje takich możliwości), kiedy biegacze amatorzy doświadczali czegoś, co mogło być już określane jako stany depresyjne z powodu niemożliwości wyjścia na trening czy udziału w zawodach. Jeśli biegacz decydował się jednak na swoją aktywność, to podporządkowywał się wymogom i nakładał maseczkę (doświadczenie osobiste autora, jak i wielu innych biegaczy, z którymi dyskutował na ten temat). Nietrudno wyobrazić sobie, jakiem utrudnieniem mógł być ten fakt. Okazuje się, że problem związku noszenia maseczki z aktywnością sportową, w tym z osiąganiem wyników, jest na tyle intrygujący, że prowadzone są nawet profesjonalne badania w tym zakresie (Wang et al., 2023). W literaturze poświęconej fenomenowi biegania długodystansowego często mówi się o wzroście popularności biegania, na przykład w Polsce (Stempień, 2018; Stempień et al., 2020; 2021). Moda na bieganie – taka teza często wybrzmiewa zarówno w dyskursie naukowym, jak i w dyskusjach publicznych, w potocznych debatach, zwłaszcza chętnie powtarzana przez tych, którzy nie zajmują się osobiście tą aktywnością, ale w jakiś sposób ją obserwują i komentują. Nie wydaje się jednak, żeby teza miała jednoznaczne potwierdzenie w faktach, ponieważ już same dane statystyczne odnoszące się do liczby uczestników zapisujących się na zawody biegowe nie zawsze potwierdzają takie przekonanie. Wiele imprez sportowych po prostu się nie odbywa od czasu pandemii. Zostały zawieszone lub odłożone na bliżej niesprecyzowaną przyszłość. Wielu biegaczy straciło też motywację do podejmowania tej aktywności, zwłaszcza tych, dla których uczestnictwo w zawodach było wartością szczególnie pożądaną. W niniejszym artykule jednak ten wątek nie jest rozwijany, gdyż nie ma on bezpośredniego związku z problemem tutaj przedstawianym (czasem wolnym oraz immersyjnością).

Okres popandemiczny uruchomił (nie automatycznie i nie w zakresie, w jakim było to dostępne w okresie przed pandemią) powrót inicjatyw biegowych, choć ich charakter jest już nieco inny (nierzadko wciąż obowiązujące wymogi ze względu na zagrożenie epidemiczne i wynikające z tego utrudnienia). Stwierdzić więc należy, że immersyjność jako

przejaw determinacji zewnętrznej, pochodzącej z różnych źródeł, a dotykającej biegacza długodystansowego, odsłania się jeszcze bardziej wyraziście, jeśli uwzględni się horyzont czasowy sprzed pandemii, w trakcie jej trwania, jak i obecnie, w okresie popandemicznym. Biegacz długodystansowy „metabolizuje" swoją immersyjność jako splot zjawiska, które go determinuje i które także on próbuje sprawczo kontrolować, a także nadawać mu pozytywny, wyzwalający wydźwięk. Oznacza to, że immersyjność jako pewna siła działająca na biegacza, a także w nim operująca, zostaje przez niego „skonsumowana", „pochłonięta", a niekiedy po prostu zaakceptowana, przyjęta z dobrodziejstwem inwentarza.

WZNIOSŁOŚĆ I ESTYMA W OPISIE DOŚWIADCZENIA BIEGANIA

Wiele osób aktywnych biegowo doskonale rozumie to, że wypełnianie czasu wolnego bieganiem nie jest jedynie zapełnianiem tego czasu jakąś materią, która należałaby do tych definiowanych jako „cokolwiek". Jest natomiast ważnym – niekiedy postrzeganym bardzo wzniośle, wręcz mistycznie – elementem codzienności. Nie dziwią przedsięwzięcia naukowe i popularnonaukowe, w których bieganie jawi się jako jedno z najbardziej szlachetnych i wzniosłych zajęć podejmowanych przez ludzi. Za przykład można podać Neila Baxtera, socjologa i pisarza, który na stronie internetowej *Running Studies. Notes on the social science, history and culture of running* (http://runningstudies.co.uk/seriousness-running) zamieszcza wiele wartościowych analiz dotyczących zagadnienia. Jednym z ostatnich jest artykuł zatytułowany *A defence of the seriousness of running*, wskazujący właśnie na ten aspekt osobliwości i wzniosłości biegania.

Dystrybucja potencjału i doświadczeń biegaczy w przestrzeni społecznej, a zwłaszcza wirtualnej jest zarówno przejawem potrzeby uznania, podziwu, rywalizowania, jak i akceleratorem dla wzajemnego motywowania się w tej aktywności. Informowanie o własnych osiągnięciach jest najczęściej natychmiast nagradzane, niekiedy przyjmuje też ironiczny styl, co zazwyczaj wywołuje kolejne reakcje, a te przekładają się na działania motywacyjne, które są tym sposobem wzmacniane. I choć motywacja osiągnięć nie może być zaspokojona w pełni, ponieważ zawsze będą szybsi, sprawniejsi, jednym słowem tacy, którzy osiągnęli więcej (Sztompka, 2020, s. 191), to stanowi ona pobudkę do trwałego i znaczącego determinowania się w wybranej i realizowanej aktywności. Jeden z najważniejszych mentorów amerykańskiego biegania, zwłaszcza maratońskiego, Jeff Galloway, bardzo często cytowany i poważany w maratońskim środowisku, stwierdził: „*One of the wonderful aspects of running ist that there is no definitione of a runner that you must live up to* [*Jednym ze wspaniałych aspektów biegania jest to, że nie ma definicji biegacza, zgodnie z którą musisz żyć* (tłum. red.)]. Jeśli próbować łączyć ze sobą bieganie i socjologię (a z pewnością taki zabieg jest przynajmniej ryzykowny, a może i zaskakujący), to nie sposób dostrzec pewnej analogii pomiędzy tymi rzeczywistościami dzięki – z kolei – uznanemu amerykańskiemu socjologowi Alvinowi W. Gouldnerowi, który stwierdził: „Socjologię tworzy socjolog jako całościowy człowiek i, że w związku z tym staje on nie tylko przed problemem tego, jak pracować, lecz także jak żyć" (Gouldner, 2010, s. 464). W obu przypadkach postuluje się aspekt wiązania aktywności z życiem oraz z jego wartością i znaczeniem. Bieganie

i socjologia – piękno i wartość przekładające się na konkrety codzienności, są odkrywane poprzez zafascynowanie jedną i drugą aktywnością.

Poniżej zostają zamieszczone różne przykłady sentencji, motta, zdania motywacyjne, które można odczytywać jako „autostymulatory biegowe" i uwznioślone formy przedstawiania tego, z czym ktoś się identyfikuje i czym pasjonuje. Zostały one zaczerpnięte z różnych portali społecznościowych przeznaczonych dla osób uprawiających bieganie długodystansowe (w nawiasie wskazano na nazwę danej grupy). Zasadniczo skorzystano z włoskich i polskich portali tego typu, a wspomniane refleksje poddano krótkiemu komentarzowi. Kwerenda i analiza zebranych danych miała miejsce w lutym 2023 roku. Wybór tych portali był podyktowany przekonaniem, że są one najbardziej aktywne, często odwiedzane przez osoby zainteresowane, a materiały tam zamieszczane odzwierciedlają rzeczywisty stan faktyczny, jeśli chodzi o praktykowanie biegania amatorskiego i długodystansowego. Materiał zaczerpnięto z następujących stron internetowych: https://www.facebook.com/portal.Bieganie, https://www.facebook.com/runnerscorrere oraz https://www.facebook.com/groups/220924851740589. Wybór materiału do analizy (sentencje, motta czy zdania motywacyjne) wynikał zarówno z ich wyrazistości i osobliwości treści, które w sobie zawierają, a jednocześnie z przekonania, że są one doświadczeniem uniwersalnym biegaczy, czymś, z czym właściwie wszyscy mogą się identyfikować i czego doświadczają z racji uprawiania tego sportu. Także osobiste doświadczenie autora tego tekstu ów fakt potwierdza.

Bieganie to najpiękniejsza bajka, w której główną rolę grasz sam (FB. Bieganie.pl). Nawiązując do klasyka socjologii Ervinga Goffmana, można stwierdzić, że kiedy jednostka prezentuje siebie innym, jej prezentowanie siebie przed audytorium społeczeństwa odzwierciedla wartości tegoż społeczeństwa (Goffman, 2008, s. 65). Biegacz pokazuje swoją aktywnością, że zarówno on sam, a przede wszystkim to, co robi, jest dedykowane nie tylko jemu, ale i innym. Daje innym motywację, przykład, dba o adresatów swojego spektaklu. Może to, co robi, nie jest i nie będzie realizowane przez innych (pozostaje „bajką"), ale daje poczucie, że człowieka stać naprawdę na wiele. On sam czuje się więc protagonistą, co realizuje w okolicznościach oraz w czasie wydzielonym z codziennych obowiązków i oficjalnych zobowiązań. Immersyjność w tym jego działaniu działa też w ten sposób, że zostaje „wciągnięty" przez przynaglenie, by wykonywana aktywność była oceniana i „oklaskiwana" przez audytorium społeczeństwa. Ostatecznie to społeczeństwo nagradza za tę aktywność i jej jakość.

La corsa è il mio tempo privato, la mia terapia, la mia religione [*Bieganie to mój osobisty czas, moja terapia, moja religia*] (Gail W. Kislevitz – seria „Io amo correre", FB. Gruppo di Runners). Autor tego stwierdzenia deklaruje, że bieganie jest jego czasem zupełnie prywatnym, osobistym, stanowi swoistą terapię, staje się wręcz jego religią. Okazuje się, że czas wolny staje się czasem niezwykle wypełnionym i wartościowym. Już nie jest tylko zwykłą „odskocznią" od trudów codzienności, ale jest fundamentalną treścią egzystencji. Immersyjność działa tu na zasadzie anektowania całej jego psychofizycznej sfery, wchodzi w jego świadomość i tożsamość. Buduje określone motywacje i angażuje do określonych postaw i decyzji. Staje się antidotum i jednocześnie „chorobą", która rozlewa się na wszystkie sfery jego życia. Terapeutyczność utkwiona w aktywności biegowej jest jakby automatyczna. Włącza się zawsze wtedy, kiedy biegacz postanawia i realizuje swój trening biegowy. Proces immersyjności powoduje przekraczanie przez biegacza tego, co jest zwykłym materiałem

codzienności, dotykalnym wymiarem jego egzystencji, a wchodzeniem także w sferę swoistego sacrum i mistycznego doświadczenia.

Il piacere della sana sulitudine della corsa [*Przyjemność płynąca ze zdrowej samotności biegania*] (FB. Runners). W czasie wolnym jednostki poszukują odpoczynku. Chcą się zrelaksować – przynajmniej jest to zasadniczy i oficjalnie wyrażany pogląd. Przyjemność czerpana ze zdrowej samotności podczas biegu (tak należałoby przetłumaczyć cytowaną myśl), wskazuje na swoisty dualizm tkwiący w jednostce: z jednej strony przejawia ona skłonności do relacyjnego stylu życia, z drugiej – ma potrzebę izolowania się, przynajmniej na jakiś czas i w określonych okolicznościach. Samotność może być także zdrową, pożądaną z punktu widzenia czerpanych korzyści dla organizmu i osobowości wartością. Człowiek, biegnąc, doświadcza tego stanu. Jest samotny w swojej aktywności, choć z pewnością za jakiś czas zechce się podzielić z innymi jej owocami. Czy samotność i wpędzanie się w nią ma także immersyjny charakter? W jakimś sensie tak. Immersyjność w tym przypadku przyjmuje formę wchodzenia w izolację, w samotność.

Non importa cosa trovi alla fine di una corsa, l'importante è quello che provi mentre stai correndo. Il miracolo non è essere giunto al traguardo, ma aver avuto il corraggio di partire [*Nie ma znaczenia, co znajdziesz na końcu biegu, ważne jest to, co czujesz podczas biegu. Cud nie polega na dotarciu do mety, ale na odwadze wyjazdu*] (Jesse Owens, FB. Runners). Amerykański lekkoatleta i mistrz olimpijski Jesse Owens, cytowany na włoskim portalu biegaczy, przekonuje (a jego słowa mają wagę choćby dlatego, że był wielokrotnym rekordzistą i zwycięzcą wielu zawodów biegowych), że nie ma znaczenia finał biegu. Najważniejsze jest to, co się wydarza podczas drogi, którą biegacz przemierza. Nie będzie więc sportowiec pochłonięty (przeniknięty mechanizmem immersyjności) jedynie w określonych stadiach swoich aktywności i swojego życia, będzie się to bowiem działo permanentnie. Pozytywna i wartościowa immersyjność sprawia, że w jednostce konstytuują się wartościowe postawy, kształtuje system aksjonormatywny. W jakimś sensie zakłada się jego istnienie już od samego początku, kiedy podejmuje się decyzję, by wejść w ten trud aktywności. Odwaga startu (*il corraggio di partire*) jest podstawowym nośnikiem sukcesu, który nie czeka na biegacza na mecie. Jest on „rozsiany" po drodze i podczas każdego wprowadzanego do struktury aktywności momentu i elementu.

Non potrai mai arrivare al traguardo senza fatica, ma è proprio quella fatica a renderti speciale [*Nigdy nie dobiegniesz do mety bez wysiłku, ale właśnie ten wysiłek czyni cię wyjątkowym*] (FB. Runners). Biegacze są przekonani o tym, że ich sukcesy nie pojawiają się przypadkowo. Są budowane. Wymagają wielkich inwestycji angażujących pracę, systematyczność, determinację i wolę walki. Nie da się osiągnąć sukcesu bez wysiłku. Dynamika ludzkiej aktywności (człowiek jako *animal laborens*) jest efektem splotu wielu czynników. I podobnie jak przekonywał cytowany wyżej Owens, także tutaj akcentuje się wartość samego trudu, poświęcenia, ofiary i determinacji. Człowiek wysilający się staje się człowiekiem kreatywności i hojnego dedykowania siebie i własnego potencjału na rzecz określonego celu. Jego struktura *animal laborens* przekształca się w strukturę *homo faber* (Sennett, 2010, s. 14). Liczy się tak naprawdę nie sam cel, a droga. Immersyjność aktywności biegowej jest na tyle kompletna i wszechogarniająca, że nie ogranicza się tylko do określonych odcinków przebieganego dystansu i elementów struktury psychofizycznej biegacza, ale zagarnia zarówno sam czas, jak i zaangażowane w ten czas aktywność i cały organizm jednostki.

