

Paradoks konsumeryzmu i ciasteczkowa nirwana czyli dlaczego kultura przyjemności nie służy szczęściu?

Człowiek od zawsze dążył do szczęścia. Tę tęsknotę odnajdziemy wszędzie: w pierwszych systemach filozoficznych, w opisach nieba i rajów, w literackich próbach zmierzenia się z tematem utopii. Czasy w jakich żyjemy to kolejna egzemplifikacja tej tęsknoty. Konsumeryzm ma służyć szczęściu, tak jak filozofia, tak jak religia. Czy nie jest do nich porównywany? Czy nie ma służyć powiększaniu ogólnej sumy zadowolonych z życia? Czy galerie handlowe nie mają wypluwać w każdy weekend hord ułagodzonych mieszczan, kojących nerwy skołatane tygodniową gonitwą? Nabywanie, posiadanie i zbywanie, sprawianie sobie kolejnych przyjemności, dopieszczanie potrzeb, zaspokajanie zachcianek – oto ponowoczesny przepis na szczęście.

A jednak, konsumeryzm zawiera w sobie nieuświadomiany paradoks. To kultura przyjemności, która do szczęścia prowadzi tylko w teorii. Czy jest tak w praktyce – rzecz dyskusyjna. Moim zdaniem – nie. I nie ma tu nic do rzeczy, czy osobiście mam coś przeciwko etyce konsumenckiej, czy nie mam. Wiele wskazuje na to, że przyjemność, jaką oferuje konsumowanie nie może prowadzić do szczęścia z przyczyn czysto psychologicznych. Umysł człowieka działa tak, jak działa. Czasy przyjemności, czasy zaspokajania impulsywnych potrzeb w rzeczywistości mogą prowadzić jedynie do gromadzenia się w zwykłym zjadaczu chleba kolejnych pokładów frustracji. Konsumeryzm sprzyja jedynie pielęgnowaniu ogólnospołecznego „nerwa”.

Zacznijmy od tego, że marzenie o szczęściu jest powszechne. Co więcej, jest nie tylko powszechne, jest zdumiewająco podobne. Zauważmy, że bez względu na kulturę, na moment historyczny, wizje ziem obiecanych, rajów i zaświatów, gdzie panować miał doskonały porządek, były i są do siebie zbliżone, obojętnie, czy jest to niebo chrześcijan, raj muzułmanów, Walhalla Wikingów, czy kraina wiecznych łowów Indian północnoamerykańskich. Jak sądzę, nawet buddyjska nirwana posiada niektóre z tych komponentów. Nie zagłębiając się w szczegóły, wystarczy zajrzeć do pierwszego lepszego numeru „Strażnicy”, czasopisma Świadków Jehowy, by ujrzeć wizję, których treść i forma przypadłyby większości ludzkości do gustu: w słoneczne popołudnie, na zielonych równinach, poprzecinanych gdzieniegdzie wstążkami potoczków, z majaczącymi na horyzoncie, ośnieżonymi wzgórzami, przechadzają się uśmiechnięci, młodzi ludzie, rozsiadają się w cieniu rozłożystych baobabów, zajadają się dorodnymi owocami, dzieci biegają i głaszczą lwy. Czy ktoś nie zetknął się z taką wizją? Zresztą, nie trzeba sięgać do „Strażnicy”. Opis raju w Starym Testamencie jest podobny. Ogród, w którym ludzie i zwierzęta żyją w doskonałej harmonii. Mało kto uświadamia sobie fakt, że jest to idylliczne wyobrażenie naturalnego habitatu człowieka. Soczysta zieleń nieskończonych trawników poprzetykanych nielicznymi drzewami, czysta woda i błękitne afrykańskie niebo, to ultrakompatybilny obraz środowiska, który od tysięcy pokoleń zapisany jest w naszej konstrukcji umysłowej jako teren, którego powinien poszukiwać koczujący łowca-zbieracz, *Homo sapiens s.* Raj to nic innego, jak podupgrejdowane środowisko naturalne naszego gatunku. Zero zagrożeń – drapieżniki nie występują lub są totalnie spacyfikowane. Nie ma powodzi i kataklizmów, wulkany dawno już wygasły, pogoda jest wymarzona. Jedzenia – w bród. I rozmnażać jest się z

