

Pomiędzy wolnością a przymusem. Proces kształtowania własnej tożsamości według narratywistów

Wstęp

Współcześnie możliwości wyboru własnej drogi życiowej w ogromnym stopniu powiększyły się, jednak nadal to, kim się stajemy, nie zależy jedynie od nas samych. Poza ograniczeniami, jakie towarzyszyły człowiekowi zawsze, jak np. warunki ekonomiczne, tradycja, oczekiwania bliskich, pojawiły się nowe trudności, np. presja, aby wyglądać i zachowywać się jak człowiek sukcesu – niedościgniony wzorzec wytworzony przez kulturę masową. Oczywiście można powiedzieć, że wcześniej też istniały modele, które wyznaczały nie tylko standardy zachowania, ale i kryteria oceny życia wartościowego, życia, które można uznać za udane, jednak obecnie sztuka masowa promuje wzorce osobowe, które odwołują się przede wszystkim do fantazji. Odwołują się do marzeń, których większość ludzi nigdy nie będzie w stanie spełnić.

Celem artykułu jest przedstawienie refleksji nad granicami wolności w kształtowaniu przez człowieka własnego „ja”. Będę odwoływać się do rozważań narratywistów, przede wszystkim do Charlesa Taylora, Alasdaira MacIntyre’a oraz Anthony’ego Giddensa. Ponadto, problem zostanie zawężony do zagadnienia ograniczeń wolności ze strony kultury masowej. Najpierw zarysuję, jak można rozumieć tożsamość narracyjną oraz sztukę masową. Następnie opiszę trzy możliwe płaszczyzny wpływu tej ostatniej na tworzenie się tożsamości. Postaram się wykazać, że mimo ogromnej wolności, jaką współcześnie może cieszyć się jednostka w procesie budowania swojego „ja”, to i tak swój wybór ogranicza do najbardziej pożądanых powszechnie stylów życia. I albo dąży do nich uparcie, albo traci zadowolenie i szczęście z tego, co ma.

Tożsamość narracyjna

Wielu badaczy sięga po kategorię narracji, rozważając kwestię tożsamości jednostki. Katarzyna Rosner w swojej rozprawie pt. *Narracja, tożsamość i czas* analizuje poglądy wybranych autorów (MacIntyre, Taylor, Giddens, Carr), wskazując między innymi na dwie kwestie. Po pierwsze, zwraca uwagę na wspólne korzenie ich teorii. Po drugie, dostrzega, że wszyscy wymienieni myśliciele, mimo że ich stanowiska różnią się na wielu płaszczyznach, w głównych punktach zgadzają się co do tego, czym jest tożsamość narracyjna¹.

W rozumieniu narratywistów tożsamość jednostki nie jest z góry określona – należy ją dopiero skonstruować. Proces ten odbywa się w czasie, zachodzi dzięki samorozumieniu oraz ma charakter narracyjny, co oznacza, że jednostka rozumie siebie i otaczający ją świat poprzez pryzmat opowieści, której jest bohaterką/-em. Interpretuje swoje zachowania, odwołując się do struktury narracji, którą tworzy, odnosząc się do swojej przeszłości, teraźniejszości oraz przyszłości². Anthony Giddens ujmuje to zagadnienie następująco: tożsamość jest refleksyjnym projektem realizującym się w czasie³. Każdy człowiek

1 K. Rosner, *Narracja, tożsamość i czas*, Kraków 2003, s. 17-51.

2 Tamże, s. 22-23.

3 A. Giddens *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2012, s. 309.

samodzielnie konstruuje to, kim jest, jednak nie oznacza to całkowitej wolności w wyborze, kim chcemy być. Alasdair MacIntyre w *Dziedziectwie cnoty* pisał:

nigdy nie jesteśmy niczym więcej (a czasem nawet mniej) niż tylko współautorami naszych własnych narracji. Wyłącznie w wyobraźni przeżywamy historie, jakie tylko chcemy. W życiu, jak zauważyli Arystoteles i Engels, zawsze jesteśmy pod jakimś przymusem. Wkraczamy na scenę, której nie zaprojektowaliśmy i stajemy się częścią wątku, którego nie wymyśliliśmy⁴.