Corri e la mente si svuota dei pensieri inutili per lasciare fluire quelli buoni [*Biegnij, a umysł zostanie oczyszczony z bezużytecznych myśli, aby pozwolić tym dobrym płynąć*] (FB. Runners). Ta z kolei ekspresja może stanowić element silnie motywacyjny, a jednocześnie terapeutyczny. Jej autor zachęca, kierując swoje propozycje bezpośrednio do odbiorcy, by ten biegł, a dzięki temu jego umysł oczyści się z niepotrzebnych, złych myśli, a w miejsce tychże właśnie popłyną te właściwe, zdrowe. Codzienność i wszystkie związane z nią wyzwania nierzadko obciążają jednostki, sprawiając, że czują się one zmęczone i zniechęcone. Kumulowanie się negatywnych emocji i myśli może powodować stany depresyjne i wywoływać syndromy negatywizmu w odniesieniu tak do samego siebie, jak i do otoczenia. Świat doświadczeń społecznych staje się obciążającym, a nie pozytywnie otwierającym i budującym spokojnie kapitał relacyjny. Ruch, w jaki wprawia się biegacz, generuje jakiś rodzaj uwolnienia się od opisanych stanów, wprowadzając się w pozytywną i pożądaną strukturę przeżyciową, jednocześnie rekonstruując niezbędne do dalszego działania zaplecze energii emocjonalnych, fizycznych i psychicznych. Można nawet stwierdzić, że immersyjny charakter biegania w tym wymiarze to dysponowanie potencjałem metamorficznym i rekonstruującym. Jednostka sama wprowadzałaby się w ten stan. Jest to jakby wybór pozytywnej dezintegracji, odejścia od pasywnej i statycznej strategii porządkowania swojego wewnętrznego stanu, na rzecz dynamicznej dekonstrukcji stanu zmęczenia i zamknięcia, w decyzji zaangażowania się w proces przeobrażenia (Prüfer, 2020, s. 94).

Correre un'ora al giorno e garantirmi così un intervallo di silenzio tutto mio, è indispensabile alla mia salute mentale [*Bieganie przez godzinę dziennie i zagwarantowanie sobie w ten sposób chwili ciszy jest niezbędne dla mojego zdrowia psychicznego*] (FB. Gruppo di Runners). Nie ma wśród biegaczy jednoznacznego przekonania co do czasu trwania dziennego treningu. Wydaje się jednak, że symboliczna godzina jest akceptowana przez większość jako ta najwłaściwsza. Jedna godzina w ciągu doby dedykowana zupełnie odmiennej aktywności niż ta związana z pracą, obowiązkami domowymi, realizacją różnych potrzeb czy po prostu klasycznie rozumianego odpoczynku w czasie wolnym. Biegacze bardziej wytrenowani dobrze wiedzą, że godzina spokojnego biegu nie stanowi jakiegoś ekstremalnego wyzwania. Jest po prostu przyjemnym zapełnieniem cezury czasowej w harmonogramie dnia. Czy jest to czas mentalnego budowania relacyjnego wymiaru własnej osobowości? A może jednak przeciwnie – czas swoistej izolacji i wyłączności? Z powyższego wpisu wynika, że przeznaczene godziny na trening biegowy może stawać się „immersyjnością w samotność", która ma nieoceniony wpływ na zdrowie psychiczne. Można nawet skonstatować, że poprzez taką logikę zagospodarowywania czasu wolnego dąży się do odzyskiwania zaburzonej równowagi, czyli do homeostazy w obrębie własnej osobowości, o czym mówi się nie tylko w psychologii, lecz i w socjologii (Doliński, 2005, s. 159).

Il piacere della sana solitudine della corsa [*Przyjemność płynąca ze zdrowej samotności biegania*] (FB. Gruppo di Runners). Czas wolny w percepcji jednostek, zwłaszcza żyjących we współczesnych uwarunkowaniach społeczeństwa ponowoczesnego wydaje się nośnikiem pozytywnych, przyjemnych doznań. Nie kategoryzując w tym momencie poglądów na temat definiowania tego, co przyjemne, a jedynie wskazując na dążenie do tego, co się wyczuwa jako przyjemne i co determinuje określone działania, aby to osiągnąć, z pewnością można tu mówić o poczuciu dobrostanu. Jest on rekonstruowany (podobny element wskazano wyżej)

w kontekście zdrowej samotności (*sana solitudine*). Ta nie będzie rujnowała przestrzeni relacyjnej. A warto przypomnieć, że biografia indywidualna i potencjalna zmiana, która może zachodzić na tym mikropoziomie, jest też silnie zdeterminowana przez przestrzeń międzyludzką (Sztompka, 2016, s. 335). Oba wymiary w pewien sposób się warunkują. Zatem osobista rekonstrukcja na poziomie biografii indywidualnej ma w sobie siłę morfogenetyczną i morfostatyczną, tak więc – w następstwie – będzie z dużym prawdopodobieństwem rekonstruowała na nowo sieć relacyjną, z racji nagromadzonego i odzyskanego potencjału, co miało miejsce podczas doświadczania wspomnianej samotności. W immersyjnym charakterze aktywności biegowej można się więc doszukiwać okazji do rekonstruowania jakości życia (Prüfer, 2021), dobrostanu odczuwanego i przeżywanego, tak więc i tu bardziej przekonuje ten właśnie – pozytywny element, niż negatywny, choćby ten wskazujący na uzależnianie.

Running is the most underutilized antidepressant and it is free [*Bieganie jest najbardziej niedocenianym i bezpłatnym środkiem antydepresyjnym* (tłum. red.)] (Run Rome The Marathon). Organizatorzy maratonu rzymskiego planowanego na rok 2023 starają się, aby ich „oferta biegowa" była także propozycją atrakcyjną z prestiżowego punktu widzenia. Od wielu lat organizują to biegowe przedsięwzięcie, gdzie wybrzmiewa chyba najbardziej wątek dotyczący tego, iż bieg odbędzie się w najpiękniejszym mieście na świecie. Co jakiś czas zamieszczane są na stronie internetowej organizatora motta informacyjno-motywacyjne. Także te proste, choć być może one właśnie są najbardziej dosadne i wywołują zamierzony efekt. Bieganie to aktywność, która działa antydepresyjnie. Pozwala doświadczyć wielu silnych emocji, co potwierdzają z kolei polskie autorki w artykule *Running as a Form of Therapy Socio-Psychological Functions of Mass Running Events for Men and Women*, będącym pokłosiem badań zrealizowanych wśród uczestników półmaratonu poznańskiego (Malchrowicz-Mosko i Poczta, 2018). Aktywność biegową można sobie aplikować bez ponoszenia kosztów finansowych – jako praktykujący maratończyk podzielam to przekonanie, choć oczywiście należy też wspomnieć, że uczestnictwo w prawie wszystkich zawodach biegowych związane jest z koniecznością wniesieniem opłaty startowej. Nie zaprzecza to jednak faktowi, że sam trening, który biegacz sobie aplikuje, można uznać za bezkosztowy (zakładając, że już wcześniej nabył stosowne obuwie i odzież sportową). Kiedy jednostka zdyskredytuje tezę o konieczności skorzystania z pomocy terapeutycznej ze względu na trudność związaną z ponoszeniem za to kosztów finansowych, z pomocą przychodzi immersyjność biegowa, która rozbija ten argument.

„Bieganie dało mi odwagę, by zaczynać, determinację, aby wciąż próbować i duszę dziecka, aby mieć z tego wszystkiego zabawę po drodze. Biegaj często i biegaj daleko, ale nigdy nie zabiegaj swojej radości z uprawiania tego sportu" (Julie Isphording, *Trening biegacza*, http://www.biegaczki.pl/biegowe-inspiracje/inspirujace-cytaty/). Jest wielu biegaczy, którzy dzielą się swoim doświadczeniem, jednocześnie wskazując swoistą strategię i metodologię realizacji tej aktywności. Bieganie może być rozumiane przez pryzmat profesjonalnego zadania, dzięki któremu zdobywa się sławę, prestiż i pieniądze (tylko nieliczni podpadają pod tę strategię). Jednak dla większości biegaczy amatorów stanowi ono przestrzeń, którą już wyżej i szerzej scharakteryzowano, a która wypełnia przede wszystkim czas wolny. Doświadczanie satysfakcji, czerpanie radości oraz poprawianie własnego dobrostanu psychofizycznego to podstawowe komponenty biegania amatorskiego. I aby nie dokonała się destrukcja w tym nagromadzonym kapitale, istotne staje się mądre i wyważone podejście do niego, na co tak

wzniośle zwraca uwagę zwyciężczyni Los Angeles Maraton w kategorii kobiet w 1990 roku. Nie „zabiegać" radości z biegania, a czerpać z tego limfę ożywiającą biegacza, uświadamiającego sobie, że stać go naprawdę na wiele – to jak się wydaje jest najważniejsze przesłanie w tej strategii. A jedna z bohaterek kultowej książki o biegaczach długodystansowych *Urodzeni biegacze. Tajemnicze plemię Tarahumara, bieganie naturalne i wyścig, jakiego świat nie widział*, dopowie: „[…] istnieje szansa, że bieganie zmieni cię w takiego człowieka, jakim zawsze chciałeś być: lepszego, bardziej pokojowo nastawionego do życia" (McDougall, 2010, s. 171). Zawłaszczający, immersyjny rys biegania – jak się okazuje – istotnie się problematyzuje w tym znaczeniu, że otwiera nowe przestrzenie i uruchamia nowy potencjał egzystencjalno-aksjonormatywny.

HUMOR, IRONIA I „KRZYWE ZWIERCIADŁO" BIEGACZY I O BIEGACZACH

Kategoria czasu wolnego pozwala także na zwrócenie uwagi na elementy kreatywności i pomysłowości, które najczęściej w tym czasie powstają, a które dotyczą biegania. Jednym z takich ważnych i często pojawiających się wątków jest przedstawianie biegaczy i aktywności biegowej w „krzywym zwierciadle". Poczucie humoru, a nawet spora dawka ironii nie opuszczają biegaczy, którzy potrafią w odniesieniu do samych siebie i innych, podobnie aktywnych, tworzyć sporą bazę opisową i wyjaśniającą. Kryją się też za tym z pewnością ukryte marzenia, pomysły, a może i nawet przejawy frustracji (kiedy np. biegacz chciałby biegać szybciej, a nie jest w stanie). Kilka takich przykładowych wypowiedzi, zamieszczonych na portalach społecznościowych „przesłań biegowych", pozwala nie tylko zrozumieć mentalność biegaczy, ale i pokazuje zdolność do zachowania dystansu i „odczarowania" tej aktywności z naleciałości przesadnej powagi, jaka jest mu niekiedy przypisywana.

„Biegnij tak szybko, jakbyś coś ukradł" (FB. Bieganie.pl). Naturalną reakcją na zagrożenie, jakiego jednostka doświadcza, jest poderwanie się do biegu. Podczas rozmów biegaczy z osobami, które nie imają się tej aktywności, można niekiedy usłyszeć, że ci drudzy biegną jedynie wtedy, kiedy muszą dogonić na przykład odjeżdżający autobus albo uciec przed kimś/czymś (np. zwierzęciem). Ucieczka jest jedną z tych form zachowań ludzkich, które odsłaniają i określają miejsce człowieka w świecie oraz niezdolność do zapanowania nad wszystkim. Człowiek jest powiązany ze światem przyrody i w pewien sposób jej także podlega. Podobnie, jak istotnie jest zdeterminowany relacyjnie oraz jak ta relacyjność kształtuje jego tożsamość (Donati, 2013, s. 58), jego obecność w kosmosie jest obecnością dyskretną, relatywną, a nie wszechpotężną i nie totalną.

„Zawsze, kiedy biegam, poznaję nowych ludzi… np. sanitariuszy" – stwierdza leżący z wyczerpania na ziemi biegacz (FB. Bieganie.pl). Dla wielu biegaczy uczestniczenie w jakimś zorganizowanym biegu jest ważnym elementem dla ich motywacji. Dla zewnętrznych obserwatorów natomiast staje się nierzadko fenomenem co najmniej zadziwiającym. Mimo że biegacze amatorzy nie uprawiają tego sportu profesjonalnie, to bardzo często presja „dawania z siebie wszystkiego" przekładana jest na realia w stopniu dosłownym. Wytrzymałość biegacza wystawiana jest na próbę. Kwestia ta bywa także badana – co prawda sporadycznie – w różnych

przedsięwzięciach naukowych (McNarry et al., 2020, s. 658–670). Pomijając poważny aspekt tego zjawiska, należy zaznaczyć, że biegacz potrafi w żartobliwy sposób odsłonić wartość nawiązywania kontaktów z innymi. Tak naturalna potrzeba poznawania świata, otoczenia, a przede wszystkich innych ludzi, w przypadku biegania przedstawia się też dość osobliwie. Abstrahując od tego konkretnego przypadku (sanitariuszy), potrzeba, którą można by nazwać afiliacyjną, w przestrzeni biegowej odsłania się ze szczególną siłą i w bardzo konkretnych postaciach (Prüfer, 2022, s. 203–205). Podobnie jak w przestrzeni społecznej nie brakuje takich dyskursów, które w swojej dosadności zarówno bawią, jak i odsłaniają prawdę o fundamentalnych rozwiązaniach i prognozach dotyczących tego, co może się wydarzyć: „Czuję, że maraton wygra ten, kto pierwszy dobiegnie do mety" (FB. Bieganie.pl). Immersyjność biegania nie dotyczy zatem samej tylko aktywności biegowej, ale i całego kontekstu, w którym biegi się realizują (zwłaszcza kiedy biegacze łączą się w swoiste *kohorty* bądź *nowoplemiona* powstające właśnie na bazie tych wspólnych biegowych doświadczeń).

„Dzisiaj mija dokładnie pół roku, od kiedy jutro rano idę biegać" (FB. Bieganie.pl). Obserwacje i rozmowy z wieloma osobami zaangażowanymi w bieganie, ale i z tymi, którzy kiedyś biegali, ale zaniechali tego, pozwalają stworzyć niezwykle bogatą paletę elementów, scenariuszy i świadectw związanych z biegową „fazą preparacyjną". Motywowanie się do biegania jest niekiedy bardzo wymagającym procesem. Nierzadko kończy się właśnie we wspomnianej fazie. Można by stwierdzić, że z jednej strony jednostki bronią się przed immersyjnym charakterem działania tej aktywności (o czym słyszą z doświadczeń innych praktykujących biegaczy), z drugiej odczuwają jakiś rodzaj oporu, któremu trzeba by się skutecznie przeciwstawić, żeby rozpocząć działanie w tym obszarze. Każda jednostka odczuwa to inaczej i indywidualnie, ale wszystkie te doświadczenia lokują się jakby w jednym module tych samych dwóch elementów: chęci zmiany oraz wprowadzenia jakiejś nowości w życiu i trudności, by ten proces zainicjować, a następnie sukcesywnie realizować. Trafnie przed laty zauważył klasyk socjologii Georg Simmel: „Wciąż od nowa pociąga nas rozpatrywanie ludzkich poczynań, ponieważ stanowią nieskończenie urozmaiconą mieszankę jednakowych, stale nawracających kilku tonów podstawowych oraz nieprzeliczonych indywidualnych wariacji, z których każda różni się do pozostałych" (Simmel, 2006, s. 32).

Sei un runner quando mentre percorri una strada in macchina pensi: Questa sarebbe bello farla correndo [*Jesteś biegaczem, kiedy jadąc drogą samochodem, myślisz sobie: pobiegałbym po tej drodze*] (FB. Runners). Immersyjność „pożerająca" biegacza może mieć różne intensywności wyrazu i ujawniać się w różnorodnych formach. Niekiedy sam praktykujący tę aktywność nie zdaje sobie sprawy z tego, kiedy przypomni o sobie ta siła i z jaką intensywnością. Autor przywołanej tu myśli dzieli się informacją z własnych doświadczeń i niejako potwierdza to, co się zdarza wielu biegaczom (autorowi tego artykułu także). Jest się biegaczem, kiedy prowadząc auto jako kierowca bądź pasażer, znajdując się na jakiejś drodze i przemierzając kolejne kilometry, jest się w towarzystwie cisnących się w głowie myśli typu: „Byłoby dobrze tutaj pobiegać". Można dorzucić jeszcze w tym kontekście kilka innych przykładów, choćby ten dotyczący znaków drogowych informujących o dystansie, jaki dzieli kierowcę od jakiejś miejscowości. Najbardziej chyba symptomatycznym tego typu mechanizmem skojarzeniowym jest pojawiający się znak z cyfrą „42" (niech by to była odległość do kolejnej miejscowości albo wyświetlający się komunikat o prędkości przemieszczania

się w danym momencie). Dla maratończyka, który mierzy się podczas swojego biegu z dystansem maratońskim właśnie, ten komunikat może być odczytywany bardzo jednoznacznie (przypomnijmy, że długość maratonu to ponad czterdzieści dwa kilometry).

Cose che solo runner può capire: Terminare la corsa e arrivare a casa 7.97 km. Andare avanti e poi ritornare indietro per arrivare a 8 km tondi [*Sprawy, które jedynie biegacz rozumie: Zakończyć bieg i dotrzeć do domu po 7,97 km. Pobiec dalej, potem zawrócić, aby dobiec do 8 km*] (FB. Runners). Nie mniej zabawnym, ale i symptomatycznym elementem co do immersyjności biegania jest przypadek opisany powyżej. Specyfika „mentalności biegacza" wyraża się w tym, że często ma on upodobanie do okrągłych i dokładnych cyfr. Kiedy mierzy wybiegany dystans i czas, z jakim go przebywa, czymś dla niego dyskomfortowym byłoby odczytanie z zegarka sportowego informacji, że nie przebiegł – przykładowo – ośmiu kilometrów, ale siedem kilometrów i dziewięćset pięćdziesiąt metrów. Dlatego mobilizuje się ponownie i dopełnia brakującego dystansu. Jest to dla niego o tyle ważne, że w wielu przypadkach będzie chciał to udokumentować na jakiejś platformie, uczynić publicznym, by inni dostrzegli i mogli się do tego odnieść. Z osobistych doświadczeń dołączam też taki wątek, kiedy to realizując przedsięwzięcie biegu dwudziestoczterogodzinnego, na dwadzieścia sekund przed jego dopełnieniem bateria w zegarku, który rejestrował bieg, się wyczerpała. Stąd nie ma zapisu trasy informującego o przebiegniętym wspomnianym dystansie, a jedynie o dwudziestu trzech godzinach i pięćdziesięciu dziewięciu minutach i czterdziestu sekundach. Wymowny jest tytuł jednego z opracowań odnoszących się do tego zachowań: *„If it's not on Strava it doesn't matter". The collective shaping of running via self-tracking social interactions* (Spotswood et al., 2020). Zasada jest tu prosta: bieg nie został zarejestrowany, bieg nie został zrealizowany, choć w rzeczywistości się przecież odbył.

Na jednym z portali biegowych pojawiła się ironizująca i prześmiewcza informacja, w szczególny sposób adresowana do tych spośród biegaczy, którzy mają skłonność nie tylko dzielić z innymi sukcesy dotyczące biegania samego w sobie, ale rzekome efekty tej aktywności. A jak wiadomo, bieganie sprzyja zrzucaniu kilogramów. Fakt, że nie jest to takie proste i natychmiastowe, prowokuje niektórych „protagonistów biegowych" do przekłamywania rzeczywistości przy pokazywaniu rzekomych efektów w tym zakresie. Tyle że nierzadko wykorzystują do tego programy umożliwiającego korektę sylwetki na zdjęciu. W odniesieniu do takich inklinacji autor zamieszcza post, który miałby formę reklamy: *Vuoi cambiare il tuo corpo in un solo mese? Anche tu puoi farcela! Iscriviti subito ad un corso di Photoshop!* (FB. Gruppo di Runners). Można by go przetłumaczyć następująco: „Chcesz zmienić swoją sylwetkę w ciągu jednego miesiąca? Możesz to zrobić także ty! Zapisz się natychmiast na kurs programu Photoshop!".

ZAKOŃCZENIE – RÓŻNE OBLICZA CZASU WOLNEGO I BIEGANIA DŁUGODYSTANSOWEGO

Czas wolny jest dobrodziejstwem, ale bywa także przekleństwem. Wiele zależy od sposobu jego przyswojenia, równie dużo zależy od metod i pomysłów na jego wykorzystanie. Czy będzie tylko narzędziem do realizacji innych wartości, czy może stanie się wartością

autoteliczną? To będzie zależało zarówno od kompetencji i kreatywności jednostki, jak i od tego, w jakiej ofercie i postaci przedstawi ją społeczeństwo. Bieganie – żeby żyć, bieganie – żeby biegać. Czy zasadne jest zestawianie obok siebie tych dwóch różnych jednak stanowisk, ukierunkowanych na aktywność biegową w popandemicznej rzeczywistości? Tezy dotyczą konkretnej aktywności, za pomocą której człowiek wykazuje się kompetencją przemieszczania się o własnych tylko siłach w sobie wiadomym kierunku, czyniąc to zarówno z pobudek egzystencjalnych, praktycznych, jak i czysto autotelicznych. Czy takie aspekty uzasadniają próbę socjologicznej analizy? Czy da się uzasadnić podjęcie problematyki biegania długodystansowego z takiej właśnie, socjologicznej, perspektywy? Czy nasze analizy zdołały choć w części taką perspektywę zarysować?

Czas wolny wypełniany różnymi formami aktywności, w tym aktywnością biegową, przestaje być czasem „pustki" i nieefektywnej konsumpcji. Staje się kategorią nasyconą tym, co stało się efektem osobistego i wolnego wyboru. Wyjście z reprodukowanych praktyk codzienności, w tym zwłaszcza związanych z pracą zawodową, obowiązkami na rzecz rodziny, wspólnoty, własnego mikroświata oraz wejście w sferę przestrzeni do zagospodarowania własną pomysłowością, sprawczością i aktywnością, uzmysławiają możliwość projektowania wręcz nieskończenie licznych scenariuszy do realizacji. Decyzja, by poświęcać aktywności biegowej czas, emocje, osobiste preferencje i upodobania, eksperymentując z własnym organizmem i jego możliwościami, sprawia, że granica między działaniem wybitnie wolnym a immersyjnością się zaciera. Jeśli postrzegać jednak tę ostatnią kategorię jako możliwie pozytywny mechanizm, taka aktywność wydaje się nie do przecenienia tak dla samej jednostki, która się na to decyduje, jak i dla jej otoczenia (działanie elementów motywujących, naśladowczych, inspirujących).

W artykule postrzega się immersyjność zarówno z perspektywy osobistych doświadczeń autora, jak i w odniesieniu do biegaczy poddawanych analizie socjologicznej, także tych, z którymi przeprowadzono rozmowy, niekiedy spontanicznie i w okolicznościach przypadkowych (dialogi przed startami w zawodach, spotkania na treningach, przypadkowe dyskusje i wymiany refleksji w okolicznościach „pozabiegowych"). Jeśli rozstrzygać kwestie tego, czy immersyjność biegaczy ma charakter zindywidualizowany, czy jednak zbiorowy (kulturowy), to – jak się wydaje – nie da się rozdzielić tych dwóch obszarów. Immersyjność jest zarówno indywidualna (jednostka „zanurza się" w bieganie), jak i zbiorowa (jednostka „zanurza się" w kulturę biegaczy). Z perspektywy niniejszego artykułu tę pierwszą starano się wyeksponować bardziej niż drugą. Podobnie, jeśli chodzi o kwestie motywacji, inspiracji i bodźców, których biegacz poszukuje i które sobie aplikuje, większe znaczenie miała tutaj perspektywa wewnętrzna, wsobna, niż ta pochodząca ze społecznych kontekstów, takich choćby jak współzawodnictwo czy dzielenie się osiągnięciami z innymi biegaczami.

Przed kilku laty pojawiła się próba ujęcia zjawiska biegania w Baumanowskim kluczu społeczeństwa płynnego (kontrola społeczna, wspólnota, indywidualizacja). Uczynili to duńscy badacze w interesującym tekście o bieganiu jako zjawisku o szczególnej wartości: *„Løb for livet" En teoretisk sociologisk analyse af løbekultur* (Pedersen et al., 2016). W naszym ujęciu nie opowiadano się za żadną z teorii, choć niektóre z nich najprawdopodobniej wybrzmiały. Najistotniejszy był klucz „interioryzacyjny", to znaczy taki, gdzie sam fenomen biegowy lokuje się we wnętrzu biegacza, a artykułowany jest przez niego na zewnątrz i w różnorodnych formach. Biegacze, zwłaszcza ci, którzy nie zatrzymują się na wyzwaniu maratońskim, ale

znacznie go przekraczają, stają się nierzadko „[…] artystami ciała tworzącymi za pomocą palety ludzkiej wytrzymałości" (McDougall, 2010, s. 170). W naukowym i socjologicznym kluczu fenomen biegania długodystansowego może być jednak uwypuklony właśnie zarówno poprzez jego aktywną i zindywidualizowaną eksplorację (gdy socjolog jest biegaczem, a biegacz socjologiem), ale także poprzez deskrypcję i legitymizację dzięki udanym próbom jego zdystansowanej interpretacji.

Wnioski, jakie się nasuwają z przeprowadzonej analizy, mogą być następujące:

1. Bieganie długodystansowe jest nie tylko fenomenem społecznym, intrygującym poznawczo i interpretacyjnie dla podmiotu pozostającego z zewnątrz i dokonującego prób jego zrozumienia i opisu. Jest to głównie zjawisko głęboko osadzone w sferze psychofizycznej konstrukcji osobowości biegacza i przez niego najpełniej przeżywane, a co za tym idzie, rozumiane.
2. Przyjęta za sprzyjającą interpretacji kategoria immersyjności okazuje się częściowo uzasadniona i pomocna w szerokim i wieloaspektowym ujęciu zjawiska. Wskazuje bowiem na dualistyczny, czy lepiej, ambiwalentny charakter aktywności biegowej w jej rzeczywistych i potencjalnych dobrodziejstwach, które stają się udziałem zainteresowanych nim podmiotów.
3. Jeśli rozpatrywać czas wolny jako przestrzeń sprzyjającą czynnościom swobodnie wybieranym, w przypadku biegania niekiedy przekraczane są granice dowolności, swobody czy niekłopotliwego wyboru, spośród innych potencjalnych aktywności, właśnie z racji immersyjności, która tkwi w bieganiu. Jest tak szczególnie z tego względu, że jednostki doświadczają wielu różnych procesów metamorficznych i rekonstruujących ich dobrostan psychofizyczny.

BIBLIOGRAFIA

A defence of the seriousness of running. Pobrano z: http://runningstudies.co.uk/seriousness-running [6.02.2023].

Doliński, D. (2005). Motywacja. W: W. Kwaśniewicz (red.), *Encyklopedia socjologii*. *Suplement* (s. 157–164). Warszawa: Oficyna Naukowa.

Donati, P. (2013). *Sociologia della relazione*. Bologna: Società editrice il Mulino.

FB. Bieganie.pl, https://www.facebook.com/portal.Bieganie [8.04.2023].

FB. Gruppo di Runners, https://www.facebook.com/groups/220924851740589 [8.04.2023].

FB. Runners, https://www.facebook.com/runnerscorrere [8.04.2023].

Goffman, E. (2008). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa: Wydawnictwo ALETHEIA.

Gouldner, A.W. (2010). *Kryzys zachodniej socjologii*. Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS.

Isphording, J., *Trening biegacza*. Pobrano z: http://www.biegaczki.pl/biegowe-inspiracje/inspirujace-cytaty/ [16.02.2023].

Malchrowicz-Mośko, E., Poczta, J. (2018). Running as a Form of Therapy Socio-Psychological Functions of Mass Running Events for Men and Women. *International Journal*

of Environmental Research and Public Health, 15(10), DOI: https://doi.org/10.3390/ijerph15102262.

Maussier, B., Prüfer, P. (2021). Sport, spazi sociali e isolamento al tempo del covid-19. Il caso della corsa amatoriale. W: R. De Lulio, E. Isidori (ed.), *Sport e spazi umano. Dalla forma all'evento*. Bracciano: Tuga Edizioni.

McDougall, C. (2010). *Urodzeni biegacze. Tajemnicze plemię Tarahumara, bieganie naturalne i wyścig, jakiego świat nie widział*. Łódź: Galaktyka.

McNarry, G., Allen-Collinson, J., Evans, A.B. (2020) 'Ploughing on': a sociological investigation of 'endurance work' in competitive swimming and distance-running. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13, 4, 658–670, DOI: 10.1080/2159676X.2020.1772859.

Pedersen, H., Friis Thing, L. (2016). *„Løb for livet". En teoretisk sociologisk analyse af løbekultur*. Pobrano z: https://idrottsforum.org/wp-content/uploads/2016/09/pedersen-thing160914.pdf [2.02.2023].

Prüfer, P. (2020). *Metamorfoza społeczeństwa. Zarys teorii maturacjonizmu linearno-cyklicznego*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA – Oficyna Wydawnicza von Velke.

Prüfer, P. (2021). *Rekonstrukcja jakości życia. Teoretyczno-praktyczne atuty socjologii*. Toruń: Wydawnictwo Edukacyjne AKAPIT.

Prüfer, P. (2022). *Ocalanie człowieczeństwa*. Toruń: Wydawnictwo Edukacyjne AKAPIT.

Sennett, R. (2010). *Etyka dobrej roboty*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA.

Simmel, G. (2006). *Most i drzwi. Wybór esejów*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Spotswood, F., Shankar, A., Piwek, L. (2020). *"If it's not on Strava it doesn't matter". The collective shaping of running via self-tracking social interactions*. Pobrano z: https://www.sociologylens.net/topics/science-technology/if-its-not-on-strava-it-doesnt-matter-the-collective-shaping-of-running-via-self-tracking-social-interactions/29517 [6.02.2023].

Stebbins, R.A. (2002). *The organizational basis of leisure participation: A motivational exploration*. State College: PA Venture Publishing.

Stebbins, R.A. (2004). *Between work and leisure: The common ground of two separate worlds*. New Brunswick: NJ Transaction.

Stebbins, R.A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our* time. New Brunswick: NJ Transaction.

Stebbins, R.A. (2012). *The idea of leisure: First principles*. New Brunswick: NJ Transaction.

Stebbins, R.A. (2012, 2007, 2004, 2002). *The Serious Leisure Perspective*, https://www.seriousleisure.net/concepts.html [8.04.2023].

Stempień, J.R. (2018). Moda na bieganie – doświadczenia Polski i innych krajów. Analiza porównawcza. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica*, 65, 89–107.

Stempień, J.R., Mielczarek, R., Tokarski, J. (2021). New perspectives in social studies on recreational running: The case of Poland. Physical Culture and Sport. *Studies and Research*, 93, 1.

Stempień, J.R., Stańczyk M., Tokarski J., Tkaczyk M. (2020). Running for Health? Polish Long-Distance Leisure Runners and the Problem of Health Literacy. *Polish Sociological Review*, 211, 3, 379–391.

Sztompka, P. (2016). *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*. Kraków: Wydawnictwo Znak.