kim (Czy muzułmańscy męczennicy nie są kuszeni perspektywą obcowania z dziesiątkami dziewcząt gotowych wynagrodzić im trudy wysadzania się na doczesnym łożu padole? Czy w raju jest miejsce na samotność? Czy nagość zbawionych dusz w wyobrażeniach Sądów Ostatecznych symbolizuje jedynie równość przed Bogiem?). Z antropologicznego punktu widzenia raj to nic innego jak życie w zgodzie z ewolucyjną dyrektywą: żyj bezpiecznie, korzystaj z zasobów, ciesz się i rozmnażaj. Przepis na szczęście, jaki dała nam ewolucja jest – wydaje się – znany od dawna. Nasza wyobraźnia jest pod tym względem wyjątkowo mało kreatywna.

Bez względu na to, czy wierzymy, że ludzkość dąży, czy też oddala się od Złotego Wieku (to kolejny przykład jednostajnego, przewidywalnego wyobrażenia o szczęściu, tym razem osadzonego nie w zaświatach, a w zmitologizowanej historii), jesteśmy wyposażeni w psychologiczne narzędzia, które mają nam pomóc w odnalezieniu drogi do owej ziemi obiecanej. Ponieważ, jak każdy organizm biologiczny, mamy zadanie przeżycia, a dokładniej – rozmnożenia się, musimy znać i rozpoznawać odpowiednie warunki. Musimy znać swoje potrzeby i musimy wiedzieć jak je zaspokajać. Więcej, musimy wiedzieć, kiedy są i kiedy nie są zaspokojone. I w tym miejscu wchodzi na scenę te, które odgrywają w naszym przedstawieniu pierwszoplanowe role: emocje. To one podpowiadają, czy jesteśmy na drodze, która do upragnionej *eudajmonii* (czytaj: hipersawanny) przybliży, czy wręcz przeciwnie. Gdy odczuwamy strach, obrzydzenie, złość, informacja, jaką odbiera tym samym nasz umysł mówi jedno: jest źle, zrób coś z tym. Jeśli czujemy błogość, przyjemność, relaks – sygnał płynący z ciała nie oznacza nic więcej jak tylko: jest dobrze, rób tak dalej, ucz się, dąż do tego stanu jak najczęściej, by trwał on jak najdłużej. Ewolucjoniści argumentują: osobniki, które poprawnie interpretowały swoje stany emocjonalne i które potrafiły odpowiednio na nie reagować, przeżyły. My zaś jesteśmy ich odległymi potomkami. I to również po nich odziedziczyliśmy wizję homeostazy doskonałej, stanu, w którym wszelkie stresory są zneutralizowane a potrzeby zaspokojone, marzenia o braku wojen, strachu i bólu, sny o zniwelowaniu środowiskowych zagrożeń. Bez tej wizji brakowałoby nam najzwyczajniej układu odniesienia.

Póki co, próżno szukać w mózgach *Homo sapiens s.* układów neuronalnych reprezentujących opisane powyżej wyobrażenia. Nie da się, póki co, wyciąć tęsknoty za doskonałą homoostazą, tak samo jak nie da się jej zaimplementować. To, co udało się znaleźć, to dwie zasadnicze struktury, które odpowiadają za odczuwanie przyjemności. Jedna z nich to układ serotoninowy, druga to układ dopaminergiczny. Jeden i drugi, wydzielając to serotoninę, to dopaminę, daje nam pozytywnego kopa. Ale kop kopowi nierówny. Choć przyjemność związana z uderzeniem obu neuroprzekaźników potrafi być ogromna, nie są one tożsame (co nie zmienia faktu, że często wydzielanie jednej substancji skojarzone jest z wydzielaniem się drugiej i oba rodzaje pozytywnych emocji łączą się i przenikają).

