

**„SPOŁECZEŃSTWO PRZEŻYĆ”  
– CZY TAKIE BĘDZIE W PRZYSZŁYM STULECIU?\***

Rozpoczynający się rok akademicki to rok końca XX i początku XXI wieku. Schyłek wieku jest okazją do uaktywnienia się „przepowiadaczy” przyszłości, którzy natrafiają na sprzyjającą im koniunkturę. Wielu współczesnych ludzi, zaniepokojonych przemianami nowoczesnego świata, chce wiedzieć, co ich może spotkać w przyszłości. Czy przyniesie ona coś nowego i dobrego? Jeżeli tak, to byłoby czymś niewłaściwym należeć do maruderów postępu i zaprzepaścić to „nowe”. Może jednak należy na przyszłość, obawiać się czegoś złego? W tym przypadku byłoby czymś stosownym przygotować się w porę, aby zapobiec najgorszemu. Stojący u progu nowego wieku człowiek, zainteresowany jest również tym, by w niesprzyjających mu warunkach mógł coś osiągnąć, do czegoś dojść. Stąd musi on wiedzieć, co go w przyszłości może spotkać. Człowiek ma zamiary zarówno w stosunku do siebie, jak i do otaczającego go świata. Czasy przełomu mogą więc być czasami zwrotnymi, ale na pewno nie „końcem czasu” Od człowieka żyjącego w czasach przełomu żąda się przymiotów, dzięki którym będzie on mógł dużo zdziałać. Stąd dziś wszędzie szuka się ludzi „zdolnych na przyszłość”. Nie chodzi tutaj o to, co stanie się ostatecznie z człowiekiem. Nie ma się też na uwadze nadziei, że z człowiekiem po śmierci „jakoś będzie” Poszukiwane odpowiedzi powinny przynieść korzyści ludzkiemu życiu przed śmiercią. Zainteresowanie przyszłością pochodzi ze strachu przed przedwczesnym końcem teraźniejszości. Należy się starać, aby nie umknęło to, co jest aktualne. Rodzi się więc pytanie: Co jest „aktualne” w czasach przełomu, w czasach przeobrażeń? Nikt nie wie tego

dokładnie. Z diagnozy sytuacji ostatnich lat, jakiej dokonują przede wszystkim socjologowie, wynika, że żyjemy w społeczeństwie, które coraz bardziej staje się społeczeństwem informacji, ryzyka i częściowo dobrobytu. Przyznają oni również rację, że coraz trudniej jest jednoznacznie określić współczesne społeczeństwo, i to bynajmniej nie dlatego, iż brakuje odpowiednich słów, lecz z potrzeby posłużenia się wieloma określeniami, ze względu na jego wielowymiarową egzystencję i ze względu na wiele jego twarzy. Społeczeństwo końca lat 90-tych można charakteryzować jako techniczne, konsumpcyjne, dążące do zdobywania kariery za wszelką cenę, do osiągnięcia sukcesu. Nie będzie jednak przesadą, gdy tę wielokształtność sprowadzi się do jednego mianownika i posłuży się określeniem „społeczeństwo przeżyć” w znaczeniu „nastawione na doznawanie wielorakich przeżyć”. Za tym tytułem nie kryje się jednak stwierdzenie, że nasza kultura inscenizowana jest nieokreślonym bliżej wydarzeniem, czy przypadkiem.

Za uzasadnieniem posłużenia się pojęciem „społeczeństwo przeżyć” przemawia codzienna obserwacja wskazująca, że u dzisiejszego człowieka nastąpiło przesunięcie miary oceniania rzeczywistości i orientacji działania. Jeszcze nie tak dawno chodziło tylko o to, aby dożyć do następnego miesiąca, aby powiększyć w miarę możliwości swój majątek i zapewnić sobie odpowiednią przyszłość. Wysiłkiem naszych rodziców była troska: „by ich dzieciom było kiedyś lepiej”. Z doświadczenia doznawanych braków i małości rozwinęły się orientacje zachowania, które wywarły swe piętno na sposobie życia. „Masz coś, to jesteś kimś”. Dziś – choć nie brakuje jeszcze osób, które odczuwają niedostatek środków materialnych – poprzez wyższy standard życia i wskutek następstwa kulturalnej liberalizacji możliwy jest wybór wielu nowych obszarów życia. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w możliwości różnorodnego kształtowania codzienności, uwidaczniającej się w zmianie społecznych form odniesienia międzyludzkiego. „Społeczeństwo przeżyć” ukształtowało się z przejścia od „mieć”, poprzez fałszywie rozumiane „być”, do „doznawać przeżycia”

Człowiek żyjący na przełomie wieków chce „mieć coś od życia”. Nawet gdy nie ma on wystarczającej ilości pieniędzy, to chce żyć ponad stan i zaciąga długi. Dlaczego nie? Kto nie jest „kimś”, chce przynajmniej „coś” mieć. Kto nic nie ma, chce przynajmniej być „kimś”. Kto ani nie jest kimś, ani nie ma nic, chce przynajmniej coś przeżyć – spędzić jakoś czas, „rozerwać się”. Gdy człowiek dotknięty jest monotonią codzienności, myśli o spektakularnych urozmaicheniach życia. Pojęcie „przeżyć” dotyczy nie tylko sektora wolnego czasu, lecz wykracza ono poza wszystkie obszary życia społecznego i obecne jest zarówno w pedagogice jak i w marketingu. Pojęcie to artykułuje pewien rodzaj pojmowania życia: jakość życia jest jakością przeżyć, doznań. Filozofia ta powstała w kontekście przemiany relacji człowieka do Boga i do bliźniego. Nastąpiło odejście od przedmiotowo zorientowanego, odniesionego do celu obchodzenia się z tym, co w życiu jest ważne, do podmiotowo akcentowanego, zorientowanego na działanie nastawienia. Wszystko musi mieć charakter wydarzenia. Dom towarowy nie prezentuje się już jako zwykły sklep, w którym można kupić potrzebne towary, lecz jako sklep, w którym doznaje się różnych przeżyć. Restauracja oferuje gastronomię dającą przeżycie. Port lotniczy ukazuje się jako „świat przeżyć ze szklanymi ścianami”. Trend ten obecny jest przede wszystkim w branży reklamowej ostatnich lat. Dawniej, w centrum uwagi prezentacji towaru stawiano jego wartość użytkową: trwałość, zastosowanie, techniczną doskonałość. Dziś akcentuje się coraz mocniej w uwagach do konsumentów wartość doznawanych przeżyć. Gdy ktoś przekroczy progi supermarketu z prostym zamiarem zakupu żelu do kąpieli, który dobrze oczyści skórę, będzie musiał wrócić do domu z nieusukcesjonowanym zamysłem. Jego zasadniczą motywacją nie wystarczy, aby się zdecydować na wybór między wieloma produktami, które zrealizują jego pierwotne zamiary. Dopiero wtedy, gdy klient weźmie pod uwagę zorientowane na doznawanie przeżycia drugorzędne kwalifikacje produktu – np. świeżość energii, powabna delikatność, prawdziwa rozkosz – zdecyduje się na zakup.

Nie trzeba mnożyć przykładów, by zauważyć zasadniczą zmianę: „image” towaru staje się rzeczą najważniejszą, funkcją przynależności. Zachęta do kupna nie celuje już w zewnętrzne walory towaru, lecz szukana jest w świecie wewnętrznym kupującego kryteria kwalifikacji

produktu – a także życia – zostają przesunięte z zewnątrz do wewnątrz. Rzeczy oraz służenie innym nie są już wypełnieniem zasadniczego celu, lecz okazją do dostarczenia emocji, doznania przeżyć. Dawniej klient był sfrustrowany, gdy upragniony towar był nie do zdobycia lub wykazywał techniczne braki. Dziś jest rozczarowany, gdy produkt – choć technicznie funkcjonuje bez zarzutu – nie wyzwala zapowiadanego efektu. „Co mi z tego, że mam żel pod prysznic, który wprawdzie dobrze pielęgnuje moje ciało, ale uczucie doznania ‘prawdziwej rozkoszy’ nie nastąpiło...?”

Orientacja na doznawanie przeżyć jest równocześnie pośrednią formą szukania szczęścia i sensu. Szczęście i sens nie są jednak szukane dla całości, lecz dla doraźnych, jednostkowych przeżyć, o których jakości rozstrzyga sam podmiot. Dla „społeczeństwa przeżyć” sens jest czymś przygodnym. Pojęcie „wieczności” zanika. Redaktor jednego z programów telewizyjnych zapytał kilka dni temu w wywiadzie reporterkę „Wiadomości” o jej męża formułując pytanie: „Czy X jest twoim aktualnym życiowym partnerem?” Tak, jak z partnerem, tylko na pewnym odcinku życia, tak jest i z szukaniem sensu życia tylko na pewnym jego odcinku i to dla pojedynczych wydarzeń. Kompas sensu życia nastawiony jest na pozyskanie kolejnych przeżyć. Sens ma to, co można skomentować słowami: fajnie, wzruszająco, wspaniale. Takie określenia sensu stają się równocześnie samookreśleniem podmiotu, który ukazuje, jak on się w danej sytuacji czuje i co odczuwa. W zależności od nastroju i okoliczności szuka się fascynacji, euforii, ekstazy – nie może być w żadnym wypadku nudy. Każdy dzień powinien być bogato urozmaicony. Aby nie utracić chęci do życia trzeba usunąć na bok wszelkie smutki i trudności. Najważniejsze jest, by nie pozbawić się zabawy, jaką życie może dać. Sztuka życia to umiejętność obchodzenia się z zewnętrznymi uwarunkowaniami tak, aby oczekiwane subiektywne dążenia skuteczyły się.

„Społeczeństwo przeżyć” nadało pytaniu o sens i szczęście nowe ujęcie: Jak można życie tak spędzić, żeby mieć odczucie, że się opłaca? Pytanie to towarzyszy zarówno tym, którzy chcą przewyciężyć swoje budżetowe niedostatki, jak i tym, którzy w życiu mają wszystko. Jakie jednak uczucie jest właściwe dla indykatora sensu i szczęścia? Według tych, którzy zajmują się reklamą życie jest stracone wtedy, gdy nie daje żadnych zewnętrznych radości. Wpływ na człowieka jest tu ogromny. Bieg za doznawaniem różnorodnych przeżyć współczesny człowiek uważa za podstawę rzeczy i nie bierze w ogóle pod uwagę faktu, że uczucie szczęścia może nastąpić, gdy nie zmierza się do niego wprost. Obserwując ten mechanizm można zauważyć, że im bardziej czyni się z samych „pięknych przeżyć” sens życia, tym bardziej wzrasta strach przed możliwością nie pojawieniem się ich. Do strachu przed nudą dołącza się strach przed ewentualnym zaprzepaszczeniem czegoś. W tym kontekście nie jest zagrożone samo życie, ale jego sens. Tam, gdzie doznawanie przeżyć staje się życiowym zadaniem, rośnie z jednej strony ryzyko, że się nic nie skorzysta z tych przeżyć, które ulatują, a z drugiej strony może też powstać obawa, że „rynek przeżyć” osiągnie pewnego dnia granice nasycenia. Nie docenia się wówczas nieskończonej potrzeby szukania nieskończonego sensu życia współczesnego człowieka.

W tym miejscu nie sposób nie postawić pytania o prawdziwy, rzeczywisty i właściwy sens życia. W odpowiedzi na to pytanie nie można pominąć zarówno tendencji człowieka do doznawania przeżyć, jak i jego odniesienia do transcendencji. Takiej odpowiedzi nie da się jednak w żaden sposób nikomu narzucić. Nikt nie ma wyłączności na jej znalezienie, ani też nikt nie powinien czuć się zwolnionym od jej szukania. Odnosi się to do poszczególnego człowieka, jak i całych środowisk, nie wyłączając akademickich. Jan Paweł II podczas wrześniowych obchodów Jubileuszu nauczycieli akademickich w Rzymie dał temu wyraz. „Nasza epoka – mówił papież – jest czasem wielkich przemian, które dotyczą także świata akademickiego. Humanistyczny charakter kultury wydaje się być spychany na margines, natomiast zaznacza się tendencja do ograniczania horyzontu wiedzy do tego, co jest wymierne i do pomijania każdego problemu, który dotyczy ostatecznego sensu rzeczywistości. Można się zastanawiać, jakiego człowieka przygotowuje dzisiaj uniwersytet. Wobec wyzwania nowego, autentycznego i integralnego humanizmu, uniwersytet potrzebuje ludzi wrażliwych na Słowo jedyne Nauczyciela; potrzebuje wykwalifikowanych specjalistów i wiarygodnych świadków Chrystusa. Ta z pewnością

niełatwa misja, wymagająca ustawicznego zaangażowania, karmi się modlitwą i badaniem i wyraża się w normalnym codziennym życiu.”

Stojąc u progu nowego roku akademickiego nie można więc zapominać, że środowisko akademickie jest miejscem, w którym człowiek znajduje ukierunkowanie ku przyszłości. Służy ono także człowiekowi w całej jego prawdzie, pomagając mu w odnalezieniu jego sensu życia. Warto odpowiedzieć na wezwanie Ojca Świętego, ażeby wyższe uczelnie stały się „laboratoriami kultury”, w których między różnymi dyscyplinami naukowymi „zaistnieje konstruktywny dialog, z uznaniem normy moralnej jako istotnego wymogu badania i warunku pełnowartościowego poszukiwania prawdy” Wtedy też będzie można podjąć twórczą dyskusję nad kształtem społeczeństwa u progu nowego stulecia. Czy „społeczeństwo przeżyć”, „społeczeństwo doznań” będzie dominującym wzorcem?

*Ks. Wiesław Piotrowski*