Sztompka, P. (2020). *Słownik socjologiczny. 1000 pojęć*. Kraków: Znak Horyzont.

Sztompka, P. (2021). *Socjologia. Wykłady o społeczeństwie*. Kraków: Znak Horyzont.

Wang, I-L., Su, Y., Yao, S., Jiang, Y-H., Li, H-Y., Lai, C.-Y. (2013). Effect of wearing medical protective masks on treadmill running performance in the postpandemic era: a randomised trial. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*, 1–11, DOI: 10.1186/s13102-022-00598-9.

Westfall, K.O. (2012). *The Meaning of Running in American Society*. Chicago: DePaul University, Digital Commons@DePaul. Pobrano z: https://via.library.depaul.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=soe_etd [6.02.2023].

A TRAP OR BENEFIT OF IMMERSION IN LONG DISTANCE RUNNING? LEISURE TIME SPENT IN AN ACTIVE WAY

The article describes, explains and interprets the phenomenon of long-distance running through the prism of the immersion category. This concept is rather absent in social sciences, including sociology, therefore an attempt to define it, was made. A search of materials dedicated to the phenomenon of running, posted mainly on Italian and Polish websites was used in this analysis. The method of describing the interpretation of the discourses and content contained in the mottos dedicated to running was applied. First of all, the theory of relationality and the thesis about placing the individual in the space of two social mechanisms: determinism and individual abilities were taken into account. The problem was developed and updated both in its specific cases (narratives and experiences of runners, the author's personal experience with the phenomenon of running, lofty and distanced opinions about running) as well as in an universal scope (descriptions and interpretations present in various studies dedicated to long-distance running). Based on the carried out analyses, it was concluded in the case of runners, that the phenomenon of running is both liberating, reconstructing their biographies, and immersive, i.e. absorbing, "captivating".

Keywords: long-distance running, leisure time, immersion, sociology

Zgłoszenie artykułu: 2.03.2023

Recenzje: 7.04.2023

Akceptacja: 12.04.2023

Publikacja online: 30.06.2023

© 2023 Autor. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

STUDIA HUMANISTYCZNE AGH Tom 22/1 • 2023

https://doi.org/10.7494/human.2023.22.1.87

Ewa Karolina Garstka-Szychta*

ORCID: 0000-0002-7992-1093
Badaczka niezależna

PRZEMIANA I CIĄGŁOŚĆ KULTUROWA POLSKIEJ KUCHNI W PONOWOCZESNYM ŚWIECIE. RELACJE MIĘDZY CZASEM WOLNYM A KONSUMPCJĄ I STYLEM ŻYCIA

Wysiłek spotkania z „Innym" jest podejmowany przez całe życie, na przykład w sytuacji migracji, która jest częściowym opuszczeniem jednej kultury i spotkaniem z drugą. Jednostka w sytuacji migracji konfrontuje w sobie tożsamość pochodzącą z kultury pierwotnej, ukształtowanej w kraju pochodzenia, z nowymi formami zachowań nabywanymi w nowym miejscu. Część dawnych wzorców, przede wszystkim związanych z kulturą jawną (język, obyczaje, sposoby spędzania czasu wolnego), a także częściowo z kulturą ukrytą (sposoby myślenia), ulega zmianie. Pewne treści dotyczące ukrytego wymiaru (wartości i postaw) pozostają jednak trwałym elementem emocjonalnych identyfikacji. Poczucie odrębności w nieznanym wcześniej środowisku wpływa na rodzaj posiłków wybieranych przez migrantów, a wzory kulinarne stają się elementem procesu lokalizacji w warunkach postępującego ujednolicenia kulturowego. Niniejszy artykuł przedstawia sposób, w jaki wzory kulinarne stają się elementami „zewnętrznymi" współczesnych tożsamości jednostkowych, społecznych i zbiorowych młodej polskiej migracji w Irlandii. Stół w sposób metaforyczny staje się elementem pomagającym odnaleźć się w obcej rzeczywistości kraju przyjmującego.

Słowa kluczowe: czas wolny, kultura, migracje, akulturacja, wzory żywieniowe

WSTĘP

Jedzenie to czynność fundamentalna dla przeżycia przedstawicieli każdego gatunku. Związane jest ono ze sposobem życia jednostek i społeczeństw, a także pozwala na wyznaczenie statusu społecznego oraz konstruowanie tożsamości. Proces odżywiania podzielić można na trzy fundamentalne funkcje: biologiczną, kulturową oraz społeczną. Jedzenie można potraktować zatem jako tekst kultury, element komunikujący, nieobojętny semiotycznie (Skowronek, 2012, s. 281). Odczytanie kontekstu spożywanego bądź nabytego w określony sposób posiłku może być kluczem do zrozumienia mechanizmów panujących w danej

* Badaczka niezależna, Polska; e-mail: ewa.garstka@poczta.fm

społeczności czy kulturze. Praktyki skupione wokół pożywienia, rodzaj serwowanych dań oraz sposób ich przyrządzania i spożywania oddają świat symboliczny kultur oraz wyznawane przez nie ideologie (Skowronek, 2012, s. 282). Za tym światem symbolicznym kryją się wyobrażenia członków wspólnoty na temat otaczającej ich rzeczywistości, to one nadają społeczną tożsamość jej członkom (Markowski, 2009, s. 530). Społecznie uzgodniony znak nabiera rangi symbolu niosącego wspólne idee. Według Ralpha Lintona (1975) takie samo miejsce w kulturze zajmują codzienne obowiązki domowe oraz bardziej wzniosłe formy aktywności. Wszystkie one mogą być przedmiotem badań nad kulturą, która jest podstawowym czynnikiem kształtującym osobowość oraz stanowi bazę dla wyjaśnienia zróżnicowania ludzkich zachowań (Dziura, 2010). W myśl amerykańskiego kulturalizmu powinno się dążyć do uchwycenia wpływu danej kultury na osobowość należących do niej jednostek, a nie – jak w przypadku ewolucjonistów – identyfikacji etapów, przez które każda kultura powinna przejść. Zdaniem Lintona członkowie społeczeństwa reprezentują pewien podstawowy typ osobowości ukształtowany w okresie dzieciństwa (odniesiony do systemu wartości/postaw), a także zróżnicowane osobowości statusowe, powiązane z rolami społecznymi. Oba typy osobowości współokreślają codzienne i uroczyste sposoby zachowań, w których jest miejsce zarówno na elementy wspólne, jak i na bardziej specyficzne – odzwierciedlające pozycję jednostek w strukturze społecznej (Dziura, 2010).

Niniejszy artykuł jest próbą przyjrzenia się zwyczajom kulinarnym młodych Polaków w sytuacji migracji (na przykładzie Irlandii). Odwołano się w nim także do żywnościowych praktyk świątecznych, które należy wpisać w kontekst czasu wolnego rozumianego jako wszystko to, co odbywa się poza obowiązkami rodzinnymi i pracą zawodową. Skojarzenie czasu wolnego z nieskrępowaną wolnością może być dyskusyjne, ponieważ dokonywane przez jednostkę codzienne wybory często uzależnione są od zewnętrznych wpływów (ekonomicznych, zdrowotnych, zagrożeń naturalnych itp.). Dlatego warto zwrócić uwagę między innymi na aspekty dotyczące ciągłości i tradycji, a także zmiany kulturowej w zakresie zwyczajów kulinarnych młodego pokolenia.

Zmiany zachodzące w środowisku młodej Polonii w Irlandii możliwe były do zaobserwowania dzięki przeprowadzeniu badań etnograficznych polegających na jakościowej eksploracji kwestii kulinarnych praktyk migrantów opartej na obserwacji środowiskowej, a także wykorzystaniu technik indywidualnego wywiadu pogłębionego. W ramach prowadzonych badań zrealizowano 30 bezpośrednich wywiadów pogłębionych, których analiza umożliwiła zebranie informacji dotyczących poglądów imigrantów na tematy związane ze wzorami konsumpcyjnymi i praktykami kulinarnymi (wiążącymi się także z aktywnościami podejmowanymi w czasie wolnym oraz świątecznym). Badaniami objęci zostali młodzi imigranci z Polski w wieku od 18 do 34 lat zamieszkujący Dublin oraz okolice, wykonujący pracę fizyczną, umysłową oraz uczący się. W wywiadach wzięło udział: 6 osób w wieku 34 lat, 4 osoby w wieku 28 lat, po 3 osoby w wieku 30 i 25 lat, po 2 osoby w wieku 20, 23, 29, 32 i 33 lat i po 1 osobie w wieku 18 i 24 lat. Większość kobiet (9 osób) mieściła się w przedziale wiekowym 30–34 lata, mniej było 25–29-latek, zaś jedna z pań reprezentowała przedział 18–24 lata. Wśród badanych mężczyzn 6 osób zadeklarowało wiek w przedziale 25–29 lat, nieco mniej (5 osób) znalazło się w przedziale wiekowym 18–24 lata, zaś najmniej

– trzech – było mężczyzn w wieku 30–34 lata. Ogólnie wśród respondentów najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 25–29 lat oraz 30–34 lata, a najmniej osób mieściło się w przedziale 18–24 lata. Średnia wieku respondentów wyniosła 26 lat. Analiza obejmuje osoby dorosłe pomiędzy 18 a 34 rokiem życia, których obecne zadania życiowe przypadają na okres wczesnej dorosłości (m.in. wybór partnera, małżeństwo, założenie własnej rodziny, wychowywanie dzieci, uniezależnienie się finansowe od rodziców, obowiązki obywatelskie itp.).

Próba badawcza liczyła 30 osób będących specyficzną grupą młodych ludzi żyjących w niecodziennych warunkach irlandzkiej migracji (głównie poakcesyjnej). Osoby poddane analizie spełniały wstępne kryteria doboru, takie jak wiek czy wybór konkretnego europejskiego państwa migracyjnego (Irlandia). Większość przebadanych jednostek miała średnie wykształcenie (13 osób), 11 osób ukończyło studia wyższe, zaś 6 osób miało wykształcenie zawodowe. Nikt nie wskazał posiadania wyłącznie wykształcenia podstawowego. Sytuacja zawodowa większości rozmówców przed przybyciem do Irlandii nie była dla nich satysfakcjonująca. Najczęściej wykonywali oni słabo opłacalną pracę, co wpłynęło na decyzję o wyjeździe za granicę.

Rozmówcy w swoich relacjach podkreślają ważność wzorów kulinarnych wyniesionych z domu rodzinnego i środowiska lokalnego, a także wskazują na wpływy ze świata zewnętrznego.

ZWYCZAJE KONSUMPCYJNE JEDNOSTKI A KULTURA SPOŁECZEŃSTWA

Kultura, w której socjalizuje się członek społeczeństwa, w dużej mierze odpowiada za preferencje, zwyczaje i tradycje kulinarne. W społecznościach regulowane jest to, co uznawane jest za jadalne, kształtuje się poczucie swojskości i inności. Dychotomia „my–oni" służy określeniu własnej tożsamości, w której pożywienie jest istotną formą kategoryzacji. Wspólne spożywanie posiłków pozostaje częścią tzw. rytów wiążących. Łączy się z gościnnością i integracją, mającą na celu podtrzymywanie kontaktów międzyludzkich. Wokół stołu konstruuje się wspólnota charakteryzująca się między innymi podobnym statusem, co oznacza, że jedzenie ma charakter dystynktywny – określa społeczną pozycję i jednoczy ludzi o podobnym statusie materialnym, upodobaniach kulinarnych czy proweniencji kulturowej. Zaakceptowanie pokarmów typowych dla danej kultury wiąże się z akceptacją całej wspólnoty. Tożsamości młodych Polaków mieszkających w Dublinie kształtowane są przez różnorodne czynniki, takie jak wzory kulinarne, które nieodłącznie związane z konsumpcją uobecniają się niemal we wszystkich aspektach życia ludzkiego. Wzory kulinarne (szerzej także konsumpcyjne) Polonii mieszkającej poza granicami ojczyzny konstruują tożsamości reprezentowane w warunkach emigracyjnych. Praktyki skupione wokół metaforycznie rozumianego stołu uwikłane są w system interakcji – mają one determinujący wpływ na poczucie identyfikacji społeczno-kulturowej konkretnej grupy. Istnieją jednak czynniki, które te działania ukierunkowują – kształtują subiektywne doświadczenia.

Współcześni konsumenci, zdaniem Baumana (2007, s. 129), namawiani są do wyborów zgodnych ze swoimi pragnieniami i aspiracjami – mają one zapewnić im dobre samopoczucie oraz odniesienie sukcesu. W swoich wyborach konsumenci są tylko pozornie wolni, gdyż w tle decyzji, które podejmują, znajdują się różne strategie manipulacyjne (Barber, 2009, s. 53), a także zabiegi zmierzające do sakralizacji konsumpcji (np. działalność galerii handlowych oparta na przejęciu cyklicznego kalendarza: obchody świąt przenoszone na zwyczaje handlowe – Wielkanoc, Boże Narodzenie, rytuały walentynkowe itp.). Czas świąteczny uległ skomercjalizowaniu, w czym przodują święta Bożego Narodzenia: w miesiącach, które je poprzedzają, odnotowuje się najwyższe obroty placówek handlowych (Łaciak, 2005, s. 262), a na rzecz zakupów i konsumpcji przestają obowiązywać wymogi adwentu. Polska obyczajowość świąteczna ewoluuje na poziomie zachowań – działania, które wcześniej wymagały zaangażowania, obecnie zastępowane są pasywnym konsumowaniem gotowych rozwiązań. Następuje zacieranie granic pomiędzy *sacrum* a *profanum*, a treści religijne, duchowe ustępują miejsca rodzinności, wymiarowi kulturowemu i ludycznemu. W przeszłości obyczajowość wywodząca się z tradycji chłopskiej zakładała między innymi magiczny charakter niektórych potraw i składników (np. maku, jajek, chleba itp.), co obecnie zostało zapomniane, jednak czas świąteczny ma nadal charakter szczególny, czemu towarzyszy nostalgia uchodźców czy imigrantów za kuchnią z rodzinnych stron. Struktura zakupów może także wykazywać podobieństwa do obrzędu składania ofiary – dzięki nim na kupującego spływa „moc" marki, tym samym dołącza on do uprzywilejowanej grupy posiadaczy danego produktu (Makowski, 2003, s. 63). W galeriach handlowych, będących „świątyniami konsumpcji" (Ritzer, 2021), nie ma zegarów i okien, nie przypominają one konsumentom o mijającym czasie, również starość i śmierć to tematy nieobecne w ich przestrzeni.

Praktyki kulinarne są jednymi z widoczniejszych przejawów świętowania – to zewnętrzne elementy obyczajowości świątecznej, a ich sens z czasem zostaje zapomniany bądź jest swobodnie interpretowany (Łaciak, 2005, s. 362). Należy zauważyć trwałość pewnych świątecznych obyczajów powiązanych ze świętami, która jednak nie idzie w parze ze znajomością ich symbolicznego sensu – są kultywowane jako element rodzimej tradycji, a niekiedy przybierają formę tzw. tradycji wynalezionych (tj. są uważane za prastare, a tak naprawdę mają niedawny bądź zmyślony rodowód) (Habsbawm i Ranger, 2008, s. 9). Wybierane przez migrantów posiłki mogą stać się elementem procesu lokalizacji w warunkach postępującego ujednolicenia kulturowego. Emigranci opuszczający swoją ojczyznę zmuszeni są do mierzenia się z nową rzeczywistością. Związane z jedzeniem praktyki pomagają osadzić się w nieznanej wcześniej rzeczywistości. Dowodzi tego chociażby duża popularność polskich sklepów oraz „instytucji kulinarnych", na przykład w Irlandii. Zjawisko to wskazuje na niesłabnące zainteresowanie rodowitymi produktami kojarzonymi z krajem pochodzenia. Pomiędzy emigrantem a ojczyzną występuje silny związek przejawiający się między innymi w codziennych wyborach żywieniowych. Zachowania konsumenckie młodych Polaków w Dublinie świadczą o silnym związku migranta z ojczyzną, a stół w sposób metaforyczny staje się elementem pomagającym odnaleźć się w obcej rzeczywistości kraju przyjmującego.

PRAKTYKI KULINARNE JAKO ELEMENT ŚWIĘTOWANIA

W okresie świątecznym, będącym zarazem czasem wolnym, następuje cykliczne odnawianie tożsamości człowieka między innymi za sprawą rytuałów, które wprowadzają porządek i poczucie swojskości w obcym świecie – przywracają szczególny czas (nie linearny, a kolisty i mitologiczny) (Kot, 2010, s. 11–12). Przyspieszenie procesów sekularyzacyjnych powoduje, że wymiar religijny świąt coraz częściej znajduje się na drugim planie, a w świadomości pozostają rytuały będące elementem tradycji, pozwalające budować i wzmacniać tożsamość. Przez swą powtarzalność działania o charakterze symbolicznym czy rytualnym stają się tradycją wymyśloną – są odpowiedzią na nowe sytuacje, przybierają formę nawiązującą do dawnych obyczajów bądź też ustanawiają swoją własną przeszłość. Zjawisko to służy wzmacnianiu poczucia przynależności oraz wewnętrznej jedności wspólnoty (Kot, 2010, s. 13–17). Tożsamość jednostki konstruowana między innymi na bazie doświadczeń z przeszłości i dzieciństwa (np. potrawy spożywane w dotychczasowym życiu) musi ulec transformacji ze względu na zmianę otoczenia i środowiska będącą efektem procesu migracji.

Przygotowywanie określonych dań w konkretne dni tygodnia, wręczanie słodkich upominków to zachowania będące darem jedzeniowym i podlegające utartym regułom. Wokół jedzenia jest budowana symboliczna współzależność członków grupy społecznej, na przykład emigrantów. Tożsamość grupowa w tym przypadku ulega konsolidacji za sprawą określonych i wyniesionych z domu i kraju wyjścia nawyków żywieniowych. Rytuał religijny jest elementem procesu socjalizacji podtrzymującym wspólne życie jednostek oraz pomaga w tworzeniu granic etnicznych. Czas świąteczny jest szczególnym momentem w roku, kiedy następuje cykliczne odnowienie tożsamości za sprawą rytuałów wprowadzających porządek i poczucie swojskości w obcym świecie, a praktyki kulinarne są zewnętrznym elementem obyczajowości świątecznej.

Młodzi polscy imigranci w Dublinie, badani przez autorkę w latach 2016–2017, podkreślali, że najczęściej odwiedzają ojczyznę właśnie w czasie świąt (choć ceny biletów lotniczych wzrastają wówczas kilkukrotnie). W okresie świątecznym korzystniejszym pod względem finansowym rozwiązaniem może też być przylot rodziny z Polski do Irlandii. Dzięki temu migranci mogą spotkać się z bliskimi:

> Ja Boże Narodzenie spędzam tutaj z czystej ekonomii, bo bilety są dla Polaków na święta… to się nie mieści w głowie, na trzy osoby… Na święta przylatuje moja teściowa i wtedy robimy pierogi tutaj (wywiad nr 12, kobieta, 34 lata, 8 lat w Dublinie).

Ciągłość tożsamości podtrzymywana jest między innymi przez praktyki kulinarne znane z miejsca pochodzenia imigranta. Odtwarzanie znanych przepisów w nowych warunkach jest sposobem adaptacji w nowym środowisku:

> W Boże Narodzenie było rodzeństwo, do nas zjechało w tym roku… […] Tak, tradycyjny musi zostać tutaj, nie wyskakuje z chińską [śmiech]. Ewentualnie na któryś dzień, jak się ma dość bigosu, kapusty… ale standardowo musi być barszczyk, uszka, rybka, u nas np. w domu nie jadło się kutii. Wiem, że na Śląsku mają kutię, a u nas jakoś to nie miało racji bytu, zupy rybnej też tak

niekoniecznie, jemy więcej ryby, u nas w domu się tak przyjęło, że pstrąg i karp, nie ma takiego typowego góralskiego dania (wywiad nr 25, kobieta, 26 lat, 4 lata w Dublinie).

Powyższa wypowiedź wskazuje na silny związek migrantów z ojczyzną. Dania, które znają z kraju pochodzenia, przygotowywane są przez nich w nowych okolicznościach, co umożliwia odnalezienie się w nieznanych wcześniej, trudnych realiach:

Tak, bo jest smaczna, bo już od małego nas mamy i babcie karmiły tym, więc i dla dziecka chciałbym zostawić, żeby też wiedziała, jak to jest jeść po polsku (wywiad nr 5, kobieta, 30 lat, 2 lata w Dublinie).

Posiadanie własnej rodziny zmusza wiele osób do obchodzenia świąt religijnych w tradycyjny sposób (tj. m.in. przygotowują wigilijne czy wielkanocne potrawy, korzystają z przysyłanego z Polski opłatka). Warto też zwrócić uwagę na modyfikacje dotyczące dotychczasowego sposobu spędzania czasu świątecznego związane ze sferą kulinarną:

Od 10 lat święta w Irlandii. Jem po swojemu. Robimy Wigilię, jak najbardziej, ale to już nie są takie typowe dania polskie. Opłatek zawsze jest, bo jest wysyłany przez rodziców, to jest taka symbolika, która zamiera, myślę… Nie pamiętam… myślę, że krokiety były z kapustą i grzybami i barszcz czerwony był. Atmosfera jest zawsze podniosła, jeśli chodzi o święta, ale to już nie są te same święta co w Polsce (wywiad nr 21, kobieta, 35 lat, 10 lat w Dublinie).

Sfera wzorów kulinarnych w tym okresie dla wielu rozmówców nie podlega wielokulturowym wpływom otoczenia, ponieważ silnie wiąże się z tradycją, która pomaga w cyklicznym odnawianiu się tożsamości jednostki. Współczesna kultura, zmieniająca swój stan od homogeniczności do heterogeniczności, stymulując współczesnego człowieka ponad miarę, wywołuje u niego uczucie zagubienia. Okres świąteczny pomaga w odnalezieniu się w wielokulturowym świecie.

PERSPEKTYWA DŁUGIEGO TRWANIA I PAMIĘĆ PONADINDYWIDUALNA

Do zrozumienia polskiej tradycji kulinarnej konieczne jest odniesienie do perspektywy długiego trwania (Braudel, 1999), która wskazuje głębszy poziom, w ramach którego dokonują się przemiany cywilizacyjne. Zmiany struktur społecznych, a także zwyczajów kulinarnych, możliwe są do zaobserwowania tylko w dłuższej perspektywie. Zarówno ciągłość, jak i przemiany religijne, kulturowe oraz cywilizacyjne są najistotniejsze dla zrozumienia całości dziejów – tworzą najgłębszy wymiar kultury. Ważną rolę odgrywają wzorce przejmowane od starszych pokoleń, co wiąże się z kulturą postfiguratywną (Mead, 2000), w której to pokolenie dziadków dba o zachowanie wartości, norm i wzorów zachowań, co umożliwia międzypokoleniową transmisję niezbędną dla trwania kultury, której częścią jest tradycja grupy narodowej. Wzrastanie w konkretnej kulturze kształtuje osobowości społeczne jednostek w wymiarze podstawowym i statusowym oraz wyposaża je w atrybuty bardziej trwałe (system

wartości-postaw) i bardziej płynne (wzory zachowań związane z rolami). Polska kuchnia jest składową pamięci ponadindywidualnej, a związane z nią rytuały wiążą się z problematyką pamięci zbiorowej i społecznej. Perspektywa kulturowa jest niezwykle istotna w badaniu pamięci – obrazuje różne formy reprezentowania przeszłości (np. pamięć autobiograficzna jest kulturowo zapośredniczona i jest też warunkiem konstruowania tożsamości osobistej, podobnie pamięć i tożsamość zbiorowa) (Hałas, 2012, s. 12). Pamięć jest zatem fenomenem kulturowym, ukazuje inne wymiary zjawisk kulturowych niż tradycja i habitus (Hałas, 2012, s. 153–173), zaś pamięć społeczna, zbiorowa jest osadzona w międzyludzkiej komunikacji. Kultura kulinarna oparta jest w znacznej mierze na dziedziczeniu społecznym, które osadzone jest w procesie socjalizacji. Dorastając w konkretnym środowisku, jednostka mimowolnie staje się od niego uzależniona. Wraz z nabywaniem nowych kompetencji kulturowych rozszerza się jej znajomość gastronomicznych doznań, które stanowią nadbudowę dla bazy wyniesionej między innymi z domu rodzinnego. Rozważania te są szczególnie cenne w przypadku badanych imigrantów, którzy znaleźli się w sytuacji odmienności kulturowej (wzory dominujące), a także w pewnym stopniu w warunkach wielokulturowości, wymuszającej choćby powierzchowne zapoznanie się z obcą tradycją kulinarną. Wskazują na to liczne modyfikacje menu badanych (np. stopniowe odchodzenie od tradycyjnego sposobu spędzania świąt i przygotowywanych dań czy też nadawanie polskiego rodowodu daniom typu *fast food* znanym z Polski). Zwyczaje kulinarne oraz praktyki żywieniowe są elementem składowym kultury danego społeczeństwa. Obejmują tradycyjne sposoby przyrządzania potraw wyniesione z domu, jak i te wykreowane w nieznanych dotychczas sytuacjach związanych z przenikaniem się wzorców kulturowych.

Kultura jest płaszczyzną wzajemnego porozumiewania się ludzi – platformą zderzania i przenikania się różnic, służy kształtowaniu osobowości, a w życiu narodów – utrwaleniu tożsamości narodowej (Gajda, 2004, s. 104). Konfrontacja kultur może mieć różny przebieg i skutkować zróżnicowanym stopniem kontaktu ich przedstawicieli. Nagłe zetknięcie wiąże się niejednokrotnie z szokiem kulturowym, może prowadzić do akulturacji, kontrakulturacji, transkulturacji, rekulturacji, integracji, ale także bariery kulturowej (Gajda, 2004, s. 104). Tożsamość kulturowa jednostki może być wyrażona za pośrednictwem kulinarnej ekspresji (na którą składają się zglobalizowane trendy albo lokalne wpływy). Sytuacja emigracji sprzyja odchodzeniu od wzorców rodzinnych na rzecz nowych, wcześniej nieznanych praktyk, a między innymi od poziomu akulturacji migranta zależy, w jakim stopniu będzie korzystał z odkrytych produktów. To, co migranci robią ze składnikami spożywczymi, ukazuje relację biologicznej indywidualizacji, praktyk kulturowych oraz społecznej tożsamości.

Zdaniem Stanisława Ossowskiego na jednostkę najsilniej oddziałuje tradycja zbiorowości, jaką jest naród (Ossowski, 1966, s. 60). Przyjęta przez niego definicja dziedzictwa kulturowego opisuje je jako „pewne wzory (…), według których kształcą się dyspozycje członków grupy, ale żadne przedmioty zewnętrzne nie wchodziły w skład tego dziedzictwa" (Ossowski, 1966, s. 60). Dziedzictwem nie są budowle, rzeźby, dzieła literackie itp., lecz postawy wobec nich. Przedmioty te mogą być jedynie korelatami, pochodną przeżyć, które doznawane są dzięki predyspozycjom odziedziczonym po przodkach (Ossowski, 1966, s. 60). Według Ossowskiego ojczyzna nie jest kategorią geograficzną, należy ją charakteryzować, odwołując się do psychicznych postaw zbiorowości, gdyż bywa ona źródłem najwyższych przeżyć emocjonalnych, zbiorowych wzruszeń łączących w momentach uroczystych (Ossowski,

1984, s. 18). Na tej podstawie wyróżnił on dwa typy ojczyzn – prywatną i ideologiczną. Pierwsza łączy się z subiektywnymi przeżyciami i stanowi swego rodzaju obowiązek, który nakazuje szacunek do ziemi i okolic, z których się pochodzi. Ojczyzna ideologiczna zaś związana jest z pewnymi nawykami i przekonaniami (Szast, 2015, s. 158), dotyczącymi głównie wspólnego narodowego terytorium. Kształtowanie wyobraźni członków narodu w głównej mierze oparte jest na terytorium, skutkuje powstaniem wyobrażenia o narodzie szczególnego i odmiennego w stosunku do narodów sąsiednich (Szast, 2015, s. 158). Potocznie jednak, mówiąc o dziedzictwie kulturowym narodu, ma się na myśli nie tyle wzory reakcji, ile zespoły wytworów: dzieła naukowe, sztukę, technikę, instytucje itp. Są one również transmitowane pokoleniowo i to dzięki nim kultura grupy społecznej wykazuje ciągłość. Kwestia przekazywania treści kulturowych w grupie społecznej nie jest tożsama z tym, co dana grupa stworzyła. Charakterystyczne dla dziedzictwa jest też przekazywanie wzorów za pośrednictwem środków niedyskursywnej komunikacji (Szacki, 1971, s. 140–144). Oznacza to transportowanie poprzez symbole zachowań, doświadczeń życiowych, modeli, między innymi dotyczących praktyk żywieniowych codziennych i świątecznych, których odbiór może być nieświadomy i automatyczny.

Relacja jednostki z miejscem urodzenia często ma magiczny charakter, gdyż to tam zazwyczaj spędza ona dzieciństwo czy większość swego dorosłego życia. W refleksji nad powyższym rozróżnieniem kategorii ojczyzny nie można pominąć środowisk imigranckich czy ludzi, którzy w toku życia często zmieniają miejsce pobytu. Zdaniem Ossowskiego mogą oni „wyróżniać kilka miejsc uroczystych, względem których odczuwają bezpośredni, niewyrozumowany sentyment" (Ossowski, 1984, s. 36). Niektórzy z nich mogą mieć kilka ojczyzn prywatnych i jedną lub kilka ojczyzn ideologicznych (co może łączyć się z tzw. podwójnym obywatelstwem).

Zamieszkiwanie wspólnego terytorium sprzyja powstawaniu więzi społecznych. Postulat posiadania naturalnego terytorium predestynującego mieszkańców do stanowienia jednej zbiorowości jest elementem ideologii narodowej, która łączy się z założeniem, że naród to zbiorowość o więzi naturalnej. Kwestia ta jest szczególnie istotna w procesie kształtowania się tożsamości jednostki na terytoriach niezwiązanych z miejscem jej pochodzenia.