Na czym więc polega ta różnica? Sądzę, że najlepiej opisać ją w postaci znanego dylematu: zjeść ciastko, czy mieć ciastko? W chwili, gdy zaspokajamy jakąś istotną dla przeżycia organizmu potrzebę, jemy wspomniane wcześniej ciastko, podtrzymujemy więzi społeczne ze znajomymi, uprawiamy seks, odczuwamy przyjemność będącą niczym innym jak nagrodą ustroju za wypełnione zadanie. Ale taki błogostan nie może trwać zbyt długo. W przeciwnym razie taki „haj” mógłby spowodować, że zapomnielibyśmy dostarczyć kolejnej porcji energii, że zaniedbalibyśmy swoich przyjaciół, swoją rodzinę itd. A to oznacza w bliższej lub dalszej perspektywie klęskę –

przynajmniej tak bywało w czasach naszych przodków. Zwierzę za długo szczęśliwe umiera, stępsia mu się czujność, zapomina o kluczowych dla przetrwania czynnikach – proste.

A zatem, jak w znanym powiedzonku, wszystko co dobre, szybko się kończy. A skoro już się skończy, organizm musi być odpowiednio zmotywowany, by do podobnych przyjemności dążyć. Owo dążenie samo w sobie musi być również czymś w jakimś sensie przyjemnym. Dążenie do celu staje się więc źródłem przyjemności, które przez niektórych porównywalne może być z samym osiągnięciem celu (wchodzimy na górę, bo tam jest). I w tym właśnie pomaga nam dopamina – wyjątkowo silny, ale i przyjemny motywator. Gdy odczuwamy pochłonięcie pewnym procesem, gdy czas mija szybko, gdy nie czujemy głodu i pragnienia, senności, gdy umysł cały skupiony jest na wykonywanej czynności – wówczas możemy mieć pewność, że to sprawka dopaminy. Przyjemne, prawda? Daniel Nettle, psycholog ewolucyjny, trafnie oddaje sens tych twierdzeń mówiąc, że pierwszy system odpowiedzialny jest za przyjemność z „lubienia” drugi zaś z „chcenia”.

Przyjąć zatem możemy, że posiadamy w mózgu przełączniki dwóch rodzajów przyjemności. Co ciekawe, psychologia pozytywna (gałąź psychologii skoncentrowana na odczuwaniu, wywoływaniu i podtrzymywaniu pozytywnych emocji), wskazuje na – również dwa – rodzaje dóbr, które związane są z subiektywnym poczuciem dobrostanu. Uczeni mówią o tzw. dobrach niepozycjonujących i pozycjonujących. Nie są one dokładnym odwzorowaniem różnicy pomiędzy chceniem a lubieniem, ale ich dwojaki charakter pozwala przypuszczać, że one również w jakiś sposób mogą łączyć się z działaniem serotoniny i dopaminy. Dobra niepozycjonujące wydają się stosunkowo nudne: to bycie zdrowym oraz posiadanie odpowiedniego otoczenia społecznego (nawiązywanie i podtrzymywanie satysfakcjonujących relacji z ludźmi). Dobra pozycjonujące to zespół czynników, ze względu na które szczególnie łatwo przychodzi nam porównywanie się z innymi: to kariera, pozycja zawodowa, metraż domu, wysokość kredytu, pojemność silnika w samochodzie, czy – to zwłaszcza – młody, atrakcyjny partner. To już robi wrażenie, prawda? A jednak – radości płynącej z tych drugich nie sposób odczuwać, gdy nie posiada się wystarczającej ilości dóbr niepozycjonujących. Co z tego, że ma się wszystko, jeśli jest się chorym i nie ma się przyjaciół, przed którymi można się tym wszystkim pochwalić?

Mimo to, do dóbr niepozycjonujących, na ogół nie przywiązujemy takiej wagi, jak do dóbr pozycjonujących – dlaczego? To smutne, ale natura nie promowała nigdy tych, którzy „poprzestawali na małym”. Innymi słowy, ci, którzy byli „tylko” zdrowi, mieli paru znajomych i było im z tego powodu dobrze w życiu, byli wypierani przez młode wilki, które zawsze chciały czegoś więcej. Zilustrujmy to wyobrażeniem lasu idealnie równego, w którym trawa, jagody, grzyby, podszyt i drzewa osiągnęły jednakową wysokość. Czy życie nie byłoby wówczas prostsze i piękniejsze? Równy dostęp do słońca dla wszystkich! W teorii wygląda to pięknie, ale zawsze znajdzie się ktoś, kto zechce takich solidarnych wykorzystać i wystrzeli pół metra wyżej. I już ma więcej, i już mu łatwiej. I dlatego też las wygląda tak, jak wygląda – niby spokojny i nieruchawy, ale w gruncie rzeczy każda roślina walczy o jak najlepszą możliwą pozycję. Walczy o dobra pozycjonujące.

Z ludźmi jest identycznie: kto zapragnie większego mieszkania, lepszej pracy, lepszego samochodu, to gdy już je osiągnie – będzie nęcić większą ilość seksowniejszych partnerów i wyląduje w życiu lepiej. „Chcenie więcej” skutkuje lepszym wkładem w

ogólną pulę genową. Nasz umysł już tak jest skonstruowany by na bieżąco wyceniać sukces innych i prognozować nasz własny.

To męczące i to w tym miejscu kryje się zagadka permanentnego wnerwa, jaki pielęgnuje w nas kultura konsumpcyjna. Problem w tym, że „chcenie” ciastka wyjątkowo ciężko jest powstrzymać. Buddyjskie „odpuść sobie”, „*let go*” (tak spopularyzowane przez mistrzów Jedi) jest sprzeczne z psychiczną konstrukcją łowcy-zbieracza, który tylko patrzy, w jaki sposób zyskać pozycję lepszą, niż oponenti. W naszej naturze nie leży, by rozkoszować się wspomnieniem smaku ciastka, żadna ciasteczkowa nirwana, trzeba szukać kolejnych, jak najwięcej. Tak przynajmniej funkcjonowali nasi przodkowie, ci, którzy odnieśli ewolucyjny sukces.

Kultura konsumpcyjna ten wbudowany w nas psychologiczny motywator eksploatuje tak bardzo, jak to tylko możliwe, niestety. Co gorsza – nie może pozwolić sobie na to, by tego nie robić. Doskonale opisał ten mechanizm Jonatan Barber w „Skonsumowanych”, który takie zabiegi wywiódł z etyki hiper-konsumenta (przeciwstawionej oszczędnej etyce protestanta, tak dokładnie opisanej przez Maxa Webera, z której to – zdaniem tegoż klasyka – wziął się na świecie cały kapitalizm). Ale czasy – argumentuje Barber – są już inne. Dziś zamiast kapitalizmu mamy jego hiper-odmianę. Produkcja dóbr jest bardzo tania. Producentów stać już, by zalać rynek niezbywalną ilością produktów. Półki w sklepach uginają się od wszystkiego, w każdej branży. Kto to kupi? Kupi to ktoś, komu się wmówi, że tego wszystkiego potrzebuje. Kupi to ktoś, kto nie myśli racjonalnie, kto nie rozróżnia potrzeb faktycznych od tych wykreowanych. Gdy apetyt konsumenta zostanie zaspokojony, gospodarka po prostu się załamie. Dlatego też apetyty te muszą rosnąć w miarę jedzenia, rynek nie ma innego wyjścia, jak tylko hodować w konsumentach potrzebę nabywania czegokolwiek, co tylko da się nabyć.

Z tego też powodu obserwować możemy niepowstrzymany pochód promocji dóbr pozycjonujących. Etyka hiperkapitalizmu podpowiada nam, że wszystko, co służy podbudowaniu własnej wartości, w szczególności nabywanie kolejnych przedmiotów, większe zarobki i pięcie się po szczeblach kariery, jest właściwe. Zarabiaj więcej, konsumuj więcej, wymagaj więcej. Niestety, dobra pozycjonujące, a więc te, dzięki którym kręci się współczesny rynek, mają jedną zasadniczą wadę: ludzie – taka już ich natura – momentalnie się do nich adaptują. Osiągnięty status, wyższa pensja, większy dom – kilka lat wcześniej, wydawałoby się, wyznaczniki ostatecznego szczęścia i świętego spokoju – wcale już tak nie cieszą. Nie inaczej ma się sprawa z partnerem. Daniel Kahneman, noblista i jeden z piewców psychologii pozytywnej, wskazuje również na badania, z których wynika, że u tysięcy par stosunkowo szybko po ślubie poziom zadowolenia z życia spada do poziomu deklarowanego jeszcze kilka lat przed ślubem. Spokojnie, to normalne. Po prostu ani partner, ani praca, ani nowy dom, nie są nam w stanie zapewnić długotrwałego poczucia dobrostanu. Kultura konsumpcyjna niestety ten brak zdaje się tylko napędzać i potęgować.