Nawet jeśli sytuacja wyboru tego, kim chcemy być, jest charakterystyczna dla czasów nowożytnych, nadal nie jest to wybór nieograniczony. W tradycyjnych społeczeństwach przyjmujemy z góry określone role, które niejako przypisane są do nas od urodzenia. Jesteśmy uczeni, wychowywani tak, aby prawidłowo je wypełniać. To, czy te role do nas pasują i czy sami wybralibyśmy je, jest już osobną kwestią. Niemniej nawet w kulturach tradycyjnych jest miejsce na jakiś wybór. Żadna kultura zupełnie nie wyzbywa się zwykłych codziennych decyzji. Jednak to właśnie nowoczesność stwarza sytuację zupełnie nową, w której mamy ogromne możliwości odnośnie tego, kim możemy być, ale bez podpowiedzi, co powinniśmy dla siebie wybrać⁵.

Wynika z tego wiele różnych konsekwencji. Według Giddensa, jedną z nich jest przymus wyboru stylu życia. Styl życia definiuje on „jako mniej lub bardziej zintegrowany zespół praktyk, które podejmuje jednostka nie tylko dlatego, że są użyteczne, ale także dlatego, że nadają materialny kształt poszczególnym narracjom tożsamościowym”⁶. Pojęcie to obejmuje wszystkie codzienne wybory (np. co na siebie założyć, co zjeść na śniadanie) oraz wszystkie poważne życiowe decyzje (np. związane z wyborem studiów, pracy czy stałego partnera lub partnerki). Stanowią one pewną całość, spajaną przez naszą narrację⁷.

Nie wszystkie style życia są dostępne dla każdego w równym stopniu⁸. Każdy musi wybrać, ale pula możliwości dla każdego jest inna. Do tego nawet jeśli nasz status ekonomiczno-społeczny jest wysoki i nasze możliwości są większe, to i tak nigdy nie mamy pewności, czy nasz wybór stylu życia jest słuszny, czy aby na pewno odnajdziemy się w życiu, jakie sobie wybralibyśmy. I co ważniejsze, nie wiemy, czy nasz wybór okaże się wartościowy, czy też po pewnym czasie stracimy poczucie sensu, jakie powinno być z nim związane.

Giddens widzi szereg problemów tożsamościowych, jakie niesie ze sobą sytuacja ryzyka, w jakiej znajduje się człowiek stojący przed wyborem swojego stylu życia⁹. Rozważania Charlesa Taylora umożliwiają przyjrzenie się tej kwestii z nieco innej perspektywy.

Refleksja Taylora nad tożsamością jednostki wyrasta z jego krytyki nowoczesności. Głównym problemem, na który autor wskazuje, jest zbyt wąskie pojmowanie kwestii moralnych¹⁰. Według niego współczesny dyskurs moralny skoncentrowany jest na odpowiedzi na pytania o to, jakie są nasze powinności, jakie czyny są właściwe, zaś pomija się pytania większej wagi, dotyczące sensu naszych działań. Z pola widzenia znikają ogólniejsze zagadnienia, związane z tym, co to właściwie znaczy być dobrym człowiekiem oraz jaka jest istota dobrego życia¹¹. Zawężenie refleksji moralnej wpływa na nasze pojmowanie siebie samych. Współcześnie często uważamy, że jesteśmy niepowtarzalnymi jednostkami, które samodzielnie kształtują siebie. W rozważaniach dotyczących tożsamości akcent położony jest na indy-

4 A. MacIntyre, *Dziedziectwo Cnoty. Studium z teorii moralności*, przeł. A. Chmielewski, Warszawa 1996, s. 381.

5 A. Giddens, dz. cyt., s. 114.

6 Tamże, s. 115.

7 Tamże, s. 116.

8 Tamże.

9 M. Zołud, *Niepokoje tożsamościowe – problemy budowania własnego „Ja” w czasach późnej nowoczesności*, [w:] „Tekstoteka Filozoficzna” 2017 nr 6 [<http://tekstotekafilozoficzna.pl/tomy/>], ostatnia wizyta 1 listopada 2017 r.].

10 Zob. K. Rosner, dz. cyt., s. 31.

11 Ch. Taylor, *Źródła podmiotowości. Narodziny tożsamości nowoczesnej*, przeł. M. Gruszczyński, O. Latek i in., Warszawa 2001, s. 10.

widualność i niezależność. Jednak Taylor zauważa, że nie sposób rozmawiać o tożsamości człowieka bez odwołania się do jej/jego stanowiska dotyczącego moralności. Według filozofa, aby zrozumieć to, kim jesteśmy, musimy powrócić myślą do ogólniejszych rozważań, dlatego jego wizja tożsamości człowieka nierozzerwalnie związana jest z pojęciem dobra.

Dlaczego sposób, w jaki definiujemy dobro, miałby wpływać na to, kim jesteśmy lub jacy jesteśmy? Wartościowania, jakimi się posługujemy, odpowiadają naszym decyzjom i sposobom działania, leżą u podstaw naszych wyborów. Zatem odpowiadając na pytanie: „kim jestem?“, zawsze pośrednio odpowiadam na pytanie: „co jest dla mnie ważne?“. Nie chodzi jednak o pojedyncze gusta czy preferencje ludzi, które mogłyby być uzależnione od przelotnych zachcianek. Chodzi o całą gamę poglądów, które często nie są określane jako należące do kategorii poglądów moralnych, jednak są mocno splecione z naszym obrazem siebie. Dotyczą wyznawanych przez nas ideałów, tego, co powoduje, że warto żyć, co nadaje życiu sens¹². Konkretnie, są to nie tylko zagadnienia związane ze sprawiedliwością i poszanowaniem życia innych, ale i tego, jak rozumiemy własną godność oraz jakie życie uważamy za wartościowe. Taylor tego typu postawy wiąże z moralnością, ponieważ pociągają za sobą tak zwane silne wartościowania:

Znaczy to, że pociągają za sobą rozróżnienia na to, co słuszne i niesłuszne, lepsze i gorsze, wyższe i niższe, o których nie decydują nasze pragnienia, skłonności bądź wybory, lecz które właśnie są niezależne od tych ostatnich i stanowią kryterium ich oceny¹³.

Jak już zostało wspomniane, ludzie żyjący w kulturach tradycyjnych mieli z góry wyznaczone ramy pojęciowe, które określały im normy i wzorce zachowania. Natomiast człowiek współczesny jest pozbawiony takiego uniwersalnego odniesienia. Co mogłyby nam dać uniwersalne ramy pojęciowe? Jakie korzyści płyną z ich posiadania? Żeby odpowiedzieć na te pytania, należy najpierw jasno określić, co Taylor rozumie przez to pojęcie:

To, co nazwałem ramami pojęciowymi, konstytuuje ważny zespół jakościowych rozróżnień. Myślenie, odczuwanie i sądzenie we wnętrzu takich ram pojęciowych wiąże się z przeświadczeniem, iż pewne działanie, tryb życia lub sposób odczuwania są nieporównywalnie wyższe od innych, łatwiej dostępnych. Słowo „wyższy” ma się tu odnosić do pewnej klasy. Sposób ujmowania tej różnicy może przybrać różne postaci. Jakaś forma życia może być postrzegana jako pełniejsza, jakiś sposób odczuwania i działania jako czystszy, jakiś tryb życia i odczuwania jako głębszy, jakiś styl życia jako bardziej godny uwielbienia, określone wymogi jako oparte na absolutnych, a nie tylko względnych podstawach¹⁴.

Można powiedzieć, że dziś ludzie mają do wyboru wiele systemów, które oferują jakieś ramy pojęciowe, ale są pozbawieni ram obowiązujących uniwersalnie, dlatego można też powiedzieć, że człowiek współczesny jest osobą poszukującą sensu. Zawsze operuje jakimiś schematami pojęciowymi, które stanowią odniesienie dla jej/jego sądów. Od owych ram nie można abstrahować, ponieważ stanowią warunek spójnej tożsamości jednostki¹⁵. Dlatego posiadanie jasno wyartykułowanych ram pojęciowych stanowi poważny krok w świadomym budowaniu swojej tożsamości.

Specyfika sztuki masowej

Pytanie, czym jest sztuka masowa, może być kontrowersyjne. Pociąga za sobą wątpliwość, czy szereg utworów i zjawisk kulturowych przeznaczonych dla masowego widza w ogóle należy zaliczać do sztuki. Jednak, niezależnie od odpowiedzi na to pytanie, nowoczesne dzieła różnego rodzaju, przeznaczone dla

12 Tamże, s. 10-12.

13 Tamże, s. 12.

14 Ch. Taylor, dz. cyt., s. 40.

15 K. Rosner, dz. cyt., s. 33-34.

jak największej grupy odbiorców, powinny zostać zdefiniowane. Noël Carroll w *Filozofii sztuki masowej* proponuje następującą definicję:

X jest dziełem sztuki masowej wtedy i tylko wtedy, gdy (1) jest dziełem sztuki o wielu egzemplarzach lub formie typu; (2) zostało wytworzone i jest rozpowszechniane za pomocą masowych technologii; (3) celowo korzysta z takich struktur (jak formy narracyjne, typ symboliki, zamierzony efekt emocjonalny, a nawet treść), które dają największe szanse na dostępność bez specjalnego wysiłku, właśnie od pierwszego zetknięcia, dla możliwie największej liczby niewyrobionych (czy względnie niewyrobytych) odbiorców¹⁶.

Do sztuki masowej należą przede wszystkim filmy, seriale, muzyka popularna, fotografia, ale i literatura, komiksy, a także wszelkiej maści reklamy¹⁷. Definicja Carrolla uwidacznia dwa istotne aspekty tematu z perspektywy niniejszych rozważań, mianowicie wskazuje, że tego typu utwory są rozpowszechnione oraz przystępne w odbiorze. Szczególnie ważny jest trzeci punkt definicji, który odnosi się do wymogu prostoty dzieła. Jeśli dzieło ma być zrozumiałe dla większości, z konieczności musi odnosić się do stereotypów, utartych schematów, znanych motywów¹⁸. Poza tym, jeśli ma przyciągnąć jak największą liczbę odbiorców, musi czymś ich skusić. Przykładowo, Umberto Eco pisze o powieści popularnej:

Co do stylu, to posługuje się on rozwiązaniami już zaakceptowanymi, zdolnymi dostarczyć czytelnikowi satysfakcji z rozpoznania rzeczy znajomych. Wykorzystuje ciągłe interakcje po to, aby wywołać w czytelniku regresywną przyjemność z powodu tego, czego oczekiwał, redukuje do kliszy twórcze rozwiązania dawniejszej literatury, wynaturzając je. Ale czyniąc to wszystko, wyzwala tyle energii i daje tyle przyjemności – jeśli nie z powodu inwencji, to przynajmniej kombinatoryki – że hipokryzją byłoby negowanie satysfakcji, jakiej jest w stanie dostarczyć¹⁹.

Literatura popularna, jak i inne utwory należące do sztuki masowej, dostarczają przyjemności – nieskomplikowanej i bardzo emocjonującej. Jednym z motywów, który można wykorzystać, aby spełnić ten cel, jest stereotypowe spełnienie marzeń: happy end w komedii romantycznej lub triumf dobra w filmie akcji. Lista tematów nie jest krótka, ale na pewno jest skończona. Z konieczności sztuka masowa promuje określone style życia i typy charakterów jako najbardziej pożądane.

Trzy płaszczyzny wpływu

Jaki jest związek między budowaniem swojej tożsamości a sztuką masową? W odpowiedzi przydatne będzie jeszcze jedno pojęcie, zaproponowane przez Taylora:

Imaginarium społeczne to coś szerszego i głębszego niż schematy intelektualne, do których sięgają ludzie, myśląc o rzeczywistości społecznej w sposób oderwany. Chodzi mi raczej o sposoby, w jakie ludzie wyobrażają sobie swoją społeczną egzystencję, jak przystosowują się do innych, jak toczą się sprawy między nimi i bliźnimi; to takie oczekiwania, które zwykle się spełniają, oraz głębsze normatywne koncepcje i obrazy, leżące u ich podstaw²⁰.

Termin ten podkreśla znaczenie ludzkich wyobrażeń dotyczących społeczeństwa, które są ujmowane w obrazach, legendach i opowieściach. Są to wspólne przekