



Tomasz Kozłowski

Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu

SLOW MOVEMENT, PSYCHOLOGIA POZYTYWNA I DOBROSTAN WOBEC SPOŁECZNYCH WYZWAŃ KONSUMERYZMU. CZY DOBRA NIEPOZYCJONUJĄCE MOGĄ STAĆ SIĘ WYZNACZNIKIEM PRESTIŻU

ABSTRACT

Positive psychology successfully takes the first steps to explain what makes people happy, drawing on the tradition of twentieth-century psychology, as well as evolutionary psychology and neuropsychology. In addition, its statements seem to resonate with the philosophical tradition of Far East, which sources of happiness and well-being sees apart from the 'self', denying the individualistic desires connected to the satisfaction of vain ego that demands – metaphorically speaking – honors and immediate pleasure.

However, with its ideas positive psychology perfectly fits into current commercial philosophy of 'slow movement', which encourages people to find joy in everyday activities, focus on self-development, derive satisfaction from small pleasures, cultivate their hobbies and social contacts. Because 'slow movement' is firmly connected with the specific kind of market, therefore, though positive psychology suggests distancing from the issues of material problems, it becomes – as if in spite of itself – another positioning value, which only determines the status of individuals.

Key words:

slow movement, positive psychology, tradition of Far East, happiness

Psychologia pozytywna przeżywa ostatnio znaczne zainteresowanie. Dał mu wyraz choćby Janusz Czapiński, wskazując, że jest ona ważną odpowiedzią na amerykański paradoks, czyli „duchowe ubóstwo w erze obfitości”¹. Jest owa popularność dobrze widoczna również na gruncie polskim, gdzie dużą atencją cieszą się takie pozycje książkowe, jak choćby autorstwa: Martina Seligmmana, Daniela Kahnemana, Mihaly Csikszentmihalyego, Alana Carra, P. Alexa Lindleya i Stephena Josepha, a wśród polskich autorów – choćby Ewy Trzebińskiej². Postaram się wskazać, że mimo względnego zainteresowania tematem, ideały i dążenia psychologów pozytywnych na gruncie społeczeństwa konsumpcyjnego, w jakim obecnie żyjemy, są niezwykle trudne do zrealizowania. Wymagają one bowiem niezwyklej siły woli i gotowości do podważenia dotychczasowych fundamentów życiowych jednostki, ewentualnie ogromnych nakładów finansowych. Ponadto założenia psychologii pozytywnej wydają się stać w sprzeczności z Barberowską etyką konsumencką, ze względu na co może być je jeszcze trudniej przyjąć i aktywnie praktykować³.

W pierwszej części tekstu przedstawię pokrótce założenia tego nowego kierunku w myśli psychologicznej, następnie wskażę na neuropsychologiczne korelaty odczuwania przyjemności i pozytywnych emocji, omówię też różnice pomiędzy dwoma zasadniczymi rodzajami pozytywnych odczuć, jakie dają układy serotoniny i dopaminergiczny. Następnie postaram się twierdzenia te osadzić w nieco szerszym kontekście ewolucyjnym, wskazując jednocześnie możliwość wyjaśnienia funkcjonowania tych struktur na płaszczyźnie filogenezy gatunku *Homo sapiens* s. W dalszych częściach artykułu postaram się uzasadnić, dlaczego – moim zdaniem – idee psychologii pozytywnej są trudne do urzeczywistnienia w rzeczywistości społeczeństwa konsumpcyjnego. W ostatniej części pracy spróbuję ukazać, w jaki sposób konsumpcjonizm adaptuje na swoim gruncie wartości i idee psycho-pozytywne nadając im formę lepiej przyswajalną i łatwiej praktykowaną – a jednocześnie – dającą namiastkę elitarności. Jak sądzę, psychologia pozytywna, dzięki swojej umasowionej i spopularyzowanej postaci, stać się może korzystnym wyróżnikiem na płaszczyźnie stylu życia.

Psychologia pozytywna, a przynajmniej ideał życia, jaki promuje, z pewnością stał się już elementem masowej wyobraźni, o czym również będę mówić w ostat-

¹ J. Czapiński, *Wstęp* [w:] *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, cnotach i sile człowieka*, J. Czapiński, Warszawa 2004, s. 7; D.G. Myers, *The american paradox*, New Heaven 2001.

² M. Csikszentmihalyi, *Przeptyw*, Taszów 2005; A. Carr, *Psychologia pozytywna*, Poznań 2009; *Psychologia pozytywna w praktyce*, P.A. Lindley, S. Joseph (red.), Warszawa 2007; E. Trzebińska, *Psychologia pozytywna*, Warszawa 2012.

³ B. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i potyka obywateli*, Warszawa 2008, s. 129–175.

nich częściach pracy. Jest ona bowiem nie tylko dynamicznie rozwijającą się gałęzią współczesnej psychologii. Chcąc nie chcąc, stała się pewnego rodzaju ideologią. Przekształciła się w kolejne z szerokiego wachlarza dóbr pozycjonujących, czyli wartości cenionych ze względu na wysoką pozycję w strukturze społecznej⁴. Innymi słowy, nie wystarczą już społeczny szacunek, wysokie dochody i atrakcyjny partner seksualny. Prócz tego wypada dziś wcielać w życie przynajmniej niektóre ze wskazówek zgodnych z duchem pozytywnej psychologii. Mówiąc prościej, choć psychologia pozytywna postuluje mniejszą koncentrację na wartościach materialnych i szeroko pojętym statusie (o czym powiem później), sama (a dokładniej ideały pozytywnego życia, które tworzy) również – nieoczekiwanie – staje się dobrem pozycjonującym, elementem kojarzonym ze stylem życia elit lub grup, które do nich aspirują. Sądzę, że psychologia pozytywna oraz jej umasowiona forma, tzw. filozofia *slow movement*, choć żaden z jej popularyzatorów nie mówi o tym wprost, stają się symbolem klasy średniej, kolejny raz pragnącej wyróżnić się na tle mas i samej siebie. Jest świadectwem pełniejszego życia, które, jeśli tylko zgodne jest z jej duchem, staje się obiektem powszechnej zazdrości i choć propaguje dystans wobec społecznej stratyfikacji, sama może ją umacniać.

1. Czym jest psychologia pozytywna?

Psychologia pozytywna to nauka zgłębiająca przyczyny powstawania i warunki podtrzymywania szeroko rozumianego poczucia dobrostanu. Jej początki i intensywny rozwój przypadły na lata 90. XX wieku. Utrzymuje się, że nurt ten stanowi swoistą reakcję na kierunek, w jakim podążała niemal cała XX-wieczna praktyka psychologiczna, będąc jednocześnie fundamentalną reorientacją jej głównej problematyki. W interpretacji twórców i popularyzatorów psychologii pozytywnej zeszłe stulecie w ogromnej części zdominowane zostało przez zgłębianie negatywnych aspektów funkcjonowania jednostek⁵. W myśl milcząco przyjmowanej zasady, że zagadnienia godne miana „naukowych” winny stanowić w pierwszej kolejności te problemy, jakie przezwyciężyć lub zwalczyć musi jednostka, względnie jej otoczenie, pomniejszono jednocześnie rolę czynników związanych z pozytywnym funkcjonowaniem umysłu lub – po prostu – jego poprawnym funkcjonowaniem.

⁴ R.H. Frank, *Luxury fever: Why money fails to satisfy in an era of excess*, New York 1999.

⁵ J. Czapiński, *Spotkanie dwóch tradycji: hedonizmu i eudajmonizmu* [w:] *Psychologia...*, op.cit., s. 13–17; M. Seligman, *Psychologia pozytywna* [w:] *ibidem*, s. 18–32.

W duchu tym na czoło wysuwano raczej patologie w postaci uzależnień, traum, fobii, zaburzeń osobowości etc. Twórczy rozwój, poczucie szczęścia, zdrowie i równowaga psychiczna i psycho-somatyczna traktowane były natomiast jako norma, milcząco zakładany stan wyjściowy, od którego można było się co najwyżej oddalić. Głównym problemem tak rozumianej psychologii było natomiast stworzyć modele teoretyczne, które pozwolą zdiagnozować i zmierzyć skalę owych patologii. Analiza zawartości publikacji psychologicznych (polskich i zagranicznych) ujawnia niepokojącą prawidłowość, mianowicie zdecydowana większość z nich dotyczyła problematyki ogólnie rozumianych stanów niepożądanych⁶.

Ze stanowiskiem tym można naturalnie polemizować. Przykładowo, Carol Ryff i Burton Singer wskazują, że problemy uważane za typowe dla psychologii pozytywnej, jako gałęzi stosunkowo świeżej, doskonale widoczne były choćby i u Williama Jamesa, ojca współczesnej psychologii amerykańskiej, czy u kontynuatorów myśli psychoanalitycznej (szczególnie wszak napiętnowanej jako odnoga psychologii skoncentrowana na traumach i kompleksach)⁷. Już wówczas wskazywano na potencjał jednostki, która krok po kroku przewyższa wyzwania stawiane przez otoczenie społeczne, jak również przez siebie samą. Wtedy też starano się tłumaczyć, jak zdobywana wiedza może człowieka wzbogacać i przyczyniać się do jego dalszego rozwoju itd.

Nie wchodząc w te spory, które dla naszych rozważań pozostaną bez większego znaczenia, przyjąć możemy, że intensywne badania dotyczące recepcji pozytywnych uczuć oraz podtrzymywania wrażenia dobrostanu wyraźnie widoczne są zwłaszcza na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat.