Ale perfidia hiperkapitalizmu nie ujawnia się jedynie w notorycznym braku satysfakcji z tego co nabyte. Dzisiejsze czasy nie gwarantują nam również niezbędnych dóbr niepozycjonujących. Oczywiście nie są one bezpośrednio odpowiedzialne za stan naszego zdrowia (choć tu też można polemizować), ale za ilość przyjaciół – śmiem już twierdzić, że tak. A ich ilość to czynnik mający absolutnie przeważający wpływ na poziom naszego zadowolenia z życia.

Wszyscy wiemy, że człowiek to istota społeczna, a jednak do zagadnienia tego stosunkowo niedawno nową cegielkę dołożył Nicholas Christakis, badacz, który bardzo

dobrze zbadał dynamikę procesów rozprzestrzeniania się szczęścia (zresztą nie tylko szczęścia). Przyglądając się przez lata sieciom społecznym tworzonym przez Amerykanów udało mu się wydzielić obszary szczęścia i melancholii, które prezentowały dany stan w sposób daleko bardziej złożony, aniżeli losowy. Innymi słowy, w sieci społecznej, w której skład wchodzi również my sami, istnieją enklawy szczęścia i depresji, które nie były tylko zależne od wchodzących w ich skład jednostek, to sieć sprawiała, że dany stan utrzymywał się na konkretnym obszarze, a na innym nie. Szczęście, co ciekawe, podobnie jak poglądy polityczne i tycie, potrafiło skutecznie zarażać członków sieci nawet do trzeciego stopnia oddalenia, a więc wystarczyło mieć przyjaciela, który miał przyjaciela, który miał przyjaciela, który czuł się szczęśliwy, ażeby nasze poczucie szczęścia było o kilka punktów procentowych bardziej prawdopodobne.

Wnioski płynące z analizy sieciowej Christakisa są doprawdy fascynujące, pytanie tylko na ile przekładają się one na najmłodsze pokolenie, które z sieciami społecznymi zdaje się radzić sobie o wiele gorzej niż pokolenie ich rodziców, badane przez Christakisa. Dziś długoletnie badania na jednej sieci społecznej zahaczają o niemożliwość. Sieci społeczne są daleko bardziej dynamiczne, co chwila ktoś się z nich wymeldowuje, zmienia miejsce zamieszkania, pracę, uczelnię, partnera. Czasy, jak ujmuje to Bauman, są płynne, a efemeryczność, tymczasowość i fasadowość sieci społecznych tworzonych przez najmłodsze pokolenie nie są niczym zaskakującym nawet dla niego samego (ostatnio natknąłem się na internetowy „mem” o takiej treści: postanowiłem sprawdzić, ilu znajomych z Facebooka zauważył moje zniknięcie. Przystaję się odzywać. (...) Mija kilka dni a mój telefon jak milczał, tak milczy). Nie takie sieci badał Christakis. Szczęście rozprzestrzenia się w nich o wiele trudniej z prostego powodu: ma na to znacznie mniej czasu.

Oczywiście konsumenci nie są tak głupi, by tego paradoksalnego napięcia nie zauważyć. Nie od dziś wiadomo, że codzienny pośpiech, wyścig szczurów i weekendy w galeriach handlowych to tylko proteza szczęśliwego życia. Może wie to stosunkowo niewielki odsetek, ale jednak. Kultura konsumpcyjna teoretycznie podsuwa nam ogromną paletę rozrywek, hołubi nas, rozpieszcza, stawia w centrum, zamienia w zadowolonych z siebie narcyzów, ale czy przekłada się to na nasze zadowolenie z życia? Niekoniecznie. Na fali protestu przeciwko „przyśpieszaniu niemal wszystkiego” – jak pisał jeszcze stosunkowo niedawno publicysta James Gleick – narodził się jednak ruch *slow food*, który w opozycji do filozofii *fast-foodów* nakazywał cieszenie się samym procesem przyrządzania potraw, zdobywanie rzadkich i oryginalnych składników, kultywowanie posiłków w gronie najbliższych, bez pośpiechu, z pietyzmem.

Nie trzeba było długo czekać, by ruch ten przeobraził się w całą filozofię – *slow movement* – która wydobyła na światło dzienne tęsknoty tysięcy konsumentów: chęć powrotu do „wsi spokojnej, wsi wesołej”, oderwania się od natłoku obowiązków i wielkomiejskiego hałasu. Popularna stała się rozrywka nie-masowa, agroturystyka, z dala od przepełnionych kurortów, zatłoczonych górskich szlaków, oferta zapraszająca do skosztowania domowych wypieków, podglądania produkcji tradycyjnego sera, kaszanki, etc. Wszystko to piękne, pytanie tylko, na ile gałąź tego rodzaju usług nie jest kolejną fasadą konsumeryzmu? Odnoszę bowiem wrażenie, że początkowo niszowy ruch społeczny, złożony z konsumentów sfrustrowanych uniformizacją, pośpiechem, faszeryzowanymi papką dla ogółu, okazał się – co tu dużo mówić – kolejną niszą rynkową, ta zaś okazała się istną żyłą złotą dla co bardziej świadomych i o bardziej zasobnych portfelach. Wczasy z gatunku *slow* stały się w krótkim czasie znakiem rozpoznawczym

elity, która wszak zawsze gotowa jest zdystansować się od całej reszty, nawet gdyby przyszło jej spędzać urlop w sercu tajgi, byle za ciężkie pieniądze, byle znajomym oko zbiegło. Nie trzeba daleko szukać. Wyszukiwarka internetowa momentalnie zalewa mnie ofertą wczasów, które mogę spędzić w sposób niestandardowy, robiąc oliwę, piekąc chleb z wyprodukowanej w prasłowiańskich żarnach mąki, fotografując łąny lawendy, dziergając kubraki z dopiero co własnoręcznie zgolonej wełny, i tak dalej. Medytacja, kontemplacja, regeneracja. Radości te do tanich nie należą, zapewniam. Jest interes? Jest.

Czy w ten sposób udaje się naładować akumulatory na długo? Nie wiem, nie próbowałem, ale wydaje mi się, że *slow movement* wymaga od swych wyznawców zdecydowanie więcej aniżeli dwóch tygodni w ciągu roku. Dlaczego tak sądzę? Wpadła mi ostatnio w ręce książka, która przedstawia dwadzieścia kilka żywotów ludzi, którzy zdradzają wszelkie oznaki upragnionego dobrostanu, albo jeszcze inaczej – totalnego braku wnerwa. „Miastowi. Slow food i aronia losu” Anny Kamińskiej – bo o tej to książce mowa – to zbiór wywiadów z ludźmi, którzy porzucili miejskie życie, nierzadko dostannie i obiecujące, na rzecz życia na wsi, blisko natury, w społeczności lokalnej. Bohaterowie tych wywiadów to ludzie żyjący z wyrobu win, tradycyjnych mebli, to ludzie oprowadzający wycieczki po Bieszczadach, wszyscy oni całkowicie zrezygnowali z miejskich zawodów, miejskiego pośpiechu i deklarują całkowite szczęście, wolność, przysłowiowe „znalezienie swojego miejsca na ziemi”. Oczywiście, wpierw władowali w to oszczędności swojego życia, pozastawiali majątek, kupioną ziemię zrosili krwią i potem, ale teraz, jak twierdzą, zbierają z tego plon. Można? Można.

I pięknie. Martwi mnie jednak, że nigdy nie natknąłem się na podobnego kalibru publikację, która przedstawiałaby sylwetki spełnionych życiowo konsumentów. Dwadzieścia historii bywalców galerii i multipleksów, korporacyjnych wyjadaczy, amatorów śmieciowego żarcia, pop-rozrywki, wczasów z katalogu, gadżeciarzy, geeków zamulających przed komputerem, którzy deklarowaliby dobrostan, stały dopływ pozytywnej energii, ciasteczkową nirwanę i chęć dzielenia się tym z innymi, poczucie pełnienia ważnej roli dla siebie i dla innych. Potrafię sobie za to wyobrazić takich ludzi totalnie wkurzonych na swoje życie. Symptomatyczne? Jak najbardziej.