

Władysław Pańczyk
PWSZ Zamość
wladyslawpanczyk@op.pl

Aktywność fizyczna jako element polityki zdrowotnej społeczeństwa konsumpcyjnego

Physical activity as an element of consumer society's health policy

Streszczenie:

Wywodzące się z amerykańskich pobudek ekonomicznych trendy konsumpcyjne, w obliczu ponowoczesnej globalizacji, generują szereg masowych – niezdrowych zachowań istot ludzkich także w Polsce. Konsumpcja to współcześnie nie tylko ekonomia ale i zaspokajanie szeroko rozumianych potrzeb duchowych, w tym również kulturowych. Konsumpcja to powszechny styl życia, ideologia a nawet religia, stąd zachowania zdrowotne takie jak: permanentny brak aktywności fizycznej, izolacja od natury, wymuszone siedzące pozycje ciała, nadmiar bodźców informacyjnych itp., są pewnego rodzaju normą społeczną. Normą bardzo źle wpływającą na zdrowie a z racji masowości będącą zagrożeniem cywilizacyjnym. Antidotum owych złych wpływów zdrowotnych w Europie i na świecie upatruje się w świadomej aktywności fizycznej współczesnego człowieka. Rekreacyjno – turystyczne formy aktywności fizycznej mają być idealnym zjawiskiem kompensacji zagrożeń cywilizacyjnych. Przeszkadza temu w Polsce nie tylko niska świadomość wartości zdrowotnej aktywności fizycznej ale i jej niezbyt nowoczesne oferty. Wydaje się, że postrzegana w wielu aspektach, jako zjawisko konsumpcyjne, turystyka wzbogacona o elementy rekreacji ruchowej (głównie w plenerze i to w różnych porach roku), może lepiej realizować ponowoczesne, zdrowotne potrzeby społeczne, winna być także elementem polityki zdrowotnej.

Słowa kluczowe: konsumpcja, polityka zdrowotna, aktywność fizyczna, turystyka

Summary:

Deriving from the U.S. economic reasons, trends in consumption in the face of postmodern globalization, generate a series of mass-unhealthy behaviors of human beings, also in Poland. Consumption is nowadays not only economics, but also meeting the wider spiritual needs, including cultural ones. Consumption is a common lifestyle, ideology and even religion, that is why one can notice unhealthy behaviors, such as permanent physical inactivity, isolation from nature, constrained sitting postures, excessive information stimulus, etc., that are becoming a social norm which badly affects health, and – because of its mass impact – is a civilizational threat. One can see the antidote to these negative influences on health in Europe and the world in the conscious physical exercise of modern men. Various forms of Leisure-tourism are to be an ideal compensation of civilizational threats. In Poland prevails low awareness of the health benefits that come from physical activity, as well as not very modern facilities and offers.

Keywords: consumption, health policy, physical activity, tourism

1. Uwagi wstępne

Przed dwudziestu kilku laty E. Fromm pisał¹ „...musimy położyć kres obecnej sytuacji, w której zdrowa gospodarka jest możliwa jedynie za cenę istnienia niezdrowych istot ludzkich”. Wywodzące się z amerykańskich pobudek ekonomicznych, trendy konsumpcyjne w obliczu ponowoczesnej globalizacji generują szereg masowych – niezdrowych zachowań istot ludzkich także w Polsce. Konsumpcja – jak podaje L. Hostyński² to współcześnie nie tylko ekonomia, ale i zaspokajanie szeroko rozumianych potrzeb duchowych, w tym również kulturowych. Konsumpcja to powszechny styl życia, ideologia a nawet religia stąd zachowania anty zdrowotne takie jak: permanentny brak aktywności fizycznej, izolacja od natury, wymuszone siedzące pozycje ciała, nadmiar bodźców informacyjnych itp. są pewnego rodzaju normą społeczną. Normą bardzo źle wpływającą na zdrowie, a z racji masowości będące zagrożeniem cywilizacyjnym. Łagodzenie owych złych wpływów zdrowotnych w Europie i na świecie upatruje się w świadomej aktywności fizycznej współczesnego człowieka. Różne formy aktywności fizycznej mają być powszechnym zjawiskiem kompensacji zagrożeń cywilizacyjnych. Przeszkadza temu w Polsce nie tylko niska świadomość wartości zdrowotnej aktywności fizycznej, ale i jej niezbyt nowoczesne oferty.

Wydaje się, że postrzegana współcześnie, bardziej od innych działań kultury fizycznej jako zjawisko konsumpcyjne, turystyka, wzbogacona o elementy rekreacji ruchowej (głównie w plenerze i to w różnych porach roku) może łatwiej realizować ponowoczesne, zdrowotne potrzeby społeczne. Więcej, może, wydaje się, być trwałym elementem polityki zdrowotnej w społeczeństwie konsumpcyjnym.

2. Początki społeczeństwa konsumpcyjnego

Ojczyzną masowej konsumpcji jest Ameryka Północna. Miało na to wpływ wiele czynników, takich jak: nagły wzrost produkcji na przełomie XIX i XX wieku oraz „fordyzm” i mit „od pucybuta do milionera”. Amerykańscy handlowcy z przełomu XIX i XX wieku stanęli przed problemem, jak upłynnić rosnące zasoby towarów w magazynach, ponieważ w wyniku stosowania nowych technologii rosła produkcja, ale zwiększało się bezrobocie i w związku z tym siła nabywcza ludności spadała. Zastanawiali się oni, jak przekształcić oszczęd-

¹ E. Fromm, *Mieć czy być*, Poznań 1999, s. 253.

² L. Hostyński, *Wartości w świecie konsumpcji*, Lublin 2006, s. 44.

nego i prawie samowystarczalnego, raczej ascetycznego i przyzwyczajonego do prostego życia Amerykanina, w nienasyconego konsumenta. Przekształcenie Amerykanów w konsumpcjonistów wymagało zatem stworzenia „nowej ekonomicznej ewangelii konsumpcji”. Zaczęto wykorzystywać marketing do tworzenia „niezaspokojonego konsumenta” oraz tworzenia nowych potrzeb³.

Tworzenie środków konsumpcji to nic nowego, lecz po II wojnie światowej jego tempo ogromnie wzrosło. Środki konsumpcji mnoży się po to, by dać ludziom to, czego chcą, wywołać nowe potrzeby i jednocześnie pozwolić zarobić tym, którzy je zaspokajają. Dużo ludzi ma więcej zasobów i chęć, by większość z nich wydać na osobistą konsumpcję. Ogromne kwoty idą też na reklamę, która ma stworzyć potrzeby i nakłonić do konsumpcji. Początków nowoczesnej reklamy należy szukać w latach 20. XX wieku, kiedy właściciele i kierownicy firm zdali sobie sprawę, że sterowanie tylko pracownikami już nie wystarcza. Konsumentom zaczęli wtedy odgrywać w kapitalizmie zbyt poważną rolę, by można im było pozwolić na podejmowanie samodzielnych decyzji. W rezultacie rozwinęła się nowoczesna reklama, mająca pomóc ludziom w decydowaniu. Był to pierwszy krok na drodze od społeczeństwa produkcyjnego do konsumpcyjnego⁴.

W reklamach nastąpiło przesunięcie akcentów z argumentacji i perswazji o użyteczności wyrobów, na rzecz manipulacji. W komunikatach wykorzystano manipulacje oparte na samoocenie, zaczęto odwoływać się do emocji, prestiżu i różnicowania społecznego. Pod pojęciem „fordyzmu” kryje się filozofia Henry Forda, który uważał, że czynnikiem napędzającym produkcję powinien być udział w konsumpcji tych, którzy ją wytwarzają. To właśnie robotnicy powinni być konsumentami wytwarzanych przez siebie produktów (w tym przypadku samochodów). Była to idea rewolucyjna na tamte czasy i Ford był raczej odosobniony w swoich poglądach, lecz jak pokazał czas, były to poglądy słuszne jeśli chodzi o umasowienie produkcji. W efekcie podwyższenia zarobków i kredytów konsumpcyjnych oraz reklamy to, co kiedyś było uważane za luksus dostępny jedynie wyższym klasom, stało się dostępne dla większości. Przyjęto zasadę, że wszyscy konsumenci są równi pod warunkiem posiadania przez nich środków pieniężnych. Dzięki temu nastąpiła demokratyzacja konsumpcji i z elitarnej przekształciła się ona w egalitarną – coraz bardziej powszechną oraz masową. Konsumpcja uległa demokratyzacji również dzięki powstaniu domów towarowych, które miały ofertę dla wielu warstw społecznych i dlatego stały się tak popularne. Amerykański model konsumpcji stał się synonimem wolności i równo-

³ A. Borowska, *Spółczesność konsumpcyjna – charakterystyka*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej” 2009 z. 14, s. 7.