W obrębie psychologii pozytywnej odnaleźć można szereg orientacji teoretycznych, różniących się co do szczegółów, których przedstawienie i omówienie nie jest naszym celem. Niech wolno nam będzie najwyżej zauważyć, że funkcjonują zasadniczo dwie główne orientacje, hedonistyczna i eudajmonistyczna, które różnią się choćby pod względem oceny roli, jaką w podtrzymywaniu dobrostanu odgrywa czynnik racjonalności jednostki. Jednak pomimo tych różnic dostrzec można zgodność co do ujęcia eksponującego podstawowe znaczenie sześciu wymiarów konstytuujących psychiczny dobrostan jednostki, a tymi są: życiowy

⁶ J. Czapiński, *Negativity bias in psychology: An analysis of Polish publications*, „Polish Psychological Bulletin” 1985, nr 16, s. 27–44; E.R. Carlson, *The affective tone in psychology*, „The Journal of General Psychology” 1967, nr 75, s. 226–235.

⁷ C.D. Ryff, B. Singer, *Paradoksy kondycji ludzkiej: dobrostan i zdrowie na drodze ku śmierci* [w:] *Psychologia...*, op.cit., s. 147–162.

cel, panowanie nad otoczeniem, pozytywne relacje z innymi, autonomia, rozwój osobisty i samoakceptacja⁸.

Dla potrzeb tego tekstu wolno, jak miemam, założyć, że psychologia pozytywna zajmuje się w głównej mierze badaniem wpływu tychże wymiarów na jakość życia człowieka, stara się odnaleźć zależności pomiędzy tymi wymiarami a pozostałymi zmiennymi (w jakiej relacji do nich pozostają choćby: stan cywilny, wyznanie, dochód, płeć, wiek, zawód, zdrowie i inne czynniki, poszukując jednocześnie, z większym lub mniejszym powodzeniem, jasnych zależności przyczynowo-skutkowych). Zdaniem badaczy pozytywny wynik na skali każdego z tych wymiarów gwarantować ma poczucie życiowego spełnienia.

Niezależnie od przyjętego modelu teoretycznego, wyjaśniając źródła pozytywnych emocji u człowieka, psychologia pozytywna posiłkuje się również danymi pochodzącymi z obszaru neuropsychologii. Stan dzisiejszej wiedzy pozwala na zidentyfikowanie dwóch zasadniczych źródeł pozytywnych doznań w postaci neurologicznych ośrodków. Jeden z nich to system dopaminergiczny, drugi zaś jest systemem serotoninowym⁹. Oba są bardzo silnie zaangażowane w procesy pozytywnego odczuwania, jednak ich rola, choć podobna, jest zasadniczo inna (i tym samym nie bez znaczenia dla naszych rozważań). Daniel Nettle różnicę tę określa mianem radości chcenia i radości posiadania. W języku potocznym istotę tego rozróżnienia doskonale oddaje dylemat: „co jest lepsze: mieć ciastko czy zjeść ciastko?”. Subtelna różnica w naturze owych przyjemnych emocji zdaje się mieć zresztą bardzo silne uzasadnienie ewolucyjne (psychologia pozytywna, co dobrze widać choćby we wspomnianych przeze mnie wcześniej pracach Daniela Kahnemana i Mihaly Csikszentmihalyego, z dziedzictwa neoevolucjonizmu otwarcie zresztą czerpie).

Emocje, tak negatywne, jak i pozytywne, są dla całego ustroju bardzo ważną wskazówką, czy – mówiąc w skrócie – coś idzie dobrze, czy źle. Emocje negatywne, takie jak: strach, złość, wstręt, smutek itd., podpowiadają, że zaszły okoliczności, które domagają się natychmiastowej reakcji ze strony podmiotu: należy zrobić tak, by dojmujący stan zniwelować, zbiec, unieszkodliwić oponenta, nasycić głód, zaspokoić popęd seksualny etc.¹⁰ Przyjemna emocja jest swego rodzaju nagrodą, zwrotną informacją, że postąpiono właściwie. Potrzeba organizmu, wszystko jedno jaka, została zaspokojona.

⁸ C.D. Ryff, B. Singer, *Paradoksy...*, op.cit.

⁹ D. Nettle, *Szczęście sposobem naukowym wyłożone*, Warszawa 2005, s. 110–131.

¹⁰ L. Cosmides, J. Tooby, *Evolutionary psychology and the emotions* [w:] *Handbook of emotions*, M. Lewis, J.M. Haviland-Jones (red.), New York s. 91–115; D. Kimble, *Układ nerwowy i mózgowie* [w:] *ibidem*; *Biologiczne mechanizmy zachowań*, A.M. Colman, (red.), Poznań 2001, s. 71–93.

Przyjemność płynąca z zaspokojenia potrzeb nie może jednak trwać zbyt długo. Niesie to bowiem ze sobą wiele niebezpieczeństw: może zmniejszyć czujność, może też doprowadzić do późniejszego wystąpienia poczucia deficytu, co z kolei zmniejsza szansę przetrwania. Lepiej wszak i bezpieczniej jest stosunkowo wcześniej odczuwać głód, nawet gdy stężenie glukozy we krwi utrzymuje się wciąż na bezpiecznym poziomie i wystarcza na wielogodzinny wysiłek, tym sposobem bowiem mamy możliwość dostarczyć kolejnej porcji energii bez ryzykownej „przerwy w dostawach”. Jednak by wyruszyć na poszukiwania tego, co zaspokaja daną potrzebę, potrzebny jest również pewien pozytywny motywator. Perspektywa nagrody to jedna możliwość, druga zaś opcja to przyjemność czerpana z samego poszukiwania, z dążenia do celu. Dążność ta może być w wielu przypadkach równie silnie odczuwaną przyjemnością, co sama nagroda, choć trudno jest jednoznacznie mówić tu o przyjemności – podobnie zmotywowany jest narkoman poszukujący narkotyku, od którego jest uzależniony¹¹. O ile w chwili jedzenia ciastka aktywuje się neuroprzebieżnik serotonina, o tyle za pozytywne zmotywowanie w poszukiwaniu dróg zaspokojenia odpowiada układ dopaminergiczny. Współdziałanie tych dwóch struktur zapewnia trwanie w dążeniu do zaspokojenia pragnień: czerpiemy przyjemność, gdy popęd udało się rozładować, jesteśmy również pozytywnie zmotywowani w dążeniu do tego celu.

Naturalnie, w zależności od gatunku, źródłem przyjemności mogą być zróżnicowane bodźce i sytuacje, jako że od różnych sytuacji zależeć może przetrwanie osobnika w jego środowisku zmiany adaptacyjnej (ang. *environment of evolutionary adaptedness*, EEA)¹². Przyjemność odczuwana w przypadku *Homo sapiens* s. wiąże się częściowo z repertuarem zachowań i potrzeb typowych dla reszty świata ożywionego, takich jak: sen, znajdowanie pożywienia i posiłanie się, seks i rozmnażanie. Prócz tego repertuaru – i właśnie to zdaje się szczególnym przedmiotem zainteresowania psychologii pozytywnej – u ludzi występują także pozytywne emocje związane ze specyfiką życia ssaków, w szczególności niektórych naczelnych, takie jak: nawiązywanie i podtrzymywanie owocnych stosunków w grupie, w tym

¹¹ Dobrym przykładem takiego działania może być np. łowienie ryb. Samo złapanie ryby zajmuje stosunkowo niewiele czasu w porównaniu z oczekiwaniem na „branie”. Z tej perspektywy tym łatwiej wyjaśnić pozornie nieracjonalne działanie w postaci natychmiastowego wypuszczenia raz złapanej zdobyczy – czynność wcale nie tak rzadka wśród wędkarzy. Wówczas szczególnie wyraźnie uwidoczniła jest rola przyjemności czerpanej z procesu, nie zaś z efektu. Zgodne jest to zresztą z porzekadłem, że „nie o to chodzi, by złapać króliczka, ale by go gonić”; K. Berridge, *Pleasure, pain, desire and dread: Hidden core processes of emotion* [w:] *Well-being: Foundations of hedonic psychology*, D. Kahneman, E. Diener, N. Schwarz (red.), Nowy Jork 1999, s. 525–557.

¹² J. Bowlby, *Attachment and loss*, London 1967; R. Foley, *The adaptive legacy of human evolution: a search for the environment of evolution adaptedness*, „*Evolutionary Anthropology*” 1995, nr 4, s. 194–203.

bliskich i intymnych relacji, kultywowanie pozytywnie skojarzonych przyzwyczajzeń i czerpanie przyjemności z zabawy, posiadanie i egzekwowanie władzy, pięcie się po szczeblach drabiny społecznej, wypracowywanie swojej autonomicznej i niezależnej pozycji, samowystarczalność i posiadanie dostępu do określonych zasobów (czy to materialnych, czy seksualnych) etc. Innymi słowy, ze względu na społeczną specyfikę funkcjonowanie człowieka takie a nie inne sytuacje postrzegane i interpretowane są jako pozytywne dla przetrwania, a w konsekwencji rozmnożenia się osobnika. W przypadku człowieka ma na niego wpływ cały szereg czynników determinowanych kulturowo i historycznie – i właśnie ten ogół zależności starają się uchwycić psychologowie pozytywni. Bez względu na źródło tych przyjemności w dalszym ciągu w takich momentach uruchamiają się jednak te same struktury neuronalne, których działanie pokrótce nakreśliłem wcześniej, niezależnie od tego, czy przyjemność wynika z zaspokojenia potrzeby snu, czy zmonopolizowania samic i zaspokojenia ambicji przewodzenia grupie.

Nie musi to jednak oznaczać, że psychologiczne poczucie trwającego dobrostanu równe jest sytuacji, w której zaspokojone są podstawowe potrzeby życiowe organizmu (w tym wypadku bowiem oznaczałoby to, że zdrowie rozumiane w sensie biologicznym należałoby całkowicie utożsamić z dobrostanem, co jest oczywistą nadinterpretacją), w tym również te wynikające ze struktur społecznej gatunku. Dobrostan bez wątpienia jest czymś znacznie głębszym, w przeciwnym razie moglibyśmy pomylić go z orgazmem lub ekstazą narkomana, w przypadku którego oba systemy, serotoninowy i dopaminergiczny, działają bardzo silnie. Natura tych różnic (czym jest krótkotrwała satysfakcja, a czym długotrwałe poczucie szczęścia?) i ich wzajemne relacje to również przedmiot badań psychologii pozytywnej.

2. Czy ewolucja zaprogramowała nas do szczęścia?

W tej chwili moglibyśmy wszak odwołać się do czysto ewolucyjnej kalkulacji, zgodnie z którą najistotniejsze z punktu widzenia mechanizmów selekcji naturalnej jest pozostawienie po sobie jak najliczniejszych kopii naszej puli genowej. Czy dokonuje się to w poczuciu dobrostanu, czy przeciwnie, ze świadomością życiowej porażki, z punktu widzenia logiki doboru nie ma już najmniejszego znaczenia¹³. Innymi słowy, nie jesteśmy, jakkolwiek to rozumieć, zaprojektowani do szczęścia, a przynajmniej niewiele wskazuje na to, by szczęście było niezbędne do tego, by

¹³ R. Dawkins, *Samolubny gen*, Warszawa 1996, s. 31–41; E.O. Wilson, *O naturze ludzkiej*, Poznań 1998, s. 25–64; idem, *Socjobiologia*, Poznań 2001, s. 14–17.

skutecznie przechodzić kolejne etapy filogenezy. Naszym celem jako istot żywych, przynajmniej zgodnie z logiką doboru naturalnego, jest skuteczny rozród, a nie osobiste szczęście i poczucie spełnienia.

Idąc tropem tego twierdzenia, należałoby wręcz wyciągnąć wniosek przeciwny: stanem najbardziej pożądanym „z perspektywy genu” jest permanentny, choć może nie nazbyt dojmujący i paraliżujący, brak i poczucie niespełnienia (obojętnie w jakim wymiarze życia). Chęć powiększania swoich wpływów może z łatwością korzystnie odbijać się na sukcesie reprodukcyjnym. Przekonanie, że „zrobiło się wszystko i najwyższy czas korzystać z życia, z danej nam reszty czasu itd.” dla własnej satysfakcji może w tych dążeniach skutecznie hamować. Warto by zatem – trzymając się perspektywy ewolucyjnej – mieć ustawiczne poczucie, że „to jeszcze nie to, o co mi chodziło”. Silne dążenie do nieustannego poprawiania swojej pozycji może być ewolucyjnie opłacalne, choć jednocześnie – przynajmniej w świetle twierdzeń psychologów pozytywnych, o czym za chwilę – zmniejsza to prawdopodobieństwo osiągnięcia dobrostanu.

Wracając do wyróżnionych wcześniej wymiarów dobrostanu, ewolucja nie wyposażała nas, przynajmniej wiele na to wskazuje, w poczucie życiowego celu, wyłączwszy oczywiście rozród i śmierć, sama w sobie również jest procesem bezcelowym¹⁴. Podobnie jak dyskusyjne w obliczu procesów ewolucyjnych jest wspomniane wcześniej poczucie autonomii i samostanowienia, samoakceptacji (może z wyjątkiem satysfakcjonujących relacji z innymi, które w bardzo istotny sposób przyczynić się mogą do zwiększenia szans osobnika na przetrwanie i skuteczne rozmnożenie się).

Na tej podstawie przypuszczam, że potrzeba osiągnięcia dobrostanu może okazać się cechą umysłu o niejasnym rodowodzie ewolucyjnym. Jak przekonuje Nettle, natura „preferuje pesymistów”, jako że, co całkowicie logiczne, większą szansę na przetrwanie posiadają na ogół ci, którzy zakładają, że coś pójdzie źle, aniżeli ci, którzy twierdzą, że raczej wszystko będzie dobrze i jakoś się ułoży¹⁵. To ci pierwsi będą lepiej przygotowani na większość okoliczności, to oni dążyć będą do tego, by coś ulepszyć, lepiej się schronić, przygotować na czarną godzinę itp. Ten, który takiej potrzeby nie odczuwa, ponieważ „zajęty jest” przeżywaniem dobrostanu, wystawia się tym samym (w tym również swoich bliskich i zlokalizowane w nich kopie swoich genów) na większe niebezpieczeństwo ze strony drapieżników, obcych, żywiołów etc.

¹⁴ Ibidem; S.J. Gould, *Nasze miejsce w przyrodzie* [w:] *Niewczesny pogrzeb Darwina. Wybór esejów*, S.J. Gould, Warszawa 1999, s. 244–254.

¹⁵ D. Nettle, *Szczęście...*, op.cit.

3. Dobrostan w kulturze na przykładzie koncepcji raju

Bez względu na to, czy jesteśmy, czy też przeciwnie, nie jesteśmy predestynowani do osiągnięcia trwałego dobrostanu, faktem jest, że potrzeba ta obecna jest w bardzo wielu świadectwach historycznych i w wielu treściach kultury. Przykładów można by przytaczać wiele, poprzestańmy jednak na skrótowej analizie obrazu dobrostanu, jakiego dostarczają wielkie religie monoteistyczne, kreujące wizje rajów i zaświatów. Zwrócić należy uwagę na fakt, że wizje te są pod wieloma względami podobne, jeśli nie identyczne. Po pierwsze – brak jest w nich złych ludzi, ci bowiem cierpią męki piekielne. Po drugie – brak jest zagrożeń ze strony wrogów naturalnych. Panuje harmonia (obrazy rajów często ukazują ludzi żyjących w zgodzie ze wszystkimi zwierzętami). Po trzecie – nie brakuje pożywienia, żywność występuje w ogromnej obfitości, krainy te opływają miodem i mlekiem, innymi słowy, wszystko jest doskonałe, począwszy od krajobrazu (raje ukazują na ogół życie na rozległej, tętniącej zielenią równinie), na pięknej pogodzie kończąc.

Nie jest to nic innego jak obraz doskonałego habitatu, nawiązujący do miejsca, w którym ewoluował *Homo sapiens* s., jednak cechujący się zwielokrotnieniem tego, co pożądanego i zminimalizowaniem (albo wręcz całkowitym zniwelowaniem) tego, co stanowi zagrożenie¹⁶. Kraina wiecznych łowów, łono Abrahama czy mużłmańskie niebo oferujące, paradoksalnie, niezliczone możliwości kopulowania z dziewicami, a więc, jak by nie patrzeć, rozrodu doskonałego, są w znacznym stopniu spełnieniem marzeń o idealnym miejscu do rozmnażania się.

Niewykluczone jednak, że choć tęsknota za dobrostanem przybiera w kulturze taką m.in. formę, urzeczywistnienie takiego porządku świata i rzeczy nie zapewniłoby długotrwałego poczucia życiowego spełnienia. Teoretycznie, w sensie czysto ewolucyjnym, gatunek nie mógłby wymarzyć sobie lepszego miejsca do funkcjonowania. Skoro wszystko jest zapewnione – wystarczy żyć i rozmnażać się. Nie zmienia to jednak faktu, że w krótkim czasie, choć bardzo skutecznie, człowiek funkcjonowałby z dalszym poczuciem bezcelowości życia, porażki i frustracji. Tęsknoty za tak skonstruowanym rajem mogą okazać się bezpodstawne. Można bowiem domniemywać, że gatunek uległby bardzo szybkiej adaptacji do tych warunków. Jak wynika z badań, ludzie posiadają nadzwyczajną wręcz skłonność do przyzwyczajania się do tego, co dobre, i traktowania tego jako coś oczywistego, co nieszczerze przekłada się na ich poczucie szczęścia¹⁷. Prace z zakresu psycho-

¹⁶ K. Podlaszewska, T. Szlendak, *Dlaczego dzieci lubią to, co lubią?*, „Czasopismo Psychologiczne” 2003, t. 9, nr 1, s. 79–88.

¹⁷ M. Argyle, *Przyczyny i korelaty szczęścia* [w:] *Psychologia...*, op.cit., s.165–203.

logii pozytywnej szeroko dowodzą, że – przykładowo – poprawa zarobków, a nawet główna wygrana na loterii zapewniają tylko chwilowe zadowolenie, po czym samopoczucie wraca do stanu sprzed wygranej (względnie sprzed podwyżki)¹⁸.

Z tych powodów sędzę, że ów błogostan zapewniany przez warunki zewnętrzne stosunkowo szybko stałby się źródłem nudy i frustracji. Jakkolwiek to brzmi, nastawienie do życia jest funkcją wewnętrznej motywacji człowieka, w większej części jego woli aniżeli otoczenia, niezależnie od tego, jak przyjazne lub jak wrogie by ono nie było¹⁹. Psychologia pozytywna dodaje do tych wizji bardzo istotną cegiełkę. Zgodnie z twierdzeniami badaczy raje religii monoteistycznych nie uwzględniają podstawowej skłonności ludzkiego umysłu: odnoszenia swojej pozycji do innych członków naszej społeczności²⁰.

Okazuje się zatem, że jednym z najważniejszych czynników warunkujących indywidualną recepcję swojego życia jest porównywanie się z innymi. Ponieważ w owej rajskiej komunie *de facto* nie istniałaby sztywna struktura społeczna, w realnym świecie mogłoby stać się to powodem ogromnego niepokoju. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę, że istnieją silne przesłanki, by przyjąć tezę, iż porównywanie się z innymi jest w nas prawdopodobnie wbudowane ewolucyjnie – pozwala bowiem trafnie odnosić swoją pozycję względem rywali, motywuje do działania i nawet jeśli staje się źródłem zawiści, może poskutkować opłacalnym ryzykiem i podjęciem zdecydowanych działań.

Odejdźmy jednak na chwilę od tej krótkiej analizy zaświatów religii monoteistycznych. Z gruntu inaczej do problemu dobrostanu zdają się podchodzić tradycje dalekowschodnie, które źródeł cierpienia dopatrują się nie tyle w obiektywnych elementach otoczenia (inni ludzie i ich status, przeciwności losu, szatańskie pokusy etc.), ile w istnieniu „ja”, które staje się główną przyczyną pragnień, a tych na ogół nigdy nie udaje się do końca zaspokoić. Filozofie wschodnie proponują zatem różnorodne techniki, których zadaniem jest zminimalizowanie wpływu „ja”

¹⁸ Stan posiadania w bardzo niewielkim stopniu przyczynia się do poprawy naszego samopoczucia. Z badań wynika, że najbogatsi Amerykanie, zarabiający miliony dolarów rocznie, są tylko nieznacznie szczęśliwsi od tych najbiedniejszych. Gigantyczna rozbieżność w poziomie zarobków praktycznie nie przekłada się na ocenę stopnia zadowolenia z życia. Pieniądze odgrywają za to znaczącą rolę na poziomie zarobków umożliwiającym zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych: w ogromnym skrócie, syty są znacznie szczęśliwsi od głodnych, jednak bogatsi syty nie są szczególnie szczęśliwsi od sytych biedniejszych; por. G.I. Olson, B.I. Schober, *Satisfied poor*, „Social Indicators Research” 1993, nr 28, s. 173–193.

¹⁹ M. Csikszentmihalyi, *Przeptyw...*, op.cit.

²⁰ A.E. Clark, A.J. Oswald, *Satisfaction and comparison income. Discussion paper 419*, Essex 1996; K.T. Leicht, N. Shepelak, *Organizational justice and satisfaction with economic rewards*, „Research in Social Stratification and Mobility” 1994, nr 13, s. 175–202.

na życie jednostki, a docelowo – całkowite wyzbycie się go. Sztuką jest pohamowanie instynktownych niejako podszeptów indywidualizmu, które każą nam powiększać zakres swoich wpływów, dopieszczać ego, schlebiać gustom i wychodzić naprzeciw pragnieniom. Zanegowanie swojego ja – uczą tradycje wschodnie – jest możliwą drogą do osiągnięcia wewnętrznego spokoju²¹. Nirwana nie jest niczym innym jak rozlaniem się „ja” i ostatecznym połączeniem z kosmosem, zanikiem indywidualum.

Jak mierniam, te dwie alternatywne wizje zbawienia wydają się do pewnego stopnia komplementarne z rozróżnieniem wartości, na jakie wskazał Frank²². Mówił on o tzw. dobrach pozycjonujących i niepozycjonujących. Pierwsze z nich związane są ze statusem, drugie – z zaspokojeniem bardziej elementarnych potrzeb. Wartości pozycjonujące to np. dochód (a dzisiaj również kredyt hipoteczny), duży dom, drogi samochód, wykształcenie i kariera zawodowa, a także atrakcyjny partner seksualny. Wartości niepozycjonujące to w głównej mierze zdrowie, poczucie autonomii i satysfakcjonujące relacje społeczne. Jak sądzę, w obręb tych wartości można również zaliczyć poczucie wewnętrznej równowagi i brak stresu.

Paradoks tych dwóch systemów polega na tym, że o ile wartości niepozycjonujące nie są łączone z prestiżem (wszak jakim osiągnięciem jest być zdrowym i mieć nie najgorsze stosunki z sąsiadem?), o tyle czerpanie satysfakcji z dóbr pozycjonujących nie jest możliwe bez osiągnięcia tych niepozycjonujących (pieniądze i szacunek nie cieszą w chorobie i samotności). Zdaje się, że w monoteistycznych koncepcjach dobrostanu paradoks ten wydaje się niedostatecznie dostrzegany. Zauważmy, że status każdej zbawionej duszy jest równie wysoki: mają one wszystko, czego zapragną, zamieszkują idealne miejsce, zbawieni ludzie są wiecznie młodzi, niedościgle piękni, uczestniczą w bożej chwale, są więc w elitarnym gronie. Hołd dla tychże – pozycjonujących – elementów jest wyraźnie widoczny, nawet jeśli na pierwszy rzut oka doktryna mówi co innego. Jezus z Nazaretu uczy, że błogosławieni są wszyscy ci, którzy cierpią, są poniżeni, ubodzy etc., albowiem to oni będą wywyższeni, do nich należeć będzie Królestwo Niebieskie, zostaną pocieszeni, będąc w tym życiu ostatnimi, w przyszłym staną się pierwszymi itd. Otrzymujemy zatem komunikat, że ich ziemski niski status zostanie unieważniony na korzyść nowego, niebieskiego, jedyne go uprawnionego. Niebiański porządek rzeczy funkcjonuje

²¹ R. Kossakowski, *Diamentowa droga. Wspólnota religijna w świecie duchowości refleksyjnej*, Kraków 2010.

²² R.H. Frank, *Luxury fever...*, op.cit.

od niepamiętnych czasów w formie określonej hierarchii bytów, w której człowiek musi się odnaleźć. Nawet aniołowie mają swoje statusy, mogą być na swój sposób awansowani lub degradowani (jak stało się w przypadku szatana). Rzeczy miłe Bogu są z kolei nierzadko utożsamiane z bogactwem (co jest widoczne choćby w litaniiach, o czym przekonują choćby niektóre zwroty – w tym wypadku z Litanii Loretańskiej: „wieżo z kości słoniowej”, „domie złoty”, „panno można” etc.).

Uważam, że te elementy świadczą o istotnej roli, jaką w koncepcji zbawienia wyznawanej w kulturze Zachodu, w kształtowaniu się której światopogląd chrześcijański miał duże znaczenie, odgrywają wartości pozycjonujące. Sądzę, że niebywale znaczenie ma w tym miejscu również historia wykształcania się zachodniej koncepcji indywiduum, które w tym systemie wartości zajmuje pozycję centralną, zupełnie inną niż ma to miejsce w tradycjach wschodnich. Wymownym *post scriptum* dla tych dywagacji jest także inna obserwacja, tym razem poczyniona przez Maxa Webera, a dotycząca korzeni kapitalizmu. Koncepcja, według której ten system gospodarczy wziął swój początek w systemie wartości chrześcijańskich, w szczególności protestanckich, jak sądzę nie byłaby możliwa, gdyby judeochrześcijański system wartości nie zakładał, że czynniki pozycjonujące zajmują w kosmicznym porządku niebywale istotne miejsce. Odwrotnie sytuacja ta ma się w przypadku filozofii Dalekiego Wschodu, które przywiązują relatywnie mniejsze znaczenie do wszystkiego, co materialne, czy związane jednostką, czy z jej statusem. Dobrostan jednostki ściśle związany jest z jej wewnętrznym treningiem, kształtowaniem charakteru, nie tyle analizą moralną intencji, pragnień i czynów, ile wyzbywaniem się ich oraz samego siebie²³.

Jak przypuszczam, niektóre elementy filozofii wschodnich są zgodne z ustaleniami psychologów pozytywnych, i to rekrutujących się z różnych jej obozów. Przykładowo, Daniel Kahneman, przedstawiciel odłamu racjonalno-hedonistycznego, kładzie bardzo mocny akcent na zgubną rolę (zarówno pozytywnych, jak i negatywnych) emocji, które potrafią całkowicie zdominować trzeźwość myślenia i wpływają na osąd dotyczący różnych sytuacji. Według Kahnemana w codziennym postępowaniu potrzebne jest zdystansowanie względem emocji i znacznie szersza perspektywa²⁴. Kahnemnan przekonująco udowadnia, że silne negatywne emocje występujące w danym momencie skutecznie zaciemniają ogólny pozytywny bilans, który oceniany z dystansu powinien być przynajmniej źródłem wewnętrznego

²³ Pod tym względem do tradycji wschodnich zbliżają się obecne w kulturze Zachodu zakony pustelnicze, które mimo wszystko są raczej wyjątkiem od powszechnej praktyki, a nie regułą.

²⁴ D. Kahneman, *Pułapki myślenia...*, op.cit.

spokoju, jeśli nie wręcz zadowolenia²⁵. Z kolei Mihaly Csikszentmihalyi, psycholog specjalizujący się w badaniu zjawiska tzw. przepływu (*flow*), twierdzi, że jest on formą bardzo pozytywnego, absorbującego zaangażowania w działanie, podczas którego traci się poczucie czasu, a nawet tożsamości²⁶. Jak wiemy, nieuleganie emocjom i czyste działanie, w oderwaniu od jaźni, są nieodłącznym elementem wielu technik medytacyjnych.