TOŻSAMOŚCI MIGRANTÓW W WARUNKACH GLOKALIZACJI

Współczesne tożsamości ulegają przeobrażeniom w warunkach postępującej globalizacji, tworząc elementy samoidentyfikacji dwu- i wielokulturowej. Podstawą dla każdej jednostki są więzi społeczne oraz dziedzictwo kulturowe, zaś dodatkiem – codzienna atencja w tzw. globalnym supermarkecie kultury. Normy kulinarne, przyswojone w procesie socjalizacji pierwotnej, są kultywowane w środowisku imigracyjnym, jednak ulegają modyfikacji. Stanowią one mechanizm sprzyjający procesom adaptacyjnym w nowym środowisku. Globalizacja wpływa na funkcjonowanie poszczególnych kultur, także kultury kulinarnej. Pozwala też na lokalne modyfikacje. Powstają tym samym hybrydy kulturowe (kulinarne), ponieważ nie znosi i nie zastępuje ona wielowiekowych tradycji, przyczynia się jedynie do mieszania odmiennych wzorów żywieniowych.

Sytuacja migracji pozwala na tworzenie się kuchni hybrydowej, która jest elementem płynnego kształtowania współczesnych tożsamości, a zarazem może wspomagać procesy integracyjne. Istotną cechą środowiska imigranckiego jest tęsknota za smakami znanymi z kraju pochodzenia, która wynika z potrzeby osadzenia się w konkretnej i zarazem odmiennej rzeczywistości kulturowej. Jedzenie umożliwia zatem kulturowe samookreślenie, które odnawia się między innymi przez kultywowanie tradycji znanych z domu rodzinnego i społeczności lokalnej. Preferencje żywnościowe wiążą się w dużej mierze z subiektywnym poczuciem smaku oraz z przyzwyczajeniem do określonych potraw, dlatego też po przyjeździe do kraju, podczas spotkań towarzyskich czy rodzinnych, które mają miejsce w czasie wolnym, migranci powracają do swoich dawnych nawyków żywieniowych:

> Jak dla mnie, jak pojadę do Polski, to jest metka cebulowa, którą uwielbiam i zjem zawsze, i to jest dla mnie najlepsze. I, kuźwa, turecki kebab, taki jak jest w Polsce. To są najlepsze smaki, które jak jadę do Polski, to jem (wywiad nr 2, mężczyzna, 28 lat, 2 lata w Dublinie).

Wzory kulinarne preferowane przez jednostki nie muszą odnosić się do kanonu narodowego – większe znaczenie ma przywiązanie do pewnych potraw czy proces uczenia się w warunkach globalizacji kulturowej. Wśród dań, za którymi tęsknią Polacy na emigracji, najczęściej pojawia się kotlet schabowy, ale też kebab, który nie jest rdzennie polską potrawą, ale nadaje mu się rodzimą specyfikę:

> Kebab w Polsce smakuje niesamowicie, tutaj nie ma. Nie no, chyba za tym kebabem, jak zawsze na imprezie z dziewczynami siedzimy, to mówimy, że „ale byśmy sobie tego polskiego kebaba zjadły" [śmiech] (wywiad nr 5, kobieta, 30 lat, 2 lata w Dublinie).

„Polski kebab" staje się symbolem obrazującym ciągłość i przeobrażenia współczesnych tożsamości:

> No od razu idę na kebaba, bo tu nie mają dobrych kebabów, i od razu 3 kebaby [śmiech]. No i później co – czteropaczek [śmiech] (wywiad nr 8, mężczyzna, 28 lat, rok w Dublinie).

Za wzorami kulinarnymi stoi mechanizm transmisji kulturowej: horyzontalnej – podlegającej różnicowaniu (dyfuzja) – i wertykalnej. Poliwalencyjność oraz biwalencyjność kultury polega na identyfikowaniu się z więcej niż jednym systemem symbolicznym, dlatego też łączy się to z typem identyfikacji podwójnej oraz zwielokrotnionej:

> Myślę, że chyba bardziej się czuję Europejką, na pewno nie Irlandczykiem. Na pewno czuję się Polką, bo tam się urodziłam, no to mówię w tym języku. Czuję się jako Polka. Jestem Polką, a jednocześnie Europejką (wywiad nr 21, kobieta, 34 lata, 10 lat w Dublinie).

> Już teraz chyba bardziej Europejczykiem niżby Polką. Chyba także zaczęłam inaczej troszkę patrzeć na świat, że nie jest tak zamknięta jak nasi rodacy, bo jednak nie przeszkadzają mi inne grupy etniczne. Lubię kontaktować się z innymi osobami, uwielbiam poznawać inne kultury, nie jestem zamknięta tylko i wyłącznie na kulturę i religię naszą (wywiad nr 18, kobieta, 33 lata, 9 lat w Dublinie).

Należy zatem wskazać, że praktyki kulinarne są jednym z zewnętrznych elementów współczesnych tożsamości. Jednostki przebywające na emigracji, deklarując korzystanie z kuchni różnych narodowości, wykazują cechy identyfikacji dwu- i wielokulturowej:

> Jeśli już jakieś jedzenie zamawiane, to typowo polska pizza z Da Grasso albo z Bacówki […], takie rzeczy, które nie są w sumie polskie, ale mają smak […]. Lubię międzynarodowe frytki i warzywa, tego brakuje tutaj, irlandzkie ziemniaki są niejadalne dla mnie (wywiad nr 26, kobieta, 25 lat, 2,5 roku w Dublinie).

Deklarowanie częstego spożywania dań typu *fast food* wiąże się też z szybkim tempem życia człowieka we współczesnym świecie. Są to dania łatwe i szybkie do wykonania bądź odgrzania, także w przerwie w pracy, i niekoniecznie łączą się z czasem wolnym. Ich popularność wśród młodych imigrantów może wynikać z tego, że w domu rodzinnym bądź w sytuacjach towarzyskich były one serwowane i jedzone. Sytuacja zawodowa i ekonomiczna często zmusza młodych ludzi do sięgania do takich rozwiązań.

Jedzenie umożliwia kulturowe samookreślenie się w dobie heterogenicznej rzeczywistości kulturowej. Takie pozostawanie w tradycyjnych ramach może rodzić potrzebę ożywienia znanych dotychczas praktyk, która skutkuje powstaniem hybryd kulturowych. Różnorodne nurty kulinarne koegzystują zatem ze sobą, czego przykładem jest menu polskiego imigranta w Dublinie, który spożywa na co dzień hamburgery, tzw. chińszczyznę, a także pierogi czy bigos. Takie współistnienie może spowodować powstanie nowej, hybrydowej kuchni (np. polski kebab), która jest próbą adaptacji imigrantów do nowych warunków (korzystanie z zagranicznych przepisów) z poszanowaniem własnych upodobań smakowych (nadanie im swojskiego charakteru).

Współczesny świat wymusza modyfikację tożsamości, by jednostki i grupy mogły przystosować się do nowej rzeczywistości. Sprzyja temu między innymi rewolucja migracyjna, która wiąże się z przemieszczaniem ludności pomiędzy państwami i kulturami (Szczepański, 2010, s. 17–20). Zmiany zachodzące pod wpływem procesu globalizacji to z jednej strony unifikacja rynków, struktur oraz wartości i wzorów społecznych, a z drugiej zaś – pluralizacja tożsamości, zmiana społecznych wymiarów świadomości jednostek (Rokicki i Banaś, 2004, s. 8). Rosnąca wielokulturowość oraz procesy migracyjne sprzyjają wzmacnianiu regionalizmów, a kultura globalna nie jest tym samym wewnętrznie jednorodna. Globalizacja wpływa na większe odczuwanie lokalności, co sprzyjać może jej indygenizacji („ulokowaniu"), czyli dostosowaniu wynikających z niej implikacji i szans do miejscowej odmienności gospodarczej i kulturowej (Kuciński, 2011, s. 15–39). Niektórzy badacze (np. Zygmunt Bauman) mówią o kontekście glokalizacji, przez którą można rozumieć rosnące znaczenie społeczności lokalnych w zglobalizowanym świecie.

Tradycyjne wzory jedzeniowe, modyfikowane przez wpływ mediów masowych, przysposabiane są przez jednostki posiadające podstawy własnych tożsamości. Na gruncie indywidualnym przyswajamy nowe wzorce, czerpiąc z oferty zglobalizowanego świata, i włączamy je tym samym do kontekstu tożsamościowego. Metafora zakupów odnosząca się do sytuacji współczesnego człowieka korzystającego z ofert zglobalizowanego świata wydaje się uzasadniona. Nie należy jednak pomijać istotnego wpływu tożsamości, socjalizacji

i tradycji, które zakorzeniają, a może częściej zakotwiczają jednostki w konkretnych układach społecznych (Grzymała-Kazłowska, 2013, s. 45–60). Tożsamość kulturowa grupy etnicznej związana jest z określonym terytorium, świadomością własnej odrębności kulturowej, historycznej i językowej, ale nie tworzy osobnego narodu. Wyznacznikami lokalnej i regionalnej przynależności w świetle antropologicznego i etnograficznego oglądu są zwyczaje, obyczaje, strój, dziedzictwo kulturowe czy rozumienie znaczeń symboli kultury materialnej. Istotnymi wymiarami współczesnej tożsamości są też zapach i dotyk, które wiążą się z doświadczeniami z dzieciństwa (np. świąteczne przygotowania, zapach pieczonego ciasta, podwórka itp.). Z kolei kwestia konceptualizacji kultury w wymiarze globalnym, wraz z paradygmatem tożsamości kulturowej, może być analizowana przez pryzmat postaw wobec konsumpcji, rozumianej jako zjawisko kształtujące tożsamość (Rokicki i Banaś, 2004, s. 69).

W ponowoczesnym świecie mamy do czynienia z nową jakością życia społecznego, powstałą w wyniku przenikania się tego, co globalne, z tym, co lokalne. Cywilizacja globalna wiąże się z wykorzenieniem, operuje symbolami semantycznie pustymi, fałszuje rzeczywistość. Globalizacja – według Manuela Castellsa – prowadzi do wykorzenienia jednostek z ram kultur narodowych, których status podważa (Castells, 2002, s. 1). To, jak wygląda życie jednostek i zbiorowości, jest efektem ścierania się procesu globalizacji niosącego ze sobą unifikację rynków i pluralizację tożsamości z przeciwstawnymi mu procesami lokalizacyjnymi.

Tożsamość kulturowa w sytuacji migracji jest więc wypadkową umiejętności dostosowania się i poruszania w obrębie dwóch kultur. Nie jest to jednak budowanie od zera, gdyż jednostka posiada podstawę kulturową, którą modyfikuje. Podobnie jest z tożsamością dwukulturową, która jest tylko modyfikacją tożsamości pierwotnej. Warunkiem jej nabycia jest oczywiście chęć jednostki do korzystania z elementów kultury innej grupy etnicznej czy narodowej. Jeśli imigrant osadza się w środowisku znanym mu jeszcze z kraju pochodzenia, to oznacza, że nie jest w pełni przygotowany do posiadania tożsamości dwukulturowej. Wielkość diaspory związanej z kulturą rodzimą w społeczeństwie imigranta również odgrywa ważną rolę (według Narodowego Spisu Powszechnego z 2011 roku w Irlandii przebywało 129 tysięcy mieszkańców Polski, w czasie od spisu z 2002 roku z Irlandii do Polski wróciło około 25 tysięcy osób). Przystosowanie i nabycie nowej tożsamości kulturowej odbywa się szybciej w krajach, gdzie mniejszości narodowe nie są zbyt liczne. Ich stopień zorganizowania wpływa na przystosowanie migrantów do nowej kultury. Korzystanie ze szkół, prasy czy rodzimej telewizji powoduje brak zainteresowania nową kulturą. Region, który aspiruje do tego, by stać się dwukulturowym, musi korzystać z dorobku dwóch tradycji – rodzimej i nowej, co dotyczy także organizacji czasu wolnego. Hamująco działają zatem nazbyt rozwinięte struktury mniejszościowe, brak możności porozumiewania się, niekorzystanie z nowego języka czy ograniczanie kontaktów z miejscową ludnością – wszystko to sprzyja separacji kulturowej. Z drugiej strony kontakt z kulturalną diasporą kraju pochodzenia jest również ważny z uwagi na podtrzymywanie dwukulturowego charakteru tożsamości.

Tożsamość jest więc zjawiskiem wielowymiarowym podkreślającym poczucie odrębności (np. odwołanie do małych ojczyzn, eksponowanie trwałości przez pamięć społeczną i kulturową podlegającą transmisji w kolejnych pokoleniach) (Hałas, 2012). Świadomość narodowa i wspólne pochodzenie są fundamentami tożsamości narodowej jednostek partycypujących we wspólnym etnosie.

KONSUMOWANIE W GLOBALNYM SUPERMARKECIE KULTURY

Tempo życia współczesnego człowieka owocuje nowymi nawykami żywieniowymi – między innymi korzystaniem z barów szybkiej obsługi o różnorodnej ofercie cenowej. Obserwuje się także swoisty renesans chłopskiego, tłustego jadła, które mylnie utożsamiane jest z tradycyjnym polskim jedzeniem (przykładem może być popularność tzw. wiejskich stołów pojawiających się na bankietach czy uroczystościach okolicznościowych). Próba odnalezienia ojczyzny współczesnego „bezdomnego" i wykorzenionego z tradycji człowieka żyjącego w zglobalizowanym świecie jest jednym z zadań, które stawiają sobie socjologowie ponowoczesności. Wybory współczesnych jednostek mają wpływ na kształtowanie ich tożsamości, są dla nich kwestią konstrukcji. Tożsamość kulturowa jest gotowym produktem, po który można sięgnąć w konkretnym dziale supersklepu kulturowego (Mathews, 2005, s. 256). W świecie globalnego supermarketu nie istnieje jedyna, niepodważalna ojczyzna kulturowa. Dynamika zmian współczesnego świata sprzyja supermarketyzacji. Metafora globalnej wioski wskazuje na błyskawiczną wymianę informacji w świecie, który przypomina małą społeczność lokalną, gdzie wszyscy wszystko o sobie wiedzą, a „jednostki, grupy i narody są coraz silniej wzajemnie od siebie uzależnione" (Giddens, 2012, s. 74). Tradycyjne więzi ulegają zerwaniu, a jednostka staje się coraz mniej zakorzeniona w tradycji, w której wychowywali się jej przodkowie. Nadal ma możliwość życia w jej obecności, jednak może też wybrać inną z opcji w supermarkecie kultury.

Media, z których korzystamy w ramach czasu wolnego (telewizja, internet), a także podróże przyczyniają się do mieszania wzorców kulturowych, umożliwiając tym samym poznanie obcych społeczeństw i odmiennych stylów życia. W ponowoczesnym świecie każdy człowiek konstruuje swą tożsamość przez ingerencję w kulturowe podłoże „ja", przejawiające się na trzech poziomach świadomości. Pierwszy z nich to poziom oczywistości, czyli sfera formowana „bez zastanowienia", związana z habitusem (np. język, praktyki). To głęboka płaszczyzna istniejąca poniżej poziomu samokontroli (możliwa do uświadomienia jedynie w sposób pośredni). Następna warstwa wiąże się z podporządkowaniem jednostki zakazom i nakazom społecznym. Jest to sfera poza zasięgiem pełnej samokontroli. Ostatnim poziomem kształtowania „ja" kulturowego jest poziom, który Mathews (2005) nazwał „supermarketem kulturowym". Daje on swobodę wyboru i jest najpełniej uświadomionym poziomem kulturowej modyfikacji. Metafora supermarketu zakłada percepcję kultury na poziomie konsumpcyjnych wyborów i wskazuje na jej utowarowienie. Zakupy nie dotyczą wyłącznie dóbr materialnych, ale też duchowych. W obrębie kultury popularnej może to być na przykład sposób spędzania czasu wolnego czy związane z codziennym życiem praktyki kulinarne. Wzory kulturowe wystawione na sprzedaż oferują stworzenie nowej, wykorzenionej z tradycji tożsamości, która może okazać się nijaka i powierzchowna. Ta ponowoczesna kondycja dotyczy jednak niewielkiej części ludności świata. Nie obejmuje ona tzw. wykluczonych. Konsumentami „kultury z supermarketu" są ludzie relatywnie zamożni, a nie ci z marginesu społecznego, kierujący się zbiorem własnych wykreowanych wartości (Mathews, 2005, s. 255).

Egzystencja obywatela kosmopolitycznej rzeczywistości polega zatem na pozbyciu się korzeni, tożsamość kulturowa to tylko punkty czasowego zaczepienia. Kultura narodowa ulega erozji, gdyż gusta zaczyna kształtować rynek zdominowany przez masową konsumpcję. W refleksji Gordona Mathewsa jednostki mają możliwość dowolnego kształtowania „ja"

kulturowego. Supermarket, który dostarcza elementów składowych, częściowo wyrywa stare korzenie, gdyż nie istnieje możliwość, by człowiek całkowicie odciął się od kultur lokalnych (regionalnych, etnicznych czy narodowych). Wszystkie te materiały tworzące nową tożsamość zawsze będą zakorzenione w starych strukturach, ponieważ poziom, na którym osadza się supermarket kulturowy, jest ostatnią warstwą kształtowania się kulturowego „ja". Pod nią znajdują się dwie poprzednie, odwołujące się do mocniej zakorzenionych norm i zasad społecznych czy habitusu. Konsument zaopatruje się tylko w to, co mu odpowiada, rezygnując z elementów, które wymagałyby większego poświęcenia. Globalizacja odpowiedzialna jest zatem za powstanie hybryd „widocznych w wymieszanych tożsamościach współczesnych ludzi" (Janiszewska, 2011, s. 19). „Świat korzeni" zastąpiono „światem wyboru", a rynek skrupulatnie wypiera instytucje państwa, odgrywając coraz to ważniejszą rolę, między innymi w kwestiach kształtowania tożsamości kulturowej. Wymiana kulturowa dokonuje się niemal na wszystkich płaszczyznach – poddawane są jej wartości, wierzenia, idee, różne wzory zachowań, w tym sposoby spędzania czasu wolnego. Supermarketyzacja wzorów kulturowych następuje przez handel nimi w globalnym markecie kulturowym. To ponowoczesne podejście do kategorii kultury każe w jej centrum sytuować proces konsumpcji, a moment wyboru oznaczać jako szczególnie istotny dla tożsamości współczesnego obywatela kosmopolitycznego świata.

Globalność przynosi społeczeństwom nieoszacowane możliwości oraz związane z nią zagrożenia (np. kwestia Brexitu czy rozpadu Unii Europejskiej). „Konsumpcja koresponduje z postmodernistyczną ideą wolności jednostki od ograniczeń tradycji; staje się matrycą wolnego wyboru, której klasycznych koncepcji dostarczyli choćby Z. Bauman, J. Baudrillard czy do pewnego stopnia R. Rorty" – pisze Janiszewska (2011, s. 21). Znana Baumanowska typologia wymienia cztery ponowoczesne typy osobowości: turystę (kolekcjonera wrażeń, uczestnika turystyki konsumpcyjnej), spacerowicza (kultura jak błyskotki), włóczęgę (jest w drodze, nie wie, czego szuka, nieustannie poddaje się zmianom, konstruuje lepsze życie przez porzucenie miejsca) oraz gracza (nie potrafi oddzielić wartości od antywartości, jest gotowy podjąć ryzyko, zawsze może zacząć od nowa) (Bauman, 1994, s. 7). Życie to nieustanne dokonywanie wyborów, nie ma w nim nic stabilnego, dlatego w ponowoczesnym świecie brakuje też skonkretyzowanej tożsamości. Stworzona przez Baumana typologia wzorów osobowych jest zbieżna w wielu kwestiach z pomysłem Mathewsa (np. koncepcja turystyki konsumpcyjnej, której bliżej do zakupów niż do podróżowania). Turysta pragnie wzbogacić skarbiec swych wrażeń, a spacerowicz jest metaforą współczesnego konsumenta. Miejscem, w którym można najczęściej spotkać spacerowicza, są na przykład hipermarkety, a celem jego wędrówek jest konsumpcja. Jednostka ma nieskończenie wiele możliwości wyboru, może konstruować swoją tożsamość na nowo.

Dychotomia pomiędzy kulturą tożsamościową i kulturą konsumpcyjną jest u Mathewsa szczególnie widoczna. Powołuje się on na Benjamina Barbera i jego podział na „McŚwiat" i kultury, które w swej skrajnej formie mogą przybrać postać „Dżihadu". To podejście każe spojrzeć na kulturę jak na fenomen, do którego się przynależy bądź z którego się czerpie – konsumuje. Kultura związana z tożsamością definiowana jest przede wszystkim przez zbiorową pamięć narodu, budowanie etnicznej spoistości itp., a ta serwowana w supermarkecie kultury wiąże się zaś z konsumeryzmem i nieustannym przymusem wyboru. Tożsamość budowana

na jej podstawie staje się połączeniem różnych elementów, jest synkretyczna. Wizja amerykańskiego antropologa budzi jednak pewne istotne zastrzeżenia, na które należy zwrócić uwagę. Przede wszystkim nie należy zapominać o niezmiennych, uniwersalnych procesach i doświadczeniach w życiu jednostek i społeczeństw. Relacja między dwoma pierwszymi poziomami samokształtowania własnego „ja" kulturowego a poziomem trzecim – supermarketem kultury – nie może być ujmowana w kategoriach alternatywy. Nie istnieje w pełni wolny wybór w supersklepie kulturowym. Determinują go między innymi różne zmienne socjologiczne i demograficzne (wykształcenie, status ekonomiczny, miejsce zamieszkania, wiek, płeć). Socjalizacja pierwotna związana z poziomem oczywistości nadal odgrywa istotną rolę w procesie kształtowania tożsamości i nie należy pomijać jej wpływu (Berger i Luckmann, 1984). Życie w danym społeczeństwie narzuca wymogi, od których trudno uciec i trudno się ich wyrzec, dlatego też poziom supermarketu należy potraktować jako swoiste uzupełnienie w tworzeniu i budowaniu tożsamości jednostki. Ponadto krytyczne podejście do wizji konsumeryzmu Mathewsa każe oskarżyć ten proces o wykorzenienie i bezdomność współczesnego człowieka, który już nigdy „nie może wrócić do domu". Mieszanka wzorów, z jakiej przyszło wybierać współczesnym ludziom elementy tożsamości, jest tak ekspansywna, że już nie ma od niej odwrotu. Z drugiej strony jest to pewna szansa, która ofiarowuje jednostce środki, z których może ona czerpać, budować na nowo, rekonstruować własną tożsamość.

Konsumentów nieustannie przybywa, a kultura konsumpcji staje się coraz bardziej powszechna w obrębie społeczeństw postindustrialnych, gdzie „podziały klasowe nie mają już charakteru behawioralnego, są natomiast uwarunkowane zmiennością życiowych szans. Jest to bardzo ważna modyfikacja. Różnice w stylu życia między przedstawicielami różnych klas nadal istnieją, ale wpływ na nie mają bardziej gust i zwyczaje niż kwestie ściśle ekonomiczne. Możliwość podróżowania, także za granicę, dostępna jest prawie dla każdego. Wolność wyboru stylu życia, z której większość z nas może korzystać, jest większa niż jeszcze pokolenie wstecz. Przenikające do lokalnych kontekstów, naszych domów i społeczności (czy to za sprawą środków przekazu, Internetu czy kultury popularnej, czy przez kontakty osobiste z mieszkańcami innych krajów i przedstawicielami innych kultur) tendencje globalizacyjne siłą rzeczy przekształcają nasze życie osobiste" (Giddens, 2012, s. 83).

Praktyki żywieniowe młodych polskich imigrantów w Dublinie i okolicach (na które powołano się w tekście) posłużyły do wskazania, w jaki sposób jedzenie staje się ukrytą deklaracją na temat ciągłości i przemian tożsamości jednostki. Praca Mathewsa w świetle tych rozważań staje się szczególnie istotna ze względu na podejście autora do „warstwowości" pojęcia kulturowego kształtowania własnego „ja".

KONKLUZJE

Do niedawna uznawano, że lokalność jest tworem archaicznym, dzisiaj coraz częściej do głosu dochodzi to, co partykularne, zarówno na poziomie jednostkowym, jak i zbiorowym. Wartości związane z etnicznością oraz regionalizmem są coraz bardziej cenione. Przejawia się to między innymi w codziennych wyborach żywieniowych jednostek, które preferują kuchnię znaną ze swojego regionu. Dla badaczy zjawisk społecznych jedzenie jest pryzmatem, przez

który można przyglądać się jego społecznej użyteczności, tj. manifestowaniu przynależności, odrębności grupowej czy statusu. Wymiar stratyfikacyjny jedzenia jest więc bezsprzeczny, gdyż wyznacza także hierarchię będącą efektem zajmowania niejednakowej pozycji rynkowej. Dla niektórych badaczy (np. Z. Baumana) decyzje podejmowane w dziedzinie konsumpcji należą do sfery wolnego wyboru i pozwalają demonstrować indywidualną odrębność w oderwaniu od grupowej identyfikacji. Dla Giddensa styl życia wiąże się z możliwością wyboru – tożsamość stała się mobilna i podatna na zmiany w oderwaniu od podziałów klasowych.

We współczesnej Polsce powszechność wielu produktów żywnościowych przyniosła rozmycie granic klasowych, jednak nie zniosła ich całkowicie. Istnieje pewien spór pomiędzy zwolennikami istnienia stratyfikacji klasowej a tymi, którzy uważają, że jest ona w zaniku. Jedni przywołują stanowisko Baumana twierdzącego, że kultura odrywa się od podziałów klasowych, drudzy zaś nawiązują do teorii Pierre'a Bourdieu, który w *Dystynkcji…* opisał style życia warunkowane przynależnością do konkretnej grupy społecznej. Stratyfikacja według Bourdieu to trwałe ogniwo odtwarzania się dystansów klasowych, określone przez niego mianem homologii, nazywane także uniworycznością kultury. Interesujące są też studia prowadzone przez zespół Henryka Domańskiego, które wpisują się w nurt badań dotyczących stratyfikacyjnej roli kultury i koncentrują się na zwyczajach dotyczących jedzenia[1] (Domański et al., 2015). Są to interesujące kwestie, które wymagają podjęcia dalszych badań.

Styl życia będący elementem społecznej struktury uwidacznia dystanse pomiędzy klasami społecznymi wykorzystanymi w badaniach. Przynależność klasowa oddziałuje na wzory konsumpcyjne kształtowane między innymi w trakcie socjalizacji, a także generowane przez habitus. Styl życia ujmowany w kontekście pozycji jednostki w społeczeństwie, charakterystyczny dla danej grupy, ma na celu między innymi manifestację odrębności na tle innych. Każda grupa społeczna ma ściśle określony kod funkcjonowania, ujawniany w warstwie zarówno behawioralnej, jak i poznawczej człowieka, który nie ulega hybrydyzacji. Stanowi on bowiem podstawowy wyznacznik identyfikacji z daną warstwą społeczną, tworząc tym samym źródło stratyfikacji społecznej. Praktyki kulinarne wskazują zatem na zależność stylu życia od pochodzenia klasowego. Konsumpcjonizm charakterystyczny jest dla klasy średniej, która korzysta z elementów kultury popularnej oraz wysokiej, a jej styl życia ma cechy hybrydy kulturowej. To zjawisko umożliwia jednostkom łączenie się w grupy, dla których pochodzenie czy status ekonomiczny nie są kryterium najważniejszym. Aktywność konsumpcyjna określa ich przynależność do tzw. grup lifestylowych, a wolny wybór w obszarze preferencji konsumpcyjnych kształtuje ich styl życia przede wszystkim w czasie wolnym. Istotnym wnioskiem wynikającym z badań Domańskiego jest zwrócenie uwagi na oddziaływanie struktury społecznej na wzory jedzenia, których zróżnicowanie jest konsekwencją występowania podziałów społecznych (czynniki różnicujące wybory konsumpcyjne to np. wiek,

[1] Respondenci odpowiadali na pytania dotyczące między innymi codziennego menu. Przynależność klasową zdefiniowano w ramach podziału na 6 klas: wyższe kadry kierownicze przedsiębiorstw, wysocy rangą urzędnicy państwowi i specjaliści; pracownicy umysłowi niższego szczebla, obejmujący między innymi kierowników wydziałów, techników, pielęgniarki, księgowych, urzędników wykonujących rutynowe prace biurowe oraz szeregowych pracowników w usługach i handlu; właściciele firm i samozatrudniający się właściciele poza rolnictwem; robotnicy wykwalifikowani; robotnicy niewykwalifikowani; rolnicy – kategoria obejmująca właścicieli gospodarstw i robotników rolnych.

płeć, pochodzenie społeczne, poziom wykształcenia, przynależność klasowa, ale też cechy małżonka)[2], a także zmiany stylu życia i zachowania jednostek w społeczeństwach zachodnich, które nazwać można destrukturyzacją jedzenia, która polega na przechodzeniu od tradycyjnego wzoru spożywania posiłków do wzoru nowoczesnego. Czynniki, które przyczyniają się do tego zjawiska, to procesy indywidualizacji, komercjalizacji oraz informalizacji sposobu spożywania. Indywidualizacja sposobu odżywiania się – pozyskiwania produktów, sposobu ich przygotowywania i spożywania, zwłaszcza w czasie wolnym, koresponduje z powiększającą się liczbą młodych Europejczyków prowadzących jednoosobowe gospodarstwa domowe.

Postępująca globalizacja nie podważyła jednak tradycyjnych wzorów jedzenia, przeciwnie – sprzyja ona zwiększaniu ich zakresu oddziaływania. Wzory jedzenia są zatem tak samo stabilne jak mechanizmy stratyfikacji społecznej. Wskazuje to także na występowanie zjawiska omniworyzmu, które najsilniej dochodzi do głosu na wyższych poziomach struktury społecznej i jest czynnikiem sprzyjającym odtwarzaniu się stratyfikacji klasowej pod względem stylu życia (Domański, 2016, s. 123–143). Taka postawa jest lepiej dopasowana do współczesnego społeczeństwa, w którym występuje pluralizm oraz przenikanie kultur. Przywołane wnioski wpisują się w nurt badań o stratyfikacyjnej roli kultury, koncentrujących się na zwyczajach dotyczących między innymi jedzenia. Wzory są uniwersalnym wskaźnikiem stylu życia, informują o najogólniejszym wymiarze struktury społecznej. Jedzenie jest elementem strukturyzacji społeczeństwa, wyznacznikiem prestiżu (Domański, 2016, s. 123–143), a style jedzenia to jeden z czynników podtrzymujących klasową hierarchię.

W Polsce style życia nie odrywają się zbytnio od stratyfikacji społecznej, a przemiany nakładają się na hierarchię klasową. Obserwowalne jest przechodzenie od tradycyjnego spożywania posiłków do nieuporządkowanej konsumpcji jedzenia. Zarówno w Polsce, jak i wśród imigrantów można zatem zaobserwować dualizm tradycyjnych i nowoczesnych wzorów jedzenia. Widoczne jest to na przykład w czasie świątecznym, kiedy badani deklarują coraz częstsze odchodzenie od znanych im tradycji. Warto wspomnieć także o ich szczególnym sentymencie dotyczącym potraw typu *fast food*, którym migranci nadają lokalny, narodowy charakter (np. polski kebab z sosem czosnkowym, pizza z konkretnej restauracji itp.). Do czynników oddziałujących najmocniej na wybory dokonywane w zakresie konsumpcji można zaliczyć przekaz pokoleniowy, wpływ bliskich znajomych oraz oddziaływanie zasobów kapitału kulturowego.

Wzory jedzenia można traktować jako odzwierciedlenie mechanizmów wynikających z przynależności klasowej. Kwestie związane ze stylami jedzenia podlegają zmianom, rozmywają dotychczasowe bariery, ale – co najistotniejsze – nie znoszą ich. Zjawiska wynikające z komercjalizacji i indywidualizacji wyborów życiowych nie zacierają zależności między klasą społeczną a stylami spożywania, pochodzenie społeczne nadal różnicuje wzory jedzenia. Podziały klasowe utrzymują się mimo wzrostu stopy życiowej, indywidualizacji i innych procesów działających na rzecz ujednolicania się wzorów kultury.

Kultura kulinarna ulega nieustannym przeobrażeniom, na przykład ze względu na mobilność współczesnego społeczeństwa. Łatwość „migrowania" praktyk kulinarnych pozwala

[2] Badania wskazują, że kobiety mają nieco inne preferencje żywieniowe od mężczyzn (rzadziej stołują się w ulicznych budkach czy stacjach benzynowych, spożywają mniej cukru, smalcu, piją mniej mocnego alkoholu itp.). Młodsi zaś rzadziej spożywają posiłki z rodziną, częściej wychodzą do restauracji.

na przenikanie się odmiennych kultur, co skutkuje powstawaniem różnorodnych wzorców i modelów konsumpcji. Jedzenie ma obecnie odmienny niż kilkanaście czy kilkadziesiąt lat temu wymiar – przyczynia się na przykład do powstawania nowych ruchów czy trendów społecznych (Wieczorkiewicz, 2008, s. 79). Zjawiskiem wywołującym liczne zmiany jest z pewnością globalizacja, która polega między innymi na pluralizmie kulturowym i sprzyja oderwaniu od dotychczasowej tożsamości. W jej wyniku kultury nie ulegają jednak zanikaniu, ponieważ niemożliwa jest sytuacja odizolowania jednej kultury od drugiej; nie występują one w próżni. Globalizacja powoduje wprowadzanie modyfikacji także w ramach kultury kulinarnej, co skutkuje powstawaniem swoistych hybryd kulturowych. Sprzyja ona bowiem mieszaniu się odmiennych wzorców żywieniowych.

Mimo postępujących zmian trudno jest jednak wyeliminować nawyki kulinarne pochodzące z domu rodzinnego czy z okresu dzieciństwa, na co wskazuje także analiza wypowiedzi rozmówców, którzy wspominają między innymi dania przygotowywane w Polsce w okresie świątecznym. Najczęściej wskazywano na jedzenie potraw znanych z domu rodzinnego, przyrządzanych przez mamę bądź babcię. Analiza pytań metryczkowych wskazuje też na to, że osoby posiadające wyższe wykształcenie wykazują większą tolerancję wobec potraw pochodzących z różnych stron świata, a postawy skrajne (np. ekskluzywizm w podejściu do polskiej kuchni) dominują w przypadku pracowników fizycznych z niższym wykształceniem.

Jedzenie oraz wzory konsumpcyjne umożliwiają kulturowe samookreślenie się jednostek oraz wskazują na ich potrzebę łączności z tradycją. Globalizacja nie niszczy kultury kulinarnej, sprzyja jednak jej modyfikacji i mieszaniu się odmiennych wzorców żywieniowych. Nie można założyć, że wszystko jest kwestią wolnego wyboru, a współczesny człowiek ma możliwość nieskrępowanego kształtowania własnego życia. Kwestia wyborów konsumpcyjnych sprawia wrażenie zdemokratyzowanej, jednak rzeczywistość nieskrępowanego wyboru to mit. Style jedzenia podtrzymują hierarchię klasową, zaś style życia uwarunkowane są między innymi habitusem.

BIBLIOGRAFIA

Barber, B. (2007). *Dżihad kontra McŚwiat*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA.

Bauman, Z. (1994). *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*. Warszawa: Instytut Kultury.

Bauman, Z. (2007). *Konsumenci w społeczeństwie konsumentów*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Bourdieu, P.F. (2006). *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia [La Distinction: Critique sociale du jugement]*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Braudel, F. (1999). *Historia i trwanie*. Warszawa: Czytelnik.

Castells, M. (2002). *The Power of identity. The Information Age, Economy, Society and Culture*, t. 2. Massachusetts: Blackwell.

Deliège, R. (2011). *Historia antropologii. Szkoły, autorzy, teorie*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Domański, H. (2016). Omniworyzm jedzenia i stratyfikacja społeczna. *Studia Socjologiczne*, 2, 221, 123–143.

Domański, H., Karpiński, Z., Przybysz, D., Straczuk, J. (2015). *Wzory jedzenia a struktura społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Dziura, M. (2009). Kultura konsumpcji. *Rocznik Wydziału Nauk Prawnych i Ekonomicznych KUL*, V–VI, 2, 271–286.

Gajda, J. (2004). *Antropologia kulturowa, cz. I. Wprowadzenie do wiedzy o kulturze*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Garstka, E. (2018). Wzory kulinarne w perspektywie inności – doświadczenia polskich imigrantów w Dublinie. W: T.M. Korczyński (red.), *Swój – Obcy – Wróg. Wędrówki w labiryntach kultur* (s. 203–218). Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.

Giddens, A. (2016). *Europa w epoce globalnej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Giddens, A. (2012). *Socjologia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Gottwald, F., Kolmer, L. (2009). *Jedzenie. Rytuały i magia*. Warszawa: Wydawnictwo Muza.

Grzymała-Kazłowska, A. (2013). Ku socjologii mobilnego społeczeństwa? Rozwój nowych koncepcji migracji i integracji a socjologia. *Studia Socjologiczne*, 3, 210, 31–52.

Grzymała-Kazłowska, A. (2013). Zarys koncepcji społecznego zakotwiczenia. Inne spojrzenie na tożsamość, integrację i adaptację imigrantów. *Kultura i Społeczeństwo*, 3, 45–60.

Hałas, E. (2012). Przedmowa. W: E. Hałas (red.), *Kultura jako pamięć. Postradycjonalne znaczenie przeszłości*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

Hałas, E. (2012). Przeszłość i przyszła teraźniejszość: refleksyjna pamięć kulturowa. W: E. Hałas (red.), *Kultura jako pamięć. Postradycjonalne znaczenie przeszłości* (s. 153–173). Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

Hobsbawm, E., Ranger, T. (2008). *Tradycja wynaleziona*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Huntington, S. (1996). *Zderzenie cywilizacji*. Warszawa: Wydawnictwo MUZA.

Kot, D. (2010). Świętowania, *Znak*, 12, 667, 11–12.

Linton, R. (1975). *Kulturowe podstawy osobowości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Łaciak, B. (2005). *Obyczajowość polska czasu transformacji, czyli wojna postu z karnawałem*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.

Mathews, G. (2005). *Supermarket kultury*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

Mead, M. (1978). *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Nowicka, E. (1990). Swojskość i obcość jako kategorie socjologiczne. W: A. Jasińska-Kania, E. Nowicka (red.), *Studia nad postawami wobec innych narodów, ras i grup etnicznych* (s. 5–53). t. 1, Warszawa: Instytut Socjologii, Uniwersytet Warszawski.

Ossowski, S. (1984). *O ojczyźnie i narodzie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Ossowski, S. (1966). *Więź społeczna i dziedzictwo krwi*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Rokicki, J., Banaś, M. (red.) (2004). *Naród, kultura, państwo w procesie globalizacji*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Skowronek, B. (2012). Jedzenie jako tekst kultury. Zarys problemu. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, XII, 281–289.

Sroczyńska, M. (2014). Rytuał religijny a kwestia różnorodności kulturowej. *Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne*, 9, 80–93.

Sroczyńska, M. (2020). Młodzież w poszukiwaniu sacrum. Rozważania socjologiczne. *Przegląd Religioznawczy – The Religious Studies Review*, 2, 276, 113–128.

Szast, M. (2015). Stanisław Ossowski: wielki autorytet naukowy (część 1). *Społeczeństwo i Rodzina*, 44, 157–169.

Szwed, R. (2003). *Tożsamość a obcość kulturowa.* Lublin: Wydawnictwo Naukowe.

Ślusarczyk, M. (2010). Demograficzne i społeczne aspekty migracji Polaków na początku XXI wieku. W: A. Grzymała-Moszczyńska, A. Kwiatkowska, J. Roszak (red.), *Drogi i rozdroża. Migracje Polaków w Unii Europejskiej po 1 maja 2004* (s. 15–32). Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

Toussaint-Samat, M. (2002). *Historia naturalna i moralna jedzenia*. Warszawa: Wydawnictwo W.A.B.

Welsch, W. (1998). Transkulturowość. Nowa koncepcja kultury. W: R. Kubicki (red.), *Filozoficzne konteksty rozumu transwersalnego. Wokół koncepcji Wolfganga Welscha* (s. 195–222). Poznań: Fundacja Humaniora.

Wieczorkiewicz, A. (2008). *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata podróży.* Kraków: TAiWPN Universitas.

THE TRANSFORMATION AND CULTURAL CONTINUITY OF THE POLISH "CUISINE" IN THE POSTMODERN WORLD. RELATIONS BETWEEN LEISURE TIME, CONSUMPTION AND LIFESTYLE

The effort of meeting the "Other" is undertaken through all life (e.g. in the case of migration, which is a partial departure from one culture to another). In a situation of migration, an individual confronts the identity coming from the primary culture, shaped in the country of origin, with new forms of behaviour acquired in the current situation. Some of the old patterns, primarily related to the explicit culture (language, ways of spending free time), and partly to the hidden culture (ways of thinking), are changing. Certain contents concerning the hidden dimension (values, attitudes) remain a permanent element of emotional identification. The sense of separateness in an unknown environment, affects the type of meals chosen by migrants. Culinary patterns become an element of the localization process in the progressive cultural unification. This article presents the way in which culinary patterns become "external" elements of contemporary individual, social and collective identities of young Polish migration in Ireland. The table metaphorically becomes an element that helps to find oneself in a foreign reality of the host country.

Keywords: acculturation, culture, free time, eating patterns, migrations

Zgłoszenie artykułu: 15.03.2023

Recenzje: 19.04.2023

Akceptacja: 11.05.2023

Publikacja online: 30.06.2023

© 2023 Autorka. Jest to publikacja ogólnodostępna, którą można wykorzystywać, rozpowszechniać i kopiować w dowolnej formie zgodnie z licencją Creative Commons CC-BY 4.0

Notes for Contributors

1. "Studia Humanistyczne AGH" ("Contributions to Humanities AGH") publishes articles, reviews, translations and research reports in the field of disciplines such as: sociology, communication and media studies, cultural studies and religious studies, as well as interdisciplinary works. Manuscripts can be submitted at any time. Within one month following the submission of the manuscript, the author shall receive the acknowledgment from the Secretary of the Editorial Board advising them whether the submitted manuscript has been qualified for further review. Manuscripts should be submitted only via journal platforme: https://www.editorialsystem.com/shaghen/.
2. Articles should not exceed 18 standard pages; reviews: 5 standard pages. A standard page is written in Times New Roman Font, size 12, inter-line 1.5. Submission of oversize articles must be consulted with the Editorial Board beforehand.
3. References should be positioned within the main text body according to APA style, e.g.: (Beck and Grande, 2009, pp. 55–58), (Beck et al., 2007, p. 10). Bibliography should be placed at the end of the article.
   Examples of bibliography are given below:

– Beniger, J.R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352–371.
– Fox, S., Raine, L., Horrigan, J., Lenhart, J., Spooner, T., Carter, C. (2000). *Trust and privacy online: Why Americans want to rewrite the rules*. The Pew Internet & American Life Project.
– Sundar, S.S. (2007). Social psychology of interactivity in human-Website interaction. In: A.N. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 89–104). Oxford, UK: Oxford University Press.
– Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
– Wolfinbarger, M., Gilly, M. (2000). *Consumer's perceived quality of e-commerce experiences*. Retrieved from: California University Long Beach, http://www.crito.uci.edu/papers/2000/consumers-gilly.pdf [1.09.2009].

4. All manuscripts accepted by the Editorial Board are subject to peer review.

Informacje dla autorów

1. „Studia Humanistyczne AGH" publikują artykuły, recenzje, przekłady i sprawozdania z badań mieszczących się w obszarze dyscyplin naukowych: nauki socjologiczne, nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki o kulturze i religii, a także prace interdyscyplinarne. Redakcja przyjmuje teksty w trybie ciągłym. W ciągu miesiąca od wpłynięcia tekstu (o czym autor zostanie poinformowany) sekretarz redakcji przekaże autorowi decyzję o przesłaniu nadesłanego materiału do recenzji. Tekst należy przesłać jedynie za pośrednictwem systemu internetowego https://www.editorialsystem.com/shagh.
2. Artykuł nie może przekraczać 18 stron, a recenzja pięciu standardowych stron. Standardowa strona to Times New Roman, wielkość czcionki 12, odstęp między wierszami 1,5. Teksty ponadwymiarowe wymagają uprzedniego uzgodnienia z redakcją.
3. Przypisy bibliograficzne należy umieścić w obrębie tekstu głównego według stylu APA: (Beck i Grande, 2009, s. 55–58), (Beck et al., 2007, s. 10). Bibliografię należy umieścić na końcu tekstu.
   Przykładowy zapis pozycji bibliograficznych:

– Beniger, J.R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352–371.
– Fox, S., Raine, L., Horrigan, J., Lenhart, J., Spooner, T., Carter, C. (2000). *Trust and privacy online: Why Americans want to rewrite the rules*. The Pew Internet & American Life Project.
– Sundar, S.S. (2007). Social psychology of interactivity in human-Website interaction. W: A.N. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (s. 89–104). Oxford, UK: Oxford University Press.
– Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.
– Wolfinbarger, M., Gilly, M. (2000). *Consumer's perceived quality of e-commerce experiences*. Pobrano z: California University Long Beach, http://www.crito.uci.edu/papers/2000/consumers-gilly.pdf [1.09.2009].

4. Wszystkie teksty są recenzowane.

autorzy:

Ewa Karolina Garstka-Szychta
Stella Grotowska
Dorota Irena Mroczkowska
Magdalena Parus-Jankowska
Paweł Edward Prüfer
Maria Sroczyńska
Katarzyna Anna Uklańska
Agnieszka Zduniak