⁴ G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2009, s. 63.

ści. Hierarchia społeczna była określana przez poziom posiadania przedmiotów, a nie urodzenia. Było to zjawisko bardzo atrakcyjne dla biednych emigrantów z Europy wschodniej, czyli ze społeczeństw klasowych. Każdy emigrant, (który był zresztą zachęcany do pełnej asymilacji przez rząd Ameryki) poprzez nabycie odpowiednich produktów mógł wejść do klasy średniej. Nie był „przypisany” do niej z racji pochodzenia, swoje korzenie, najczęściej tzw. „niskie pochodzenie” zostawił za oceanem. Tak narodził się mit *american dream*, czyli „od pucybuta do milionera”, a wolność dostępu do artykułów luksusowych (ale nie tylko, bo również artykułów symbolicznych) stała się synonimem wolności w ogóle. I tak Ameryka zaczęła kojarzyć się z wolnością, dobrobytem i nieograniczoną konsumpcją. Dziś społeczeństwo amerykańskie jest najbardziej konsumpcyjnym społeczeństwem na świecie i dzięki globalizacji oraz nowoczesnym środkom przekazu rozciąga swoje wpływy na cały świat⁵.

W Europie rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego rozpoczął się po II wojnie światowej, gdy pojawił się rynek masowy i zaczęła wzrastać siła nabywcza klasy robotniczej. Wraz z pojawieniem się masowej produkcji i masowej kultury, rozpoczęła się rewolucja w konsumpcji. Konsumpcja zaczęła być dostępna dla przeciętnych obywateli. Rozwojowi społeczeństwa konsumpcyjnego w Europie po drugiej wojnie światowej, sprzyjały, zdaniem badaczy, następujące zjawiska i zdarzenia:

- 1) W latach 1950-1960 nastąpiły zmiany w strukturze społecznej, których skutkiem było zmniejszenie się różnic między klasami niższymi i wyższymi oraz wzrostem dochodów, wystąpiło zjawisko pluralizmu w stylach życia i zmiany we wzorach konsumpcji;
- 2) W wyniku powstania EWG, w latach 70. XX wieku nastąpiło otwarcie społeczeństw europejskich na inne kultury a w sferze konsumpcji nastąpiła dyfuzja dóbr konsumpcyjnych i symboli różnych kultur;
- 3) Powstanie nowej kultury konsumpcji wpłynęło na legitymizację i akceptację specyficznych emocjonalnych postaw konsumentów⁶.

Gwałtowny wzrost konsumpcji w ostatnich latach spowodowany był wieloma czynnikami, takimi jak zmiany ekonomiczne, masowa produkcja, nowe techniki sprzedaży, nowe techniki komunikacji, rozszerzenie ofert dóbr i usług konsumpcyjnych oraz zmiany w dochodach. W dzisiejszych czasach nastąpił znaczący wzrost realnych dochodów ludności, który był wynikiem wzrostu go-

⁵ A. Borowska, s. 8.

⁶ F. Byłok, *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Częstochowa 2005, s. 63-64.

spodarczego, ale również tym, że kobiety podjęły prace zarobkową. Ponadto zmniejszyła się liczebność rodzin, a tym samym wydatki rodzinne.

Na wzrost konsumpcji bardzo duży wpływ wywarł rozwój banków komercyjnych i łatwość w osiągnięciu kredytu konsumpcyjnego oraz narastający trend, aby żyć na kredyt. Oszczędzanie na długotrwałe dobra konsumpcyjne, takie jak samochody, wyposażenie domu przestały być „w modzie”; etos protestanckiego ascetyzmu zajął hedonizm. Znaczący wpływ na wzrost konsumpcji mają też karty płatnicze. Dzięki temu jednostka najpierw konsumuje, potem płaci. Najpierw przyjemność, potem wyrzeczenie i praca. W rozwiniętych społeczeństwach przemysłowych karty kredytowe są bardzo rozpowszechnione, ludzie płacą wirtualnym pieniądzem, a ich zadłużenie rośnie. Jednak największy wpływ na rozwój konsumpcjonizmu w dzisiejszych czasach mają ponadnarodowe korporacje, które przewyższają swoją siłą i bogactwem wiele państw narodowych. Około jedna trzecia część wszelkiej aktywności gospodarczej na świecie jest realizowana przez zaledwie 200 korporacji, powiązanych ze sobą nawzajem strategicznymi sojuszami⁷. Ich celem jest niczym nieograniczony wzrost i zysk. W ich rękach są również wszelkie media, za pomocą których model konsumpcjonizmu rozpowszechnia się na cały świat.

Według jednej z koncepcji, której autorem jest John Brewer, społeczeństwo konsumpcyjne charakteryzuje się następującymi cechami:

- występuje w nim różnorodna oferta dóbr konsumpcyjnych, wśród których występują nie tylko produkty zaspokajające podstawowe potrzeby, ale również produkty luksusowe, służące zaspokajaniu przyjemności i „życzeń”,
- produktom i usługom nadaje się znaczenie symboliczne za pomocą znaków i obrazów, dzięki temu można stymulować i wzmacniać potrzeby konsumenckie z pomocą mody, reklamy i marketingu,
- artykuły konsumpcyjne stają się środkiem do indywidualizacji stylu życia, jego demonstracji, pełnią rolę dystynkcyjną,
- następuje dominacja sfery czasu wolnego i konsumpcji nad sferą produkcji i usług,
- rośnie rola konsumenta, który staje się sprawcą zmian społecznych,

⁷ *Uważność na targowisku. Globalny rynek i masowa konsumpcja a świadome życie*, red. A.H. Badiner, Warszawa 2004, s.14.

- następują zmiany w systemach wartości, konsumpcja staje się wartością samą w sobie, powstaje tzw. kultura konsumpcji⁸.

Jean Baudrillard⁹ charakteryzując współczesne społeczeństwo stwierdza, że: „Społeczeństwo konsumpcji jest także społeczeństwem przyuczania do konsumpcji, społecznego tresowania i wdrażania w konsumpcję, innymi słowy, nowym i swoistym modelem uspołecznienia, mającym związek z pojawieniem się nowych sił wytwórczych i monopolistyczną restrukturyzacją systemu gospodarczego o wysokim poziomie produkcji”. Narzędziem tresury społeczeństwa konsumpcyjnego jest kredyt. Pod pozorem gratyfikacji i ułatwienia dostępu do dóbr materialnych bez konieczności oszczędzania i odroczenia w czasie zaspokojenia swoich potrzeb konsumpcyjnych, w rzeczywistości kredyt jest narzędziem dyscyplinującym, służącym wymuszaniu oszczędzania i regulowania popytu.

W społeczeństwie konsumpcyjnym innego wymiaru nabiera tożsamość jednostki. Dawniej tym co określało tożsamość była religia, otoczenie społeczne lub przynależność klasowa. Dziś tożsamość jednostki określa to, co ona konsumuje. „Jestem tym, co kupuję”, „Robię zakupy, więc jestem”. We współczesnym społeczeństwie tożsamość można sobie kupić, ale ta tożsamość nie jest dana raz na zawsze (tak jak kiedyś dobre urodzenie), bowiem należy ją wciąż potwierdzać kolejnymi zakupami. Można stworzyć sobie dowolną tożsamość pod warunkiem posiadania wystarczających środków, ale można ją również „wypożyczyć” na kredyt. Karta kredytowa działa dziś jak zaklęcie: „Sezamie otwórz się” ze znanej bajki. W społeczeństwie konsumpcyjnym wciąż aktualna jest konsumpcja na pokaz, która w poprzednich epokach była atrybutem klas wyższych, czyli klasy próżniaczej, jak nazywał ją Thorstein Veblen¹⁰. W poprzednich epokach konsumpcja była instrumentalna – miała na celu zaspokajanie potrzeb. Pułapy tych potrzeb wynikały z przynależności do określonych klas oraz z norm społecznych, które je określały. Dziś człowiek nie jest ograniczony przynależnością do określonej klasy i prawami z tego wynikającymi. Jest całkowicie wolny – jedynym ograniczeniem jest posiadanie określonych środków¹¹.

W społeczeństwie konsumpcyjnym konsumpcja staje się bardziej symboliczna – jest formą komunikacji za pomocą kodów zawartych w towarach i usługach. Za pomocą tych kodów ludzie przekazują informacje o sobie: o swo-

⁸ F. Byłok, s.63-64.

⁹ J. Baudrillard, *Społeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, Warszawa 2006, s. 94.

¹⁰ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 1971, s. 16.

¹¹ Z. Kaczmarczyk, B. Leśnodorski, *Historia państwa i prawa polskiego*, Warszawa 1966, s. 209.

jej indywidualności, pozycji społecznej, posiadanej władzy. Symbolizm konsumpcji miał miejsce w różnych epokach i we wszystkich społeczeństwach, lecz nigdy dotąd jednostka nie miała możliwości sama decydować o swojej przynależności do elity. W społeczeństwie konsumpcyjnym rolę warstw społecznych – czyli wyróżniania ludzi, przejęła konsumpcja. Aby osiągnąć lub zachować odpowiednią pozycją społeczną, należy posiadać odpowiednią ilość odpowiednich rzeczy, które o tym zaświadczą. Dlatego dziś ludzie ulegają coraz większej presji wydawania pieniędzy na rekwizyty w postaci zarówno dóbr materialnych, jak i usług, typowych dla dotychczasowych elit. Dziś najważniejszym elementem statusu, który świadczy o zajmowanej pozycji społecznej, jest posiadanie określonych dóbr i nieustanny „recykling”, jak nazywa to zjawisko Baudrillard¹², czyli kupowanie wciąż od nowa rzeczy nie zużytych, nie zniszczonych, lecz niemodnych „... moda jest zjawiskiem arbitralnym, przemijającym, cyklicznym i niczego nie dodaje do wewnętrznych przymiotów jednostki. Ma jednak charakter głębokiego przymusu, a sankcją jest tutaj społeczny sukces albo wykluczenie.”

David Loy (za: Badiner)¹³ w swojej książce *The religion of the Market* sugeruje, że konsumpcja staje się, nową światową religią, która opiera się na dwóch nieuzasadnionych dogmatach:

- wzrost gospodarczy i wzmożony handel światowy będzie korzystny dla każdego,
- wzrostu nie zahamują naturalne ograniczenia planety o skończonych rozmiarach.

Tworzy się tzw. „konsumencka religia”, a w centrach handlowo – rozrywkowych trwa spektakl konsumpcji, w których jednostka jest uczestnikiem i jednocześnie widzem. Ma miejsce rytualna konsumpcja, w której jednostka uczestniczy i jednocześnie ogląda samą siebie, swoje miejsce w hierarchii i swoją wykreowaną przez siebie tożsamość. Rytualizacja konsumpcji polega również na tworzeniu „otoczki” kulturalno – handlowej dla tradycyjnych wydarzeń, świąt religijnych czy innych. Istniejącym w danej kulturze świętom religijnym i innym nadaje się większą wagę poprzez oprawę muzyczną i wizualną, oraz poprzez telewizję; niektóre z nich takie jak Walentynki, Halloween czy Beaujolais Nouveau, w ramach globalizacji rozpowszechniają się do innych krajów.

¹² J. Baudrillard, s. 94.

¹³ *Uważność na targowisku ...*, s. 14.

Ośrodkami tej nowej religii są wielkie centra handlowe (mall'e), oferujące oprócz zakupów – również przeżywanie różnego rodzaju przyjemności. George Ritzer nazywa je „świątyniami konsumpcji”, w takim sensie, że mają one dla wielu ludzi magiczny, a nawet religijny charakter. Za pomocą środków technicznych tworzy się urojony świat dostarczający niezwykłych wrażeń oddziaływujących na wszystkie zmysły człowieka oraz na jego duchowość. Konsumpcja pozwala człowiekowi poczuć iluzję szczęścia poprzez przynależność do określonej grupy konsumentów danych dóbr, co daje mu poczucie ważności i niezwykłości¹⁴.

Ralf Kramer uważa, że kultura konsumpcji przejmując funkcje zarezerwowane dotychczas dla kościoła, ponieważ człowiek czujący się wyizolowany z powodu braku więzi religijnych, szuka nowej parafii, którą znajduje w konsumpcjonizmie. W wyniku tego, w dniach wolnych od pracy, całe rodziny pielgrzymują do centrów handlowych w celach konsumpcyjnych i rozrywkowych oraz aby tam spędzić wolny czas. Zasadniczo religia ma przynosić swoim wyznawcom pocieszenie, ulgę i wsparcie, natomiast religia konsumpcji doprowadza ludzi do uzależnienia, biedy a środowisko do degradacji¹⁵.

Niemieccy socjologowie Th. Kutsh i G. Wiswede dokonali krytyki społeczeństwa konsumpcyjnego już w latach 60. i 70. XX wieku i wymienili kilka negatywnych konsekwencji masowej konsumpcji, takich jak:

- 1) Postępująca dominacja materialistycznych systemów wartości w społeczeństwie i zanik wartości niematerialnych;
- 2) Typowym wyznacznikiem zachowań konsumpcyjnych staje się pasywność, a aktywność i twórczość jako podstawa wewnętrznego życia nie jest już możliwa;
- 3) Postępująca standaryzacja gustów konsumenckich i ograniczanie indywidualizmu;
- 4) Wyznaczanie zachowań konsumpcyjnych przez producentów;
- 5) Postępująca proletaryzacja i degradacja gustów przez ich uśrednienie, np. przez przekaz telewizyjny¹⁶.

Dziś najbardziej niebezpieczne jest to, że społeczeństwa ulegają totalitarnej propagandzie wielkich korporacji, które chcą zapewnić sobie zasoby naturalne

¹⁴ G. Ritzer, s. 63.

¹⁵ A. Borowska, s. 13.

¹⁶ F. Byłok, s. 63-64.

i rynki zbytu całego świata, a których celem jest zapewnienie zysku sobie i swoich akcjonariuszy. Odbywa się to kosztem zwykłych obywateli, którzy wpadają w choroba nadmiernej konsumpcji i zubożenie. Następuje globalizacja konsumpcji czyli proces upowszechniania się oferty produktów lansowanych na rynkach światowych, który prowadzi do upodobania się wzorów spożycia i zachowań konsumenckich w różnych zakątkach świata. Firmy i przedsiębiorstwa w walce o przetrwanie na silnie konkurencyjnym globalnym rynku stosują coraz bardziej wyrafinowane strategie marketingowe, wykorzystując wiedzę o rzeczywistych potrzebach i preferencjach klientów oraz o ich marzeniach, tęsknotach i nieświadomych potrzebach. David C. Korten¹⁷ przyrównuje dzisiejsze wpływy globalnych instytucji gospodarczych do kolonizatorów. Metaforą obecnej sytuacji jest kolonializm, ponieważ wszyscy jesteśmy uzależnieni od pieniędzy. Każda transakcja dotycząca każdego elementu życia określona jest przez pieniądź.

Ideologią współczesnych kolonizatorów jest ideologia konsumpcjonizmu, która głosi, że za pomocą konsumpcji człowiek zaspokoi wszystkie swoje pragnienia od tych najbardziej podstawowych do najwyższych. Człowiek może zaspokoić swoją potrzebę władzy i znaczenia (im więcej posiada, tym większa jego władza i znaczenie), poczucie bezpieczeństwa, szczęścia, akceptacji i poczucia własnej wartości. Za pomocą manipulacji ideologia ta przekonuje ludzi, że konsumpcja to droga do samorealizacji. Ideologia konsumpcjonizmu polega na dotarciu do tkwiącego w umysłach ludzi poczucia niewystarczalności lub braku, a następnie na wyprodukowaniu przedmiotu lub symbolu, który daje gwarancję zaspokojenia tej potrzeby. Tworzy się fałszywe potrzeby – czyli takie, które nie wynikają z rzeczywistego braku, lecz powstają w wyniku reklamy i narzucania konsumpcyjnego systemu wartości. Współczesna forma kolonizacji ma pokojową formę – niezauważalną. Reklama działa anonimowo, dlatego jest bardziej skuteczna niż autorytet jawny, ponieważ nikt nie podejrzewa, że ukrywa się za nim nakaz i oczekiwanie posłuszeństwa. Rozkaz i rozkazodawca są niewidzialni – nie ma nikogo przeciw komu można się przeciwstawić, w związku z tym nie działa prawo reaktancji, czyli naturalny odruch człowieka polegający na stawianiu oporu wszelkim naciskom. Benjamin Barber¹⁸ określa to zjawisko jako „aksamitną tyranie konsumpcyjnego totalitaryzmu”.

Narzędziem podboju jest manipulacja umysłami ludzkimi, dzięki czemu elity dominujące starają się podporządkować masy swoim celom. Manipulacja

¹⁷ D.C. Korten, *Świat po kapitalizmie*, Łódź 2002, s. 39.

¹⁸ B. R. Barber, *Dżihad kontra McŚwiat*, Warszawa 1997, s. 17.

umysłami dokonuje się za pośrednictwem mediów, które są własnością korporacji. Wszędzie tam, gdzie działają wielkie koncerny, zaangażowane są masowe środki komunikowania do poparcia globalnej ekspansji usług i towarów konsumpcyjnych. Herbert I. Schiller stwierdził, że forma komunikowania się jaka rozwinęła się w krajach gospodarki rynkowej, a szczególnie w USA, jest „rzeczywistym ucieleśnieniem kontroli świadomości”¹⁹ (za: Borowska).

Wielkie korporacje poprzez sterowanie ludzki umysłem dążą do uczynienia ze społeczeństw biernych obywateli, posłusznym wszelkim manipulacjom zamiast podejmować jakąkolwiek aktywność na rzecz poprawy swego losu. Ma miejsce masowa manipulacja społeczeństwem, które na różne sposoby zmuszane jest do konsumpcji, w związku z tym powstaje zjawisko konsumpcjonizmu ze wszystkimi jego ujemnymi skutkami.

Gloryfikacja konsumpcji, nadanie jej nadrzędnej wartości odbywa się za pośrednictwem mediów, a szczególnie telewizji. Korten²⁰ stwierdza na podstawie swoich badań, że przeważająca wielkość wydatków na reklamę wykorzystywana jest w celu indoktrynowania dzieci, przekonywania ich do wartości, jakie niesie ze sobą konsumpcjonizm i rządy korporacji.

Bardzo ważny jest fakt, że w charakterze konsumentów uczestniczy obecnie w gospodarce więcej nastolatków i dzieci niż kiedykolwiek wcześniej. Młodzi ludzie mają teraz dużo więcej pieniędzy i odgrywają większą rolę przy podejmowaniu rodzinnych decyzji związanych z konsumpcją. W rezultacie zaspokajają ich potrzeby wiele nowych środków konsumpcji, jedne bezpośrednio (bary szybkich dań i parki tematyczne), inne pośrednio (parki rozrywki w megacentrach handlowych). Firmy, takie jak McDonald's czy Disney świetnie sobie zdają sprawę, że zarówno ich teraźniejszość, jak i przyszłość zależy od tego, czy potrafią przyciągnąć dzieci. Z dzieci oczywiście wyrastają dorośli konsumenci, z których wielu ma potomstwo i cykl się zaczyna od początku.

W ostatnich latach dzieci i młodzież same w sobie stają się coraz ważniejszymi konsumentami (są na przykład serie kosmetyków dla dzieci, płyty kompaktowe dla nastolatków) i odgrywają główną rolę w przyciąganiu dorosłych do wielu nowych środków konsumpcji, co widać choćby na rynku zabawek. W przeszłości zabawkami były dziecinne wersje narzędzi przeznaczonych dla dorosłych (na przykład młotek – zabawka), zabawki uczyły dzieci umiejętności, jakie mieli dorośli (mały konstruktor, domek dla lalek) lub zaspokajały zainteresowanie jednych i drugich gadżetami (kolejka elektryczna). W latach 30.

¹⁹ A. Borowska, s. 14.

²⁰ D.C. Korten, s. 41.

XX wieku pojawiły się pierwsze zabawki, które nie były dziecinnymi wersjami rzeczy dla dorosłych i przemawiały bezpośrednio do dzieci, na przykład zabawki przedstawiające postaci z pierwszych filmów Disneya. W latach 50. XX wieku zabawki w rodzaju Barbie były za proca reklam telewizyjnych oferowane bezpośrednio dzieciom. Jak powiada Ritzer²¹, dziś o wielu zabawkach dorośli wiedzą niewiele lub nie wiedzą nic, ponieważ są one częścią odrębnej kultury dziecięcej, która w telewizji i w kinie trafia wprost do dzieci. By dorośli mogli zabawkę kupić, dzieci muszą im powiedzieć, co je interesuje. Dorośli mogą się też całkiem poddać – wręczyć dzieciom pieniądze i pozwolić na samodzielny zakupy.

Najpotężniejszym narzędziem indoktrynacji jest telewizja, która dociera do 60% ludzi na świecie. Jest ona najbardziej skuteczna w wywoływaniu bierności, dezaktywacji i spadku umysłowej aktywności oraz obniżenia zmysłu krytycznego jednostki. Masowa kultura i rozrywka, które są głównymi nośnikami wartości stylu i stylu życia amerykańskiego kapitalizmu korporacyjnego, odbierają energię ludzkim działaniom i wytwarzają stan umysłowego odrętwienia. Badacze stwierdzają: Programując telewizję na sukces komercyjny, programujemy mózg całej cywilizacji, być może całego gatunku, co doprowadzi do ewolucyjnej stagnacji i katastrofy ekologicznej. Wykorzystanie telewizji w celu promowania wyłącznie materialistycznych wartości stało się największym problemem w sferze życia psychicznego i zdrowia publicznego w Stanach Zjednoczonych i na całym świecie. Z tego wynika, że do sprawowania kontroli nad narodem nie jest potrzebna kontrola nad jego prawami lub wojskiem, wystarczy kontrolować to, kto opowiada narodowi jego opowieści. Nadmierna konsumpcja dóbr materialnych i usług, która nie jest usprawiedliwiona rzeczywistymi potrzebami ludzkimi i nie liczy się z kosztami ekologicznymi, społecznymi i indywidualnymi²² (za: Borowska).

W społeczeństwie konsumpcyjnym ma miejsce współczesna forma kolonializmu i zniewolenia człowieka bez użycia siły, ale za pomocą manipulacji. Człowiek sam poddaje się manipulacji i ucieka od wolności uzależniając się od przyjemności oferowanych przez rynek, uzależniając się od innych ludzi w aspekcie samego siebie. Traci swoją wolność psychiczną i ekonomiczną, uzależniając się od banków i żyjąc na kredyt. Poprzez uleganie konsumpcyjnym wzorom życia, człowiek traci swoją tożsamość i kreatywność, staje się bierny. Ulegając „aksamitnej tyranii konsumpcyjnego totalitaryzmu” staje się niewol-

²¹ G. Ritzer, s. 66.

²² A. Borowska, s. 15.

nikami swoich pragnień, opinii innych ludzi i właścicieli ponadnarodowych korporacji. Nie rozwija się, lecz cofa, nie tworzy, lecz przyczynia się do destrukcji i zniszczenia (consumere – w pierwotnym znaczeniu oznacza niszczyć).

Coraz bardziej konsumpcja przenika nasze życie, coraz bardziej nas pochłania. Coraz częściej znajdujemy się w miejscach jej poświęconych. Środkami konsumpcji stają się nawet nasze domy – atakowane przez telemarketerów, kanały telewizyjne zachęcające do zakupów i sklepy internetowe, zasypywane prospektami, przynoszonymi przez pocztę i katalogami firm wysyłkowych. Niemal bezustannie nakłania się nas do konsumowania. Oczywiście większość z nas z entuzjazmem włącza się do społeczności konsumentów i chętnie odwiedza świątynie konsumpcji, aby kupić to, co zaoferują. Częściej bywamy w tych miejscach, które są bardziej widowiskowe. Łatwo jednak ogarnia nas znudzenie. Dlatego miejsca konsumpcji konkurują między sobą na polu widowiskowości. W rezultacie wystawy stają się coraz bardziej spektakularne i wciąż się wzmagają starania, by zwabić klienta. Na całym świecie konsumpcja znaczy w życiu człowieka coraz więcej. Niektórzy uważają, że jest ona symbolem współczesnego społeczeństwa większości rozwiniętego świata. Konsumujemy liczne towary i usługi, które są nam niezbędne do życia i mnóstwo innych, na które po prostu mamy ochotę. Często musimy się udać do określonych miejsc, żeby te towary i usługi nabyć.

Erich Fromm²³ pisał o potrzebie tworzenia społeczeństwa „antykonsumpcyjnego”, czyli społeczeństwa zdrowego, rozwijającego się, twórczego. Jego zdaniem takie społeczeństwo powinno promować i kreować nowego człowieka, który charakteryzowałby się m.in. potrzebą głębokiej więzi z ludźmi i ze światem, które mogą zastąpić pęd do posiadania, zawłaszczania, kontrolowania świata i uzależniania się od własności oraz akceptacja faktu, że nikt i nic z zewnątrz nie nadaje sensu życia. Powtórzmy więc, że Fromm stwierdza: „Jeśli ludzie mają się kiedykolwiek stać wolni i przestać zasilać przemysł patologiczną konsumpcją, to niezbędna jest radykalna zmiana w systemie gospodarczym: musimy położyć kres obecnej sytuacji, w której zdrowa gospodarka jest możliwa jedynie za cenę istnienia niezdrowych istot ludzkich”

3. Konsumpcyjny styl życia w Polsce: ruch a zdrowie

„Człowiek współczesny, którego stworzyła cywilizacja, czyli on sam, nie jest człowiekiem szczęśliwym i nie jest człowiekiem zdrowym. Żyje w środowisku,

²³ E. Fromm, s. 253.

które sam stwarza, ale i sam zatruwa”²⁴. Słowa te trafnie obrazują jakość życia człowieka przełomu wieków, który doświadcza rozlicznych przemian dokonujących się w obrębie ściśle ze sobą powiązanych płaszczyzn egzystencji: społecznej, przyrodniczej i kulturowej. Jednostka, której spod kontroli wymyka się rzeczywistość, bardzo często czuje się w niej zagubiona i wyobcowana. Korzystając z licznych dóbr i udogodnień, często zatracą umiejętność nawiązywania bliskich i bezpośrednich kontaktów z drugim człowiekiem, przeżywania autentycznych spotkań z przyrodą czy kontemplacji dóbr i wytworów kultury. Dotkliwie odczuwanymi negatywnymi skutkami rozwoju cywilizacyjnego są: degradacja środowiska naturalnego, powstanie szeregu nieznanych wcześniej zagrożeń i plag społecznych, deprivacja wielu potrzeb biologicznych i psychicznych.

W Polsce od ponad dwudziestu kilku lat podlegającej przemianom społeczno-politycznym nieodłącznym elementem rzeczywistości stało się również zachwianie poczucia ekonomicznego bezpieczeństwa większości grup społecznych. Proces transformacji ustrojowo-gospodarczej przyczynił się do pauperyzacji znacznej części społeczeństwa. Źródłem masowego ubożenia społeczeństwa stało się nie tylko spowodowane restrukturyzacją bezrobocie, lecz także permanentnie niskie dochody pracowników wielu sfer gospodarki. Wskutek tych czynników sytuacja ekonomiczna szerokich warstw społeczeństwa staje się z roku na rok coraz bardziej dramatyczna. Ten stan rzeczy przyczynia się do wzrostu subiektywnego poczucia zagrożenia ubóstwem. Wielu zatrudnionych zawodowo Polaków staje przed rzeczywistością bądź postrzeganą subiektywnie koniecznością podejmowania dodatkowych prac zarobkowych czy łączenia pracy na kilku etatach. Elementem stylu życia szerokich warstw społeczeństwa staje się zarówno Veblenowskie próżnowanie, jak i permanentne zapracowanie. Jest ono realizowane zwykle kosztem zdrowia i wypoczynku, co pozostaje w sprzeczności z trendami europejskimi i światowymi. W odniesieniu do tych pierwszych grup społecznych powstał termin „proletariat wolnego czasu”, nie ze względów ekonomicznych, ale właśnie z uwagi na bardzo ograniczone możliwości korzystania przez nich z tego dobrodziejstwa. Podczas gdy na świecie wzrost zasobów czasu wolnego uważany jest za jedną z istotniejszych zdobyczy cywilizacyjnych, a sposób wykorzystania go – za miernik jakości życia, w naszym kraju – w odniesieniu do coraz szerszych kręgów społecznych – obserwujemy niepokojące zjawisko kurczenia się liczby wolnych od pracy godzin oraz postępującą rutynizację sposobów gospodarowania nimi. Jak podaje W.

²⁴ T. Kielanowski, *Człowiek tworzy siebie sam*, Gdańsk 1985, s. 8.

Kocemba²⁵ zjawiskiem często spotykanym staje się w sferze zajęć wypoczynkowych – rezygnacja z aktywności fizycznej oraz tendencje do homocentryzmu.

Innym, równie istotnym czynnikiem wpływającym na ograniczenie aktywności ruchowej jednostki stają się wprowadzane na skalę masową udogodnienia. Coraz silniej zautomatyzowany i skomputeryzowany świat wychodzi naprzeciw potrzebie uczynienia obowiązków zarówno zawodowych, jak i domowych, czynnościami łatwiejszymi, mniej uciążliwymi fizycznie. Wprowadzane rozwiązania podnoszą komfort życia oraz efektywność pracy, z jednej strony powodują stopniową redukcję ogólnej aktywności ruchowej, z drugiej zaś zwiększając obciążenia układu nerwowego. Tym czasem organizm ludzki, poszczególne jego układy przystosowane są do podejmowania wysiłku fizycznego i potrzebują go do prawidłowego funkcjonowania. Praca, sprawdzana do funkcji kontrolno – sterujących, staje się wysoce monotonna i wpływa istotnie na stan psychofizjologiczny człowieka. Znużenie, senność, obniżenie aktywności psychicznej i czujności, a więc objawy zmęczeniopodobne – przyczyniają się istotnie do osłabienia możliwości obronno–adaptacyjnych jednostki²⁶. Skutek ograniczenia ruchowego, dotyczącego w równej mierze sfery zajęć obowiązkowych co wypoczynkowych, z roku na rok obniża się sprawność psychofizyczna polskiego społeczeństwa²⁷.

Wymiernym wskaźnikiem zmian zachodzących w kulturowym środowisku życia Polaków jest m.in. narastający spadek zainteresowania wieloma instytucjami upowszechniania kultury na rzecz homocentrycznego korzystania z nowoczesnych mediów, takich jak: telewizja, wideo, kino domowe czy sprzężony z Internetem multimedialny komputer. Należy stwierdzić, że u podłoża tego zjawiska leżała sięgająca końca lat 70. minionego stulecia masowa likwidacja bądź przekształcanie rozmaitych placówek kulturalno – oświatowych (kin, domów kultury, bibliotek, czytelni, klubów osiedlowych itp.)²⁸. Proces ten zbiegł się w czasie z dynamicznym rozwojem nowoczesnych mediów, w pierwszym rzędzie telewizji. Okazała się ona tanim i wygodnym sposobem obcowania z kulturą, toteż z łatwością przejęła kontrolę nad sferą czasu wolnego wielu Polaków, niejednokrotnie całkowicie wypierając formy bezpośredniego uczestnictwa w kulturze. Proces pauperyzacji, jak również zapracowanie i zmęczenie Polaków codziennością, implikujące poszukiwanie łatwo dostępnych form rozrywki, dodatkowo wyostrzyły to zjawisko. Telewizja zawładnęła nasza co-

²⁵ W. Kocemba, *Społeczne zróżnicowanie uczestnictwa w kulturze fizycznej*, „Kultura i Społeczeństwo” 1993 nr 1, s. 83.

²⁶ T. Wolańska, T. Łobożewicz, *Rekreacja i turystyka w rodzinie*, Warszawa 1994, s. 54-65.

²⁷ B. Maj, *Społeczne uwarunkowania rekreacji ruchowej i turystyki młodzieży wielkomiejskiej*, Kraków 2007, s. 16.

²⁸ P. Kossowski, *Dziecko i reklama telewizyjna*, Warszawa 1999, s. 13.

dziennością, dzieci dorastają w kulturze obrazu, większość ich doświadczeń zaś ma charakter wizualno–medialny. Kontakt z TV oraz innymi mediami elektronicznymi rozpoczyna się bardzo wcześnie, już około drugiego roku życia i ma charakter codzienny, permanentny, z biegiem lat coraz dłuższy²⁹. Dodatkowo nieustannie pojawiają się coraz bardziej zaawansowane możliwości i zastosowania – telewizja kablowa, satelitarna, interaktywna, odbiorniki TV z ekranem panoramicznym, kino domowe, wideo czy też sprzężony z Internetem multimedialny komputer. W konkurencji z nimi coraz częściej przegrywają: czynny wypoczynek na powietrzu, spacer, zapewniające kontakt z naturą wyprawy turystyczne itd. Atrakcyjność oraz wielofunkcyjność wspomnianych mediów, w szczególności zaś Internetu, nieprzebrane możliwości wykorzystywania go w celach informacyjnych, komunikacyjnych czy rozrywkowych powodują stałe wydłużanie czasu, jaki użytkownicy poświęcają na pobyt w sieci. Surfowanie w wirtualnym świecie wypiera nierzadko nie tylko aktywność rekreacyjno–sportową czy turystyczną, lecz także bezpośrednie kontakty interpersonalne. Wskutek tych zjawisk coraz powszechniej mówi się o zagrożeniach w postaci syndromu społecznego „błędnego koła”, wtórnej nieśmiałości czy uzależnienia, zwanego netoholizmem.

Wraz z dokonującymi się w Europie zmianami systemowymi zakładano, że również w Polsce wyraźnie zwiększy się uczestnictwo społeczeństwa w aktywnych ruchowo formach wypoczynku. Realizowane przez zachodnie społeczeństwa postulaty rekreacji ruchowej i sportu dla wszystkich oraz fitnessu rozumianego jako dbałość o zdrowie i urodę błyskawicznie dotarły do Polski, przyczyniając się – jednak w wyraźnie skromniejszym zakresie – do zmian w sferze zachowań w wolnym czasie Polaków. Za wskaźnik owej dyfuzji wzorów uznać należy zjawisko fitness oraz fitness klubów, zajęć aerobiku, callaneticsu czy stretchingu, siłowni oraz kulturystyki itp. O wzroście popularności aktywnych form wypoczynku świadczy również rosnący popyt na sprzęt i stroje turystyczno-sportowe oraz oferty wyjazdowe biur podróży.

Wśród różnorodnych form wypoczynku szczególnego znaczenia nabierają rekreacja ruchowa i turystyka jako swoisty rodzaj dobrowolnej aktywności, mającej na celu przede wszystkim systematyczną, wydajną regenerację fizycznych i psychicznych sił człowieka, jak też poszerzenie sfery jego zainteresowań i możliwości natury motorycznej oraz społecznej. Psychofizyczna regeneracja organizmu w toku tak rozumianej rekreacji dokonuje się poprzez podejmowa-

²⁹ J. Izdebska, *Mass media i multimedia – dominująca przestrzeń życia dziecka*, [w:] *Pedagogika społeczna*, red. E. Murynowicz-Hetka, t. 2 Warszawa 2007, s. 519.

nie zadań ruchowych zawierających w sobie elementy odpoczynku, rozrywki oraz poznawania otaczającej rzeczywistości.

Aktywność fizyczna a szczególnie jej rekreacyjne oraz turystyczne formy, traktowane są dziś w Europie i na świecie jako zjawiska kompensacyjne wobec zagrożeń cywilizacyjnych. Do powszechnych motywów ich uprawiania (przyjemność, rozrywka) dochodzą obecnie motywy instrumentalne – przekonanie o konieczności podejmowania tego typu aktywności dla podtrzymania i regeneracji biologicznych, psychicznych i społecznych wartości ludzkiej egzystencji. W najszerszym ujęciu, uprawiając rekreację i turystykę, możemy: kompensować brak ruchu, neutralizować stresy i przeciążenia psychiczne, zapobiegać występowaniu szeregu chorób i dolegliwości, regenerować siły fizyczne i psychiczne, kształtować ciało i osobowość, rozwijać zainteresowania, zaspokajając różnorakie potrzeby (rozrywki, kontaktów społecznych, estetyczne itd.)³⁰.

Świadomość polskiego społeczeństwa wydaje się jednak pod tym względem wciąż niska. Środowiska lekarskie alarmują, że co najmniej połowa spośród 12 głównych czynników ryzyka, będących przyczyną chorób cywilizacyjnych, związana jest bezpośrednio z hipokinezją, czyli niedostateczną aktywnością ruchową. Badania prowadzone przez przedstawicieli nauk o kulturze fizycznej, pedagogów społecznych czy socjologów wychowania także potwierdzają, że ruch stanowi jeden z najskuteczniejszych środków służących lepszemu zdrowiu człowieka, pojmowanemu jako stan fizycznego, psychicznego i społecznego dobrostanu. Odpowiednio dozowana aktywność fizyczna istotnie zmniejsza ryzyko wystąpienia: chorób metabolicznych (miażdżyca, otyłość, cukrzyca, dna); chorób układu krwionośnego; chorób układu kostnego (zwyrodnienia kręgosłupa, wady postawy, osteoporoza); chorób układu mięśniowego i narządów ruchu; chorób układu oddechowego (infekcji górnych i dolnych dróg oddechowych, chorób związanych z pojemnością płuc); nerwic, chorób psychosomatycznych; urazów, do których dochodzi często na tle niedostatecznej sprawności fizycznej, zaburzeń układu nerwowego i narządów zmysłów; chorób wynikających ze zmniejszenia zdolności odpornościowych organizmu³¹ (za: Toczek-Werner). Nic nie stracił na aktualności głoszony przed czterdziestoma laty pogląd H. Szwarca³², że – „Ruch jest potrzebą biologiczną zwierząt i ludzi, jest elementarną podstawą zdrowia psychicznego i fizycznego, w organizmach pozbawionych ruchu zachodzą procesy patologiczne, organizmy te

³⁰ B. Wojnarowska, A. Wojciechowska, *Aktywność fizyczna dzieci i młodzieży*, Warszawa 1993, s. 7-8.

³¹ *Podstawy rekreacji i turystyki*, red. S. Toczek-Werner, Wrocław 2007, s. 17.

³² H. Szwarz, *Wpływ ruchu i rekreacji fizycznej na somatyczne i psychiczne zdrowie człowieka*, [w:] *Zdrowie psychiczne*, red. K. Dąbrowski, Warszawa 1979, s. 223.

chorują i szybciej starzeją się. Wynika to z funkcji, jaką spełniają mięśnie w metabolizmie całego ustroju. Praca mięśni i ruch to nie tylko czynniki niezbędne do utrzymania sprawności i wydolności psychofizycznej osób dorosłych, lecz także bardzo istotny czynnik rozwoju wzrastającego organizmu. Wzrastanie i rozwój nie jest procesem mechanicznym wykorzystującym odżywianie i asymilację. Dla prawidłowego wzrastania, dla właściwego procesu syntezy żywej materii, niezbędna jest naprzemienność asymilacji i dysymilacji, następowanie po sobie faz pobudzania i hamowania, pracy i wypoczynku. Procesy te nie mogą przebiegać prawidłowo w warunkach bezruchu lub ograniczonej aktywności ruchowej”.

Współczesna technika ułatwia życie oraz uwalnia od wysiłku. Telefony, środki medialne i komputery pozwalają człowiekowi funkcjonować w pozycji siedzącej przez wiele godzin dziennie. Bezruch stał się normą. Pasywność fizyczna w czasie wolnym i siedzące formy odpoczynku są powszechnym elementem stylu życia. Niedobór ruchu, a za nim otyłość i inne „efekty konsumpcyjnego stylu życia” zbierają bardzo złe dla zdrowie owoce. Młodzi ludzie wyraźnie podążają tą samą drogą, co dorośli. Co ósme najmłodsze dziecko jawnie wyraża niechęć do ruchu. Wskaźnik ten rośnie wraz z wiekiem uczniów. W gimnazjum oscyluje w granicach 18%, a wśród uczennic szkół ponadgimnazjalnych przekracza 30%³³.

Ponowoczesną konsumpcję charakteryzuje instrumentalne traktowanie ciała, a troska o ciało ma charakter pasożytniczy. Wygląd ciała stanowi podstawowe kryterium tożsamości człowieka, musi ono zgodnie z trendami obowiązującej mody być szczupłe i młode. Nie zawsze środki, które do takiego wyglądu ciała doprowadzają, są odpowiednie. Zazwyczaj to, czy one są zdrowe, dla wielu osób jest czynnikiem drugorzędym. Liczy się tylko efekt. W zależności od sezonu stosuje się coraz częściej intensywne odchudzanie, sterydy, operacje plastyczne, ekstremalne treningi i sporty, wschodnie sztuki doskonalenia mentalno – sprawnościowego oraz niedozwolone środki farmakologiczne i narkotyki. Ponowoczesność poprzez swój konsumpcyjny styl życia kreuje niebezpieczne dla zdrowia i życia zachowania. Wolność przyczynia się do pewnego rodzaju zguby człowieczeństwa. Preferowany powszechnie konsumpcyjny styl życia bardzo często oscyluje wokół zachowań zgubnych dla zdrowia.

Wśród ponowoczesnych propozycji usług dotyczących ciała więcej można znaleźć ofert dotyczących zjawisk związanych z corporeizmem – sztucznym upiększaniem ciała – niż ofert rzeczowej pomocy w sposób bezpieczny

³³ W. Pańczyk, *Kultura fizyczna wobec „grzechów” współczesnego człowieka*, [w:] *Raporty i szkice o kulturze fizycznej i zdrowotnej w perspektywie humanistycznej*, red. W. J. Cynarski, S. Cieszkowski, Rzeszów 2009, s. 30-46.

poprawiających sprawność i wydolność fizyczną oraz wygląd ciała ludzkiego. Takie oferty wymagają silnej woli czasu oraz nieulegania okresowym modom. Sprawne i zdrowe ciało wymaga systematycznej i wieloaspektowej troski, której młodzi uczą się od dorosłych. Niestety wzorcotwórcze grupy społeczne: rodzice, nauczyciele, lekarze itp. nie zawsze mogą i często nie chcą być wzorem dla młodych pokoleń³⁴.

4. Aktywność fizyczna (rekreacyjno-turystyczna) jako element polityki zdrowotnej

Trudno znaleźć w literaturze definicję zdrowotnej potrzeby współczesnego człowieka, a tym bardziej szeroko rozumianych – zdrowotnych potrzeb społecznych. Na użytek tego opracowania, dla przybliżenia owych „potrzeb zdrowotnych” wyjdźmy od definicji stylu życia. J. Drabik określa zdrowy styl życia jako... „pewna filozofia związana z obszarami zdrowia, postawy, gotowość do działania na rzecz zdrowia i zachowania zdrowotne razem wzięte”. Wykorzystując wcześniejsze opracowanie Gniazdowskiego³⁵ tenże Drabik³⁶ określa składowe zdrowego stylu życia. Należą do nich:

- aktywność fizyczna – świadoma i odpowiedzialna połączona z ewaluacją jej efektów w tym także masy ciała,
- łagodzenie stresu i troska o właściwe stosunki międzyludzkie,
- właściwe odżywianie w aspekcie ilościowym, jakościowym i z zachowaniem czasu posiłków,
- unikanie nałogów, substancji toksycznych oraz nienadużywanie używek i leków,
- przestrzeganie zasad higieny i założeń okresowych badań lekarskich,
- różnorodny kontakt z przyrodą – wkomponowany obok dostatecznej ilości i jakości snu w (dobowy, tygodniowy) system odpoczynku.

Powyższe składowe zdrowego stylu życia mogą, wydaje się, stanowić kanwę zdrowotnych potrzeb ponowoczesnego (żyjącego według trendów konsumpcyjnych) człowieka.

³⁴ W. Pańczyk, *Posługiwanie się ciałem wobec zagrożeń cywilizacji konsumpcyjnej*, „Lider” nr specjalny 2003, s. 13-18.

³⁵ A. Gniazdowski, *Zachowania zdrowotne*, Łódź 1990, s. 51.

³⁶ J. Drabik, M. Resiak, *Styl życia w promocji zdrowia*, Gdańsk 2010, s. 20-21.

Patrząc z pozycji kultury fizycznej na czoło tak rozumianych potrzeb zdrowotnych wybija się aktywność fizyczna w połączeniu z kontaktem z naturą. Aktywność fizyczna jest swojego rodzaju głównym ogniwem ułatwiającym wiele innych zachowań zdrowotnych. Pomaga regulować ujemne efekty nadmiernego odżywiania, ale także wzmacnia apetyt, ułatwia radzenie sobie ze stresem, działa profilaktycznie i terapeutycznie na objawy zmęczenia i znużenia, powoduje odreagowywanie i ułatwia kontakty międzyludzkie, ułatwia także walkę z nałogami i przestrzeganie zasad higieny, jest elementem czynnego wypoczynku i środkiem poprawiającym efektywność snu. Dużą część tych swoich wielkich walorów zdrowotnych aktywność fizyczna potęguje jeżeli ma miejsce w środowisku naturalnym niezależnie od pory roku.

Niestety, na przekór tym niezaprzeczalnym walorom zdrowotnym, aktywność fizyczna ponowoczesnego człowieka, żyjącego według kanonów konsumpcyjnego stylu życia charakteryzuje niechęć do ruchu. Ta niechęć jest zjawiskiem o bardzo poważnych następstwach zdrowotnych. H. Ruskin³⁷ określa ją jako „syndrom fizycznej pasywności”. Zdaniem autora powyższy syndrom ma wiele przyczyn z których trzy są w Polsce, w ostatnich trzech dziesięcioleciach, szczególnie widoczne.

Pierwszą przyczyną jest fakt, że aktywność fizyczna wraz z postępowaniem techniki przestała być potrzebą witalną, życiową koniecznością. Współcześnie aktywność fizyczna to bardziej świadoma realizacja własnych – rozwijających osobowość potrzeb człowieka. Przestała być wartością instrumentalną i stała się wartością autoteliczną. To dlatego bywa kultywowana głównie przez osoby posiadające szeroką świadomość jej wartości profilaktycznych i terapeutycznych dla przebywającego głównie w bezruchu organizmu ludzkiego.

Drugą przyczyną jest szeroko rozumiana komercjalizacja sportu. Wyczyn kwalifikowany ponad ludzką miarę, wspomagany różnorodną oprawą finansową, medialną i farmakologiczną stał się udziałem wybranych „bohaterów” realizujących swoje pasje często za cenę zdrowia, a nawet życia. Taki sport przestał motywować do powszechnej aktywności fizycznej dla zdrowia. Motywuje za to i to bardzo powszechnie do biernego, konsumpcyjnego kibicowania, na domiar złego, bardzo często w obliczu niezdrowych a nawet niebezpiecznych dla życia emocji. Sport będący dotychczas symbolem całej kultury fizycznej nadaje jej pejoratywnego znaczenia w powszechnym odbiorze społecznym. Starożytne Juwenalowskie życzenie by sport oznaczał zdrowie tym samym ciągle jest aktualne.

³⁷ H. Ruskin, *Mit i rzeczywistość – spór o kształt wychowania fizycznego w szkołach*, „Kultura Fizyczna” 1994 .nr 1-2, s. 12.

Trzecia przyczyna rozszerzania się zjawiska pasywności fizycznej tkwi w ofercie ponowoczesnej cywilizacji konsumpcyjnej wobec ciała ludzkiego: sztuczne sposoby jego wspomaganie, suplementację, ingerencje chirurgiczne, corporeizm, psychofarmakologia itp..

Są to złudne sposoby poprawiania samopoczucia i zdrowia ludzkiego. Bardziej tu chodzi o drugorzędny w tym wypadku efekt zewnętrzny (wygląd, urodę) niż sprawność fizyczną i zdrowie. Trudno jednak w cywilizacji konsumpcyjnej bardziej cenić zdrowie niż własny image, wszak to on warunkuje powodzenie towarzyskie i sukces w pracy a nawet jest najważniejszym składnikiem tożsamości konsumenta. Jak więc widzimy instrumentalne traktowanie własnego ciała charakteryzuje się deprecjacją wartości symbolicznych – duchowych a nie rzeczywistym zdrowiem. Niestety trendy konsumpcyjne ciągle stwarzają złudzenia, że samopoczucie i zdrowie bardziej uzyskać można ulegając często bolesnym i drogim, ale modnym zabiegom nowoczesnej troski o ciało niż trudnej i ciągłej aktywności fizycznej w kontakcie z naturą, wspólnie z przestrzeganiem innych reguł zdrowego stylu życia.

6. Uwagi końcowe

Realizowane przez autora w latach 2005-2010 szersze badania społeczne w południowo-wschodnich regionach Polski, na ponad czterotysięcznej próbie, między innymi w zakresie poziomu aktywności fizycznej i teoretyczno-praktycznej recepcji różnych wzorów kultury fizycznej ukazały bardzo niebezpieczne trendy. Oto mieszkańcy środowisk o stosunkowo niskim poziomie urbanizacji i raczej nie prezentujący awangardy w recepcji najnowszych trendów konsumpcyjnego stylu życia charakteryzują się zachowaniami wyraźnie antyzdrowotnymi. Ponad połowa badanej populacji wykazuje się niewystarczająca dla zdrowia aktywnością fizyczną we wszystkich grupach wiekowych kobiet oraz wśród najmłodszych i najstarszych mężczyzn. Wykazana w badaniach liczba godzin przebywania w pozycji siedzącej w skali doby w grupach wiekowych 14-25 lat wynosi 7,6 godz./dobę i jest wyższa od „siedzenia” osób w przedziale wiekowym 26-90 lat – 5,7 godz./dobę. Ta różnica jest istotna statystycznie na poziomie $p < 0,001$.

Następstwem wykazanej powyżej hipokinezji są znaczące odsetki osób z nadwagą i otyłością. Wynoszą one odpowiednio³⁸:

³⁸ W. Pańczyk, *Aktywność fizyczna mieszkańców południowo-wschodnich regionów Polski u progu XXI wieku*, [w:] *Spółeczno-edukacyjne oblicz współczesnego sportu i olimpizmu*, red. J. Nowicień, J. Chelmecki, Warszawa 2010, s. 130-143.

młodzież 14-25 lat	dziewczęta 2-28%	chłopcy 5-35%
dorośli 26-50 lat	kobiety około 20%	mężczyźni około 45%
osoby starsze 50 lat plus	kobiety 50-75%	mężczyźni 70-80%

Częściową odpowiedzią w zakresie przyczyn powyższego pejoratywnego traktowania aktywności fizycznej są wyniki badań nad rozumieniem i praktyczną recepcją w aspekcie zdrowia, poszczególnych działów kultury fizycznej wśród mieszkańców południowo-wschodnich regionów Polski. Pozytywny wpływ na zdrowie respondenci oceniają: sportu 10-25%, wychowania fizycznego 40-70%, rekreacji fizycznej 50-75% i turystyki 70-85%. Wyniki zasygnalizowanych badań warte są przemyślenia.

W świetle przedstawionych powyżej analiz teoretycznych w zakresie konsumpcyjnego stylu życia, zachowań związanych ze zdrowym stylem życia i wyników naszych badań, wydaje się, że można pokusić się o wstępne przedstawienie wybranych zdrowotnych potrzeb współczesnego człowieka hołdującego założeniom konsumpcyjnego stylu życia. Patrząc z pozycji człowieka kultury fizycznej widzimy je w trzech działach:

- 1) Zdrowotne potrzeby somatyczne.
- 2) Zdrowotne potrzeby psychiczne.
- 3) Zdrowotne potrzeby filozoficzno – ekologiczne.

I tak „wybrane zdrowotne potrzeby somatyczne” to potrzeby:

- częstej, umiarkowanej aktywności fizycznej,
- regulacji ilości i jakości żywienia,
- hartowania i wspomagania mechanizmów obronnych organizmu,
- doskonalenia posługiwania się ciałem (komfort motoryczny),
- podtrzymywania lub poprawiania adaptabilności organizmu poprzez różnorodne kontakty z naturą,
- opóźniania zmian inwolucyjnych.

„Wybrane zdrowotne potrzeby psychiczne” to potrzeby:

- wyjścia z zamkniętych pomieszczeń,
- ucieczki od natłoku informacji,
- psychoterapii kolorystyką i muzyką (cisza) natury,
- regulacji procesów psychicznych poprzez akupresurę bosoego chodzenia, kąpiele: powietrzne, wietrzne, słoneczne, wodne,

- w skrajnych przypadkach odnowy biologicznej poprzez naturoterapię.
- „Wybrane zdrowotne potrzeby filozoficzno-ekologiczne” to potrzeby:
- łągodzenia pogłębiających się antynomii kultury i natury,
 - wykorzystania profilaktycznej i terapeutycznej naturalnej przestrzeni w rytmie doby, tygodnia i roku
 - namysłu aksjologiczno – ekologicznego w obliczu życia osobistego, rodzinnego a szczególnie prokreacji,
 - rozumienia własnego samopoczucia i zdrowia w aspekcie homeostazy, heterostazy a nawet kosmostazy.

Uogólniając, można przyjąć, że celem i potrzebą jest Umiarkowana aktywność psychofizyczna w kontakcie z naturą. Tak więc oferta środowisk kultury fizycznej w trosce o realizację ponowoczesnych, społecznych potrzeb zdrowotnych winna mieć charakter różnorodnych odmian aktywności rekreacyjno-turystycznej we wszystkich porach roku. Uzasadniają to stanowisko dwa argumenty:

- 1) filozoficzno-aksjologiczny,
- 2) ekonomiczny

W pierwszym aspekcie - nie można biernie poddawać się często błędnym i aspołecznym trendom konsumpcyjnego stylu życia. Na zagrożenia nie tylko zdrowotne, ale głównie aksjologiczne zwraca uwagę wielu myślicieli: „Żyjemy w cywilizacji jednorazowego użytku”³⁹ - (Lem za: Janowska, Mucharski), „Nasza rzeczywistość jest to cywilizacja rzeczy kosztem cywilizacji ludzi”⁴⁰ - (o. Marjański za: Janowska, Mucharski), Chore społeczeństwa i chore cywilizacje narzucają człowiekowi fałszywe potrzeby i normy⁴¹ - (Fromm), współczesne czasy to „...antyintelektualizm, infantylizm intelektualny, moda na entuzjastów gadżetów i niskie standardy intelektualne odbiorców kultury”⁴² - (Życiński), „Zabawić się na śmierć”⁴³ - (Postman), człowiek ideologii zbyt liberalnej

³⁹ K. Janowska, P. Mucharski, *Rozmowy na koniec wieku*, Kraków 1999, s. 33.

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ E. Fromm, s. 253.

⁴² J. Życiński, *Konsumenci z pustyni*, „Newsweek” 2002 nr 22, s. 120.

⁴³ N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, Warszawa 2002, s. 14.

„chce traktować siebie jak zespół doznań i powierzchownych satysfakcji”⁴⁴ – (Jan Paweł II za: Sieroń).

W drugim aspekcie - wydatki na zdrowie, na przełomie pierwszego i drugiego dziesięciolecia XXI w. wyniosły: Polska – 6,4% PKB; Grecja – 9,6% PKB; Niemcy – 10,4% PKB; Francja – 11% PKB; USA – 16% PKB. Stany Zjednoczone starając się otoczyć opieką zdrowotną wszystkich potrzebujących w tym głównie chorych z powodu obniżonej aktywności fizycznej (jako efektu konsumpcyjnego stylu życia) już przed kilku laty przeznaczały niemal trzykrotnie więcej nakładów finansowych na zdrowie niż Polska. Wątpliwe jest że polska gospodarka wytrzyma takie nakłady finansowe w najbliższej przyszłości. O zdrowie zatem winniśmy bardziej dbać osobiście. Nasza propozycja różnorodnej aktywności fizycznej w tym szczególnie rekreacyjno – turystycznej we wszystkich porach roku wydaje się jak najbardziej aktualna i społecznie uzasadniona. Więcej, winna być stałym elementem zdrowotnej polityki państwa, której jednym z głównych celów winno być permanentne kształtowanie zdrowego, czyli aktywnego fizycznie stylu życia członków konsumpcyjnego społeczeństwa.

⁴⁴ R.B. Sieroń, *Nowotestamentalne modele wychowania jako antidotum na kryzysy antropologiczne ery ponowoczesnej*, [w:] *W Służbie Kościołowi, Ojczyźnie i Rodzinie*, red. E. Juško, B. Wolny, Stalowa Wola 2011, s.226-233.

Bibliografia

- Barber B.R., *Dżihad kontra McŚwiat*, Warszawa 1997.
- Baudrillard J., *Spółczesność konsumpcyjna. Jego mity i struktury*, Warszawa 2006.
- Borowska A., *Spółczesność konsumpcyjna – charakterystyka*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej” 2009 z. 14.
- Byłok F., *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Częstochowa 2005.
- Drabik J., M. Resiak., *Styl życia w promocji zdrowia*, Gdańsk 2010.
- Fromm E., *Mieć czy być*, Poznań 1999.
- Gniazdowski A., *Zachowania zdrowotne*, Łódź 1990.
- Hostyński L., *Wartości w świecie konsumpcji*, Lublin 2006.
- Izdebska J., *Mass media i multimedia – dominująca przestrzeń życia dziecka*, [w:] *Pedagogika społeczna*, red. E. Murynowicz-Hetka, t. 2, Warszawa 2007.
- Janowska K., Mucharski P., *Rozmowy na koniec wieku*, Kraków 1999.
- Kaczmarczyk Z., Leśnodorski B., *Historia państwa i prawa polskiego*, Warszawa 1996.
- Kielanowski T., *Człowiek tworzy siebie sam*, Gdańsk 1985.
- Kocemba W., *Spółeczne zróżnicowanie uczestnictwa w kulturze fizycznej*. „Kultura i Społeczność” 1993 nr 1.
- Korten D.C., *Świat po kapitalizmie*, Łódź 2002.
- Kossowski P., *Dziecko i reklama telewizyjna*, Warszawa 1999.
- Maj B., *Komunikacja społeczna w sieci a interakcje off-line*, [w:] *Oblicza Internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2006.
- Maj B., *Spółeczne uwarunkowania rekreacji ruchowej i turystyki młodzieży wielkomięskiej*, Kraków 2007.
- Pańczyk W., *Aktywność fizyczna mieszkańców południowo-wschodnich regionów Polski u progu XXI wieku*, [w:] *Spółeczno-edukacyjne oblicze współczesnego sportu i olimpizmu*, red. J. Nowicień, J. Chelmecki, Warszawa 2010.

Pańczyk W., *Kultura fizyczna wobec „grzechów” współczesnego człowieka*, [w:] *Raporty i szkice o kulturze fizycznej i zdrowotnej w perspektywie humanistycznej*, red. W.J. Cynarski, S. Cieszkowski, Rzeszów 2009.

Podstawy rekreacji i turystyki, red. Toczek-Werner, Wrocław 2007.

Postman N., *Zabawić się na śmierć*, Warszawa.2002.

Ritzer.G., *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2009.

Ruskin H., *Mit i rzeczywistość – spór o kształt wychowania fizycznego w szkołach*, „*Kultura Fizyczna*” 1994 nr 1 -2.

Szwarc H., *Wpływ ruchu i rekreacji fizycznej na somatyczne i psychiczne zdrowie człowieka*, [w:] *Zdrowie psychiczne*, red. K. Dąbrowski, Warszawa 1979.

Uważność na targowisku. Globalny rynek i masowa konsumpcja a świadome życie, red. A.H. Badiner, Warszawa 2004.

Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 1971.

Wojnarowska B., Wojciechowska A., *Aktywność fizyczna dzieci i młodzieży*, Warszawa 1993.

Wolańska T., Łobożewicz T., *Rekreacja i turystyka w rodzinie*, Warszawa 1994.