4. Czy etyka konsumpcyjna „kłóci się” z psychologią pozytywną?

Nie jest moim celem wskazanie, że ustalenia psychologii pozytywnej stanowić mogą skuteczne remedium w czasach, które, jak wskazuje choćby Martin Seligman, charakteryzują się wyjątkowo wysokim poziomem przypadków depresji wśród młodych ludzi²⁷. Jest to z pewnością orientacja godna uwagi, a wiele z jej ustaleń jest obiecujących. Pytanie jednak, na ile wyjście naprzeciw faktom, na jakie psychologia pozytywna wskazuje, możliwe jest w dzisiejszych czasach: w dobie konsumpcji, społeczeństwa sieci i nieustannie przyśpieszającego przepływu informacji. Czy jest dziś miejsce na temu podobne refleksje?

Niewykluczone, że pierwszy problem, który idee psycho-pozytywne napotykają na swej drodze, tkwić może w strukturze systemu edukacyjnego rozpowszechnionego na Zachodzie. Choćby w pracach Kena Robinsona, jednego z wizjonerów edukacji przyszłości, dobitnie ukazane jest, że system oświaty funkcjonujący w krajach Zachodu absolutnie nie spełnia już powierzonej mu roli²⁸. O ile w społeczeństwie industrialnym, gdzie wystarczyło wyuczyć ludzi orientacji w absolutnych podstawach: czytania, pisania, prostego liczenia, a docelowo – obsługi maszyny, o tyle dziś, w społeczeństwie postindustrialnym, gdzie ważniejsze są kompetencje społeczne, bezcenną zaś wartością jest kreatywność jednostki, system ten się nie sprawdza. Dziś, zdaniem Robinsona, szkoły specjalizują się

²⁵ Przykładowo, małżeński kryzys trwający pół roku jest w stanie skutecznie przysłonić wszystkie pozytywy trwającego 10 lat względnie szczęśliwego małżeństwa. Choć sytuacja wydaje się wielu osobom beznadziejna, z czysto racjonalnego punktu widzenia jest ona i tak sporym sukcesem. Gdyby – radzi Kahneman – na wszelkie porażki chcieć spojrzeć z takiej właśnie perspektywy, raptem okazałoby się, że w życiu i tak spotkało nas bardzo wiele dobrego. Spojrzenie z dystansu znacznie trudniejsze jest przy współdziałaniu silnych emocji, w szczególności emocji negatywnych.

²⁶ M. Csikszentmihalyi, *Przepływ...*, op.cit.; S. Blackmore, *Maszyna memowa*, Poznań 2002, s. 329–349.

²⁷ M. Seligman, *Pełnia życia...*, op.cit.

²⁸ K. Robinson, *Uchwycić żywioł. O tym, jak znalezienie pasji zmienia wszystko*, Kraków 2012; K. Robinson, *Oblicza umysłu. Ucząc się kreatywności*, Kraków 2010.

raczej w etykietowaniu uczniów, odnotowywaniu, w których dziedzinach wiedzy uczeń rokuje bądź nie. Sprzyja to przede wszystkim szybkiemu wpajaniu kolejnemu pokoleniu, że istotą funkcjonowania w dzisiejszym świecie jest rywalizacja, a to oznacza kolejny argument na rzecz tezy o kulcie wartości pozycjonujących w świecie zachodnim.

Wprawdzie problem rywalizacji wydaje się społecznie dostrzegany i choć bardzo powoli odchodzi się od niego, jest on i tak bardzo mocno ugruntowany w innych sferach życia, niekoniecznie w samej tylko szkole, czego najlepszym określeniem jest popularny termin „wyścig szczurów”, określający pozbawioną wyższego sensu pogoń za sukcesem zawodowym. O wartości, jaka przywiązywana jest do tej sfery, może świadczyć czy to spadek dzietności z jednej strony (w myśl zasady, że najpierw dobra praca, potem rodzina), czy tendencja do nieustannego podnoszenia swoich kwalifikacji (przejawiająca się choćby w ogromnej popularności kształcenia na poziomie wyższym mas młodych ludzi).

Dobitny wyraz ideologii wyścigu szczurów, choć z nieco innej perspektywy, daje Geoffrey Miller²⁹. Jego zdaniem rozbuchaną konsumpcję można w prosty sposób połączyć z ewolucyjnie wbudowanymi w umysł mechanizmami doboru. Wysoki współczynnik konsumpcji staje się niezawodną etykietą dotyczącą statusu partnera seksualnego, jego życiowej zaradności, zmotywowania w osiąganiu sukcesu, szerokiego dostępu do dóbr etc. Jak twierdzi Miller, konsumpcja jest czynnością, której celem jest przede wszystkim dobry obraz nas samych w oczach potencjalnych partnerów seksualnych. Jest ona zestawem informacji o naszej wartości reprodukcyjnej. Z tych właśnie powodów jest ona – konsumpcja – pożądana i staje się źródłem przyjemności. Rzecz można tym samym, że konsumpcja sankcjonuje pozytywnie wyścig szczurów, a ekspozycja konsumowania jest przede wszystkim eksponowaniem wspomnianych przeze mnie wcześniej wartości pozycjonujących.

Można by wymieniać bardzo wiele przykładów analiz i twierdzeń na poparcie tezy, że kultura konsumpcyjna jest, jak mało która, zorientowana na wartości pozycjonujące³⁰. W pewnym sensie zasada ta zawiera się wszak w jej nazwie. Konsumpcja, a więc nabywanie dóbr i wrażeń, stanowić ma o społecznym statusie tego, kto konsumuje. Tym samym w twierdzeniu, że konsumeryzm opiera się na wartościach pozycjonujących nie ma, moim zdaniem, żadnej sprzeczności. Sprzeczność kryje się za to w sposobie funkcjonowania kultury konsumpcyjnej,

²⁹ G. Miller, *Teoria szpanu. Seks, ewolucja i zachowania klienta*, Warszawa 2010, s. 104–144.

³⁰ Nie mniej symptomatyczne są wytwory z obszaru sztuki, choćby literatury i kina. Szczególnie wymowne pod tym względem są choćby takie dzieła jak powszechnie znane „American psycho” czy „Podziemny krąg”.

która jako kultura przyjemności, paradoksalnie, nie może człowiekowi zapewnić poczucia szczęścia czy – jak zapewne chcieliby psychologowie pozytywni – dobrostanu. Konsumeryzm nie zapewnia bowiem zdrowia (chyba że uznać za przejaw konsumeryzmu aktywność sportową, która oczywiście również jest strefą skomercjalizowaną i może stanowić wyróżnik niektórych warstw i klas społecznych) ani satysfakcjonujących relacji społecznych (czy źródłem takich owocnych relacji, czy raczej ich fasadą są popularne portale społecznościowe, centra handlowe i inne przybytki rozrywki – spór trwa³¹).

Dobry obraz konsumenckiej etyki, który mógłby stanowić podsumowanie dla tej części naszych rozważań, przedstawił Benjamin Barber, który wprost mówi o etosie hiperkonsumpcji jako unowocześnionej wersji etosu protestanckiego³². Zdaniem Barbera hiperkonsumpcja obecna w dzisiejszych czasach kieruje się następującymi regułami: impuls zamiast rozwagi, przyjemność zamiast szczęścia, egoizm zamiast altruizmu, prywatne zamiast publicznego, seks zamiast miłości, indywidualizm zamiast wspólnoty, narcyzm zamiast uspołecznienia, chwilowe zamiast trwałego etc. Podążając w ślad za Barberem, przynajmniej w obrębie jego twierdzeń, ustalenia płynące z psychologii pozytywnej wydają się całkowicie sprzeczne z duchem społeczeństwa konsumpcyjnego. Ta bowiem:

- a) podważa rolę wartości pozycjonujących, które dla konsumentów mają wymierne, bardzo konkretne znaczenie;
- b) uwypukla rolę samoakceptacji (swoich zalet, ale także i wad takimi, jakie są), podczas gdy etyka konsumpcji w miejsce samoakceptacji wstawia samouwielbienie, co jest różnicą zasadniczą;
- c) podkreśla znaczenie czynnika racjonalnego w ocenie sytuacji, etyka konsumencka z kolei silnie bazuje na emocjach, jest negacją koncepcji *homo oeconomicus*;
- d) kultywuje kolektywizm i zmniejszenie roli komponentu „ja”, konsumpcjonizm z kolei bazuje na wartościach indywidualistycznych i promuje dopieszczanie swojego „ego”;
- e) nadaje pozytywną wartość autorefleksji, w tym skupieniu na odczuwaniu bodźców nieskrajnych (tak pozytywnych, jak i negatywnych), konsumpcjonizm kusi z kolei perspektywą bodźców silnych i występujących w dużej liczbie;

³¹ R. Sennett, *Upadek człowieka publicznego*, Warszawa 2009, s. 457–466; P. Wallace, *Psychologia Internetu*, Poznań 2003; C. Stoll, *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*, Poznań 2000.

³² B. Barber, *Skonsumowani...*, op.cit.

- f) kładzie silny nacisk na wartość procesów długotrwałych i konstruktywną rolę nagrody odroczonej (podkreśla tym samym znaczenie silnej woli), konsumpcjonizm natomiast koncentruje się na nagrodzie natychmiastowej i stosunkowo szybkim dopływie bodźców.

Jak sądzę, tego rodzaju kontrastów występujących w zestawieniu czynników cechujących psychologiczny dobrostan z etyką konsumeryzmu można by wskazywać jeszcze wiele. To prowadzi do stwierdzenia, że psychologia pozytywna stoi w zasadniczej sprzeczności z kulturą konsumpcyjną (a przynajmniej z jej obrazem kreślonym przez Barbera i jemu podobnych)³³. Z perspektywy ekonomii i funkcjonowania kapitalizmu stanem niepożądanym jest konsument, który nie stara się konsumować „na pokaz”, który nie działa zgodnie z Millerowską „teorią szpanu”. Konsument zdystansowany wobec centralnych w kulturze konsumpcji wartości pozycjonujących zadaje kłam nie tylko ewolucyjnym koncepcjom konsumpcji, ale teoriom jeszcze silniej zakorzenionym, choćby klasycznej koncepcji klasy próżniaczej Veblena³⁴. Konsument odczuwający dobrostan przestaje być konsumentem optymalnym. Poprzez nabywanie dóbr nie musi już niczego nikomu udowadniać, jest autonomiczny, a jego zdanie na swój temat buduje w oparciu o inne wartości niż etyka hiperkapitalizmu. Świat konsumpcji nie ma już znaczenia.

5. Psychologia pozytywna a społeczna praktyka

Jonatan Barber na kartach *Skonsumowanych* sugeruje, że poprzemysł, świadomie lub nie, wypracowuje pewne mechanizmy obronne, które pozwalają mu trwać. Hiperkonsumpcja – jak twierdzi Barber – jest odpowiedzią na paradoks nadprodukcji i nadpodaży. Ponieważ produkcja jest bardzo tania, rynek zalany jest ogromną ilością dóbr. Nabywanie *stricte* racjonalne oznaczałoby, że większość towaru nie zostanie nigdy zbyta, nawet za symboliczną złotówkę. Kreowane są więc sztuczne potrzeby i gospodarka może funkcjonować dalej, choć i tak nie udaje się nigdy sprzedać wszystkiego. Jeśli przyjąć ów pogląd i założyć, że faktycznie rynek swoją „niewidzialną ręką” zapewnia sobie trwanie, nawet wobec zalewu tanich dóbr, należałoby przypuszczać, że twierdzenia psychologii pozytywnej, będące teoretycznie zagrożeniem dla niepoohamowanej konsumpcji (w końcu lansują porzucenie sztucznych pragnień, wsłuchiwanie się w głos rozsądku, poświęcanie

³³ N. Postman, *Technopol. Tryumf techniki nad kulturą*, Warszawa 1995; idem, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa 2002; R. Sennett, *Kultura nowego kapitalizmu*, Warszawa 2010; J. Rifkin, *Wiek dostępu*, Wrocław 2003, s. 145–176.

³⁴ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 2008.

czasu innym, nie tylko sobie, kultywowaniu przyjemnych, rozciągniętych w czasie zwyczajów, hobby, sztuki spędzania wolnego czasu, ćwiczeniom w zaangażowaniu się etc.) zostaną przez popprzemysł wchłonięte i przerobione „na własną pop-modłę”, oferując w zamian innowacyjną formę konsumowania, która głosząc hasła dobrostanu, jednocześnie jest źródłem niebanalnego zysku dla producentów. Czy jest tak w istocie? Czy twierdzenie Barbera jest i na tym gruncie uprawnione? Sądzę, że jak najbardziej.

Psychologia pozytywna staje się produktem, przemycanym pod postacią różnej oferty i choć postuluje zaniechanie nieracjonalnej konsumpcji jako pozornego tylko źródła zadowolenia, sama również zaczyna być towarem na sprzedaż, który pod postacią różnych produktów i usług spod znaku tzw. filozofii *slow movement* służyć może do potwierdzania społecznej pozycji konsumenta, który mienić się może mianem „konsumenta oświeconego”, na wzór Buddy, wyrwanego z magicznego kręgu bezsensownego nabywania.

Proces ten – komercjalizacji pewnych idei – wydaje się z punktu widzenia mechanizmów mody czymś zgoła naturalnym. Rzeczy elitarne i niedostępne stają się wkrótce masowe i niewyróżniające. Dzieje się tak zarówno w przypadku drogich marek modowych czy zaawansowanych technologii, niegdyś dóbr niezwykle rzadkich, przysługujących jedynie najwyżej postawionym na drabinie społecznej³⁵. Nie inaczej jest z rynkiem idei, które stają się wyróżnikiem klas, do których się aspiruje. Psychologia pozytywna również posiada, jak postaram się wykazać, swój pop-odpowiednik, dzięki czemu może przynosić sowite zyski. Uważam, że choć sama postuluje odejście od dóbr pozycjonującym, dla swoich sympatyków również staje się dodatkowym wyznacznikiem prestiżu. Innymi słowy, modnie jest być wyznawcą takiego sposobu życia.

Czy psychologia pozytywna mogłaby służyć jako wyznacznik wysokiego poziomu życia? Sądzę, że tak. Mogłaby ona stać się czymś na kształt psychoanalizy, która – np. w USA – za taki wyznacznik służyła i służy do dziś. Posiadanie swojego psychoanalitka w niektórych kręgach uchodzi wszak za swoisty standard. Uważam, że psychologia pozytywna mogłaby służyć za swego rodzaju następstwo, dopełnienie, alternatywa dla psychoanalizy. Podobnie jak posiadanie psychoanalitka, łączy się ona ze znacznym nakładem kosztów, choć nie tylko tych *stricto* finansowych. Dla praktykujących psychologię pozytywną z pewnością wskazana byłaby choćby jedna wycieczka do Tybetu i zaszcycie się na kilka miesięcy w jednym z buddyjskim klasztorów. W zgodzie z psychologią pozytywną byłaby podróż

³⁵ T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji* [w:] *Rozkoszna zaraza. O rzędach mody i kulturze konsumpcji*, T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 7–26.

dookoła świata, połączona z oczyszczającą podróżą w głąb siebie. W zgodzie z jej przesłaniem byłoby kupić sobie dom na wsi i regularnie, powiedzmy w odstępach półrocznych, udawać się doń na sześć miesięcy, by nabrać dystansu względem miejskiego zgiełku i tempa życia, pożyć w niewielkiej wspólnotie podoświadczając prostych przyjemności. Z tych między innymi powodów byłaby to ideologia wybitnie elitarna, jako że niewielu byłoby na nią stać. Ponieważ jednak aspiracja do tego, co elitarne, jest nieunikniona, rynek – jak mierniam – proponuje swoim nabywcom serie produktów, które w ich mniemaniu będą ich przybliżać do tego ideału, choć znacznie mniejszym kosztem.

O tym, że przeorientowanie priorytetów swojego życia, „życie od nowa”, w zgodzie ze sobą etc. na dobrze przeniknęło do popkultury i stało się obiektem marzeń rzesz, świadczyć może interesująca, symptomatyczna w świetle naszych rozważań publikacja Anny Kamińskiej, pt. *Miastowi. Slow food i aronia losu*³⁶. Książka prezentuje kilkadziesiąt wywiadów-reportaży z osobami, które mając do tej pory poukładane życie w mieście, obiecującą pracę, karierę, rodzinę, nieoczekiwanie postanowiły zacząć wszystko od początku, gdzieś w dalekiej głuszy, na wsi, w Bieszczadach, zająć się uprawą aronii i winogron, pleść kosze, robić własnoręcznie meble na sprzedaż i tak dalej. Podobne przypadki i równie skrajne decyzje na ogół postrzegane są jako odważne, nierzadko stają się przedmiotem tęsknot ogółu. Wyrazem popularności tego trendu mogą być choćby kasowe sukcesy filmów w rodzaju „Pod słońcem Toskanii” czy rodzimego „Ja wam pokażę”, w których główne bohaterki po serii osobistych kryzysów rodzą się na nowo wraz z zakupem domu na jakimś rozkosznym uboczku, z dala od hałaśliwego miasta (*notabene* historie nieomal żywcem wzięte z publikacji Kamińskiej).

Są to wizje, które z psychologią pozytywną mają bardzo wiele wspólnego. Wszędzie tam możemy dostrzec intensywność doświadczania siebie i otaczającej rzeczywistości (*flow*), nawiązywanie i podtrzymywanie bardzo satysfakcjonujących relacji, silną wolę w dopinaniu swego, stawianie sobie trudnych, ale osiągalnych celów, pokonywanie kolejnych przeszkód powiązanych z indywidualnym rozwojem, realizowanie marzeń i pasji. Wszędzie dostrzegalna jest rezygnacja z wartości materialnych, wyłamanie się z wyścigu szczurów, odgrodzenie dotychczasowego życia w biegu grubą kreską itd. Z tych właśnie powodów decydują się na stwierdzenie, że filozofia *slow movement* stanowić może umasowioną, spopularyzowaną psychologię pozytywną w praktyce, która jednocześnie nierozzerwalnie złączona jest z nabywaniem określonych dóbr, jednak dóbr uchodzących za niemასowe, a dopasowanych do nas samych i naszych wewnętrznych potrzeb.

³⁶ A. Kamińska, *Miastowi. Slow food i aronia losu*, Warszawa 2011.

W dalszym ciągu tego rodzaju historie, jak przytoczone wcześniej, pozostają w obszarze marzeń mas, które nie mają szansy spełnić się w takiej formie, w przeciwnym razie mogłoby to zagrozić stabilności fundamentów społecznych. Co znamienne, wewnętrzne wyciszenie, złapanie dystansu do wielu spraw, wytworzenie nowej perspektywy, połączone z kultywowaniem bliskich relacji społecznych, poświęcanie czasu na hobby i inne drobne przyjemności wielu osobom może wydawać się niezwykle czaso- i energochłonne. Jeden z piewców psychologii pozytywnej. Csikszentmihalyi również zwraca na to uwagę, twierdząc, że dla wielu znacznie łatwiejszym wyjściem jest po prostu przesiedzieć wolne chwile przed telewizorem³⁷.

Rynek, nie licząc rynku książkowego, stosunkowo rzadko posługuje się terminem „psychologia pozytywna”. Na dobre jednak zaadaptował sformułowanie *slow movement*, które odnosi się do różnych gałęzi towarów i usług. Termin *slow movement* wyrósł z kolei na gruncie *slow food*, czyli ruchu, jaki powstał w reakcji na upowszechniającą się kulturę *fast foodów*, znakomicie opisaną choćby w pracach George’a Ritzera³⁸. Entuzjaści *slow food* wskazywali na przyjemność płynącą z samodzielnego przygotowywania posiłku, koncentrowali się na samym procesie przygotowywania, najpierw składników, następnie samej potrawy. Odcinali się od używania sztucznych dodatków i jedzenia w pośpiechu, stawiali mocny akcent na otoczenie, w jakim należy spożyć posiłek, oraz na stosowne towarzystwo, w jakim przyjdzie nam jeść. Nie jest niczym dziwnym, że wizja ta zdaniem jej twórców jest źródłem ogromnej przyjemności. Język ruchu *slow food* w znacznym stopniu przypomina bowiem ustalenia psychologów pozytywnych, według których poświęcanie się i zaangażowanie w daną czynność daje jednostce poczucie wzbogacającego doświadczenia, nabywania nowej wiedzy, ogromnej satysfakcji, której źródłem jest samodzielność i autonomia, jak również pozytywny feedback ze strony otoczenia. Rzec można, że entuzjaści *slow food* sami, w zaciszu kuchni, spiżarni i jadalni, doszli do wniosków tożsamych z tymi psychologów pozytywnych.

Wkrótce jednak ruch *slow food* rozciągnął się również poza sferę czysto kulinarną. Na jego gruncie urosła fascynacja małymi miasteczkami rozsianymi na prowincji, w Toskanii, Prowansji oraz nieśpiesznym stylem życia, jaki tam panuje. Zamiast kubka w Starbucksie – świeżo parzone *espresso* i dobra prasa w kawiarni,

³⁷ Na identyczną prawidłowość wskazuje podróżnik Alastair Humphrays, „wynałazca” podróży „od 17-tej do 9-tej” (samodzielnym wypadów na jedną noc w nieznaną), który stwierdza, że stadium chipsów i telewizora oraz wiary, że obecnie to najlepsze, co może mnie spotkać, jest największą przeszkodą na drodze do indywidualnego rozwoju i silnego doświadczania życiowych przyjemności; Ł. Długowski, *Wyprawa od 17 do 9*, „Wysokie Obcasy” 2013, nr 27(734), s. 40–43.

³⁸ G. Ritzer, *Mcdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 1999.

zamiast popołudnia w metrze – ciastko ze znajomymi i kieliszek wina pod wieczór, zamiast wielu anonimowych relacji, mniejsza liczba, ale osobistych i satysfakcjonujących, począwszy od sąsiadów, na właścicielu pobliskiej cukierni skończywszy. Filozofia *slow movement*, która pojawiła się jako znaczne rozszerzenie ruchu *slow food*, nagle stała się ideologią konotującą ogromne ilości znaczeń niezwiązanych, tak jak na początku, z samym jedzeniem.

Jej elementem jest tzw. *cocooning* (kokonowanie), czyli nurt we współczesnym designie zapoczątkowany przez wizjonerkę Faith Popcorn, który polega na umiejętnym aranżowaniu przestrzeni wokół siebie. W głównej mierze *cocooning* odnosi się do mieszkań, tworzenia z nich przyjaznej, osobistej, intymnej wręcz przestrzeni, kokonu, który dostarczać ma poczucia bezpieczeństwa. W tym duchu pojawiła się i w Polsce moda na wyroby, meble, bibeloty tworzone własnoręcznie (a przynajmniej sprawiające takie wrażenie), sprzęty, których głównym surowcem jest drewno i żelazo. Zauważalne są sklepy z tego rodzaju ofertą, gdzie z powodzeniem nabyć można przedmioty nawiązujące swoją estetyką do folkloru, ewentualnie dawnych lat³⁹.

Na styku tych dwóch gałęzi *slow movement* – fascynacji „domowym” jedzeniem oraz rdzenną, ewentualnie dawną stylistyką – pojawia się oferta dwojakiego rodzaju: po pierwsze, restauracje wyspecjalizowane w tzw. „swojskim jadle”, serwujące prostą, ale bardzo obfitą kuchnię, nawiązującą do tradycyjnych, chłopskich lub szlacheckich, smaków, podawaną w stosownej oprawie, przy wtórce tradycyjnej kapeli, na stole wyciosanym z grubych bali, oraz, po drugie, coraz popularniejsze ostatnio sezonowe imprezy plenerowe, których punktem centralnym jest domowe jedzenie, produkowane przez dziesiątki reklamujących się przy tej okazji wystawców. Na tego rodzaju wydarzeniach spotkać można produkty dostępne zarówno dla ogółu, jak i linie najzupełniej elitarne, onieśmielające swoją ceną nawet producentów o światowej renomie. Zakosztować można przy tej okazji przysmaków z różnych zakątków świata, jednak nie ulega wątpliwości, że w takich chwilach klient ma okazję spotkać się z całą gamą konotowanych wartości dodatkowych: dobre jest to, co zrobione własnoręcznie, to, czemu poświęcono sporo uwagi, co przygotowano z dala od miejskich fabryk, w poszanowaniu ducha „eko” etc. Zwykła pajda chleba ze smalcem, którą w trakcie takich wydarzeń zjadają się odwiedzający, podawana jest w dawnym stylu: chleb leży na solidnej desce, ta zaś na płóciennych chustach, smalec czeka natomiast w kamionce aż ktoś nożem o koniecznie drewnianej ręczce

³⁹ T. Kozłowski, *W poszukiwaniu prywatnej lokalności. Psycho-socjologiczne aspekty cocooningu*, „Tematy z Szewskiej” 2013, nr 1.

rozsmaruje go na grubym kawałku ukrojonego właśnie pieczywa. Nie może być – zdają się przekonywać przy pomocy takich środków wystawcy – nic dalszego od zwykłej, umasowionej konsumpcji. Taki chleb ze smalcem to rzecz absolutnie nietypowa, szczególnie rzadka, dzięki której można poczuć się równie wyjątkowo.

Przy okazji takich festiwali zakupić można naturalnie nie tylko żywność, ale i stosowne sztuce, naczynia, ozdoby, sprzęty, szczególnych ograniczeń w prezentowanej ofercie nie ma, wydarzenia te przypominają ogromne targowiska sprzed kilku czy kilkunastu dekad połączone z handlem starociami. Są to jednak wydarzenia mające miejsce raz na jakiś czas, gdzie innego stylu życia można jedynie „zakosztować”, po czym wrócić do normalności.

Do dyspozycji bardziej wytrwałych konsumentów ideologii *slow* jest także nowa gałąź prasy, która tego rodzaju styl silnie promuje. Magazyny odwołujące się do filozofii *slow movement* stanowią coraz bardziej widoczny segment, ich tematyka sytuuje się zaś często na styku psychologii, sztuki, kulinariów i designu. Do tytułów utrzymanych w tym duchu należą choćby „(Slow)”, „Slow life, food & garden”, „C'est la vie”, „Kukbuk”. Uzupełnieniem takiej oferty, prócz treści popkultury, prasy, designu i żywności, jest także bogaty katalog form spędzania wolnego czasu – od popularnego ostatnio SPA po nową formę agroturystyki, gdzie nie tylko „po prostu” spędza się czas na wsi, ale uczestniczy w wyrobie serów, dogląda pasieki, tworzy własne nalewki, produkuje czółna i podkowy, zbiera lawendę czy wyrabia ciasto na swój autorski bochen chleba, wszystko na wzór bohaterów reportaży Anny Kamińskiej, ale tymczasowo i za słone pieniądze.

Biorąc pod uwagę, jak wiele gałęzi rynku czerpie z filozofii *slow movement*, wolno, jak miemam, zaryzykować twierdzenie, że potrzeba sporego nakładu środków, by sprostac każdej z nich. Stosowne wyposażenie mieszkania, kupowanie znacznie droższej żywności, bycie na bieżąco z designerskimi nowinkami omawianymi w specjalistycznej prasie, wypoczynek w SPA czy wreszcie spędzanie urlopu w drogim gospodarstwie agroturystycznym oferującym sięgające do korzeni, a przez to nieprzeciętne atrakcje – wymaga znacznego kapitału, nieosiągalnego dla większości społeczeństwa. Stąd moje podejrzenie, że *slow movement*, jakkolwiek ideologia urokliwa i sentymentalna, niepozbawiona jest istotnego komponentu wartościującego, jasno wskazującego, kto na drabinie społecznej zajmuje wyższy, a kto niższy szczebel. Tym oto sposobem – za sprawą wyrafinowanej maszyny konsumpcyjnej – wartości niepozycjonujące, takie jak: brak stresu, równowaga życiowa, zdrowie (w tym wypadku zdrowe odżywianie i bycie „eko”), stają się czynnikami pozycjonującymi. Jest to niejako sprzeczne z założeniami psychologii pozytywnej, które pielęgnowanie tych obszarów zaleca dla indywidualnego dobra, a nie społecznego poklasku. Mimo to z przytoczonych przykładów wysnuć można

wniosek przeciwny: spokój, zdrowie i satysfakcjonujące relacje z innymi, wcześniej niekoniecznie kojarzone z prestiżem, za sprawą urynkowania filozofii *slow movement* stają się ważnym komponentem statusu.

6. Podsumowanie

Psychologia pozytywna jest niewątpliwie interesującym i inspirującym kierunkiem we współczesnej psychologii. O potrzebie jej rozwoju świadczy spore zainteresowanie jej twierdzeniami, obserwowane zarówno za oceanem, jak i w Europie, także z Polsce. Psychologia pozytywna z powodzeniem stawia pierwsze kroki na drodze do wyjaśnienia, co czyni człowieka szczęśliwym, czerpiąc przy tym ze sporej tradycji XX-wiecznej psychologii, jak również psychologii ewolucyjnej i neuropsychologii. Ponadto jej twierdzenia wydają się współbrzmieć z filozoficzną tradycją dalekowschodnią, która źródła szczęścia i dobrostanu dopatruje się w oderwaniu od „ja”, zanegowaniu indywidualistycznych pragnień łączących się z zaspokajaniem próżnego ego, domagającego się – mówiąc metaforycznie – zaszczytów i natychmiastowych przyjemności. Miast tego, mówią psychologowie pozytywni, należy koncentrować się na owocnych kontaktach z otoczeniem, wyznaczać sobie odważne, ale osiągalne cele. Jak filozofia Dalekiego Wschodu obiecuje wyrwanie z koła cierpienia, tak celem psychologii pozytywnej jest dobrostan połączony z wyrwaniem z wyścigu szczurów. Czyni to wskazując na dualizm wartości: pozycjonujących i niepozycjonujących. W dzisiejszym świecie, hołdującym etyce konsumenckiej i rywalizacji, te drugie zdają się niedoceniane, i to w znacznej mierze z tego braku bierze się znaczny społeczny niepokój, którego owocem jest m.in. poszerzająca swój krąg depresja, również (a może zwłaszcza) wśród ludzi młodych.

Popularność psychologii pozytywnej widoczna jest jednak nie tylko w postaci ilości sprzedanych książek poruszających tego rodzaju tematy. Z jej ideami doskonale współgra obecna na rynku komercyjna postać filozofii *slow movement*, która, podobnie jak psychologia pozytywna, nakazuje ludziom czerpać radość z codziennych czynności, upajać się upływem czasu, koncentrować na samorozwoju, dostarczać sobie drobnych przyjemności, kultywować hobby i znajomości etc. *Slow movement* eksplodował na rynku pod postacią zarówno przebogatej oferty jedzenia, jak również w formie *cocooningu* (design, mieszkania, sprzęty), prasy (elitarne magazyny), dzieł popkultury (popularne filmy opiewające „zaczynanie wszystkiego od nowa”) czy wreszcie rozrywki i rekreacji (SPA i agroturystyka). Tym samym hołdująca zdystansowaniu się względem problemów statusu psycho-

logia pozytywna na gruncie społeczeństwa konsumpcyjnego staje się również – niejako wbrew sobie – kolejnym dobrem pozycjonującym. Czy przyczyni się dzięki temu do poprawy kondycji konsumentów, mierzonej choćby spadkiem odsetka pogrążonych w depresji? Na obecną chwilę trudno to jednoznacznie ocenić.

LITERATURA:

- Argyle M., *Przyczyny i korelaty szczęścia* [w:] *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, cnotach i sile człowieka*, J. Czapiński (red.), Warszawa 2004.
- Barber B., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i pólka obywateli*, Warszawa 2008.
- Berridge K., *Pleasure, pain, desire and dread: Hidden core processes of emotion* [w:] *Maszyna memowa*, D.S. Blackmore (red.), Poznań 2002.
- Bowlby J., *Attachment and Loss*, London 1967.
- Carlson E.R., *The affective tone in psychology*, „The Journal of General Psychology” 1967, nr 75.
- Carr A., *Psychologia pozytywna*, Poznań 2009.
- Clark A.E., Oswald A.J., *Satisfaction and comparison income. Discussion paper 419*, Essex 1996.
- Cosmides L., Tooby J., *Evolutionary psychology and the emotions* [w:] *Handbook of emotions*, M. Lewis, J.M. Haviland-Jones (red.), New York.
- Csikszentmihalyi M., *Przepływ*, Taszów 2005.
- Czapiński J., *Negativity bias in psychology: An analysis of Polish publications*, „Polish Psychological Bulletin” 1985, nr 16.
- Czapiński J., *Spotkanie dwóch tradycji: hedonizmu i eudajmonizmu* [w:] *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, cnotach i sile człowieka*, J. Czapiński (red.), Warszawa 2004.
- Czapiński J., *Wstęp* [w:] *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, cnotach i sile człowieka*, J. Czapiński (red.), Warszawa 2004.
- Dawkins R., *Samolubny gen*, Warszawa 1996.
- Długowski Ł., *Wyprawa od 17 do 9*, „Wysokie Obcasy” 2013, nr 27(734).
- Foley R., *The adaptive legacy of human evolution: a search for the environmet of evolution adaptedness*, „Evolutionary Anthropology” 1995, nr 4.
- Frank R.H., *Luxury fever: Why money fails to satisfy in an era of excess*, New York 1999.
- Gould S.J., *Nasze miejsce w przyrodzie* [w:] *Niewczesny pogrzeb Darwina. Wybór esejów*, S.J. Gould, Warszawa 1999.
- Kahneman D., *Pułapki myślenia*, Poznań 2012.

- Kamińska A., *Miastowi. Slow food i aronia losu*, Warszawa 2011.
- Kimble D., *Układ nerwowy i mózgowie* [w:] *Biologiczne mechanizmy zachowań*, A.M. Colman, (red.), Poznań 2001.
- Kossakowski R., *Diamentowa droga. Wspólnota religijna w świecie duchowości refleksyjnej*, Kraków 2010.
- Kozłowski T., *W poszukiwaniu prywatnej lokalności. Psycho-socjologiczne aspekty cocooningu*, „Tematy z Szewskiej” 2013, nr 1.
- Leicht K.T., Shepelak N., *Organizational justice and satisfaction with economic rewards*, „Research in Social Stratification and Mobility” 1994, nr 13.
- Miller G., *Teoria szpanu. Seks, ewolucja i zachowania klienta*, Warszawa 2010.
- Myers D.G., *The american paradox*, New Heaven 2001.
- Nettle D., *Szczęście sposobem naukowym wyłożone*, Warszawa 2005.
- Olson G.I., Schober B.I., *Satisfied poor*, „Social Indicators Research” 1993, nr 28.
- Podlaszewska K., Szlendak T., *Dlaczego dzieci lubią to, co lubią?* „Czasopismo Psychologiczne” 2003, t. 9, nr 1.
- Postman N., *Technopol. Tryumf techniki nad kulturą*, Warszawa 1995.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa 2002.
- Psychologia pozytywna w praktyce*, P.A. Lindley, S. Joseph (red.), Warszawa 2007.
- Robinson K., *Oblicza umysłu. Ucząc się kreatywności*, Kraków 2010.
- Robinson K., *Uchwycić żywioł. O tym, jak znalezienie pasji zmienia wszystko*, Kraków 2012.
- Rifkin J., *Wiek dostępu*, Wrocław 2003.
- Ritzer G., *Mcdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 1999.
- Ryff C.D., Singer B., *Paradoksy kondycji ludzkiej: dobrostan i zdrowie na drodze ku śmierci* [w:] *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, cnotach i sile człowieka*, J. Czapiński (red.), Warszawa 2004.
- Seligman M., *Psychologia pozytywna* [w:] *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, cnotach i sile człowieka*, J. Czapiński (red.), Warszawa 2004.
- Seligmann M., *Co możesz zmienić, a czego nie możesz*, Poznań 2010.
- Seligmann M., *Optymizmu można się nauczyć*, Poznań 2010.
- Seligmann M., *Pełnia życia*, Poznań 2011.
- Sennett R., *Upadek człowieka publicznego*, Warszawa 2009.
- Sennett R., *Kultura nowego kapitalizmu*, Warszawa 2010.
- Stoll C., *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*, Poznań 2000.
- Szlendak T., Pietrowicz K., *Moda, wolność i kultura konsumpcji* [w:] *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, T. Szlendak, K. Pietrowicz (red.), Wrocław 2007.
- Trzebińska E., *Psychologia pozytywna*, Warszawa 2012.
- Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 2008.

Wallace P., *Psychologia Internetu*, Poznań 2003.

Well-being: Foundations of hedonic psychology, Kahneman, E. Diener, N. Schwarz (red.),
Nowy Jork 1999.

Wilson E.O., *O naturze ludzkiej*, Poznań 1998.

Wilson E.O., *Socjobiologia*, Poznań 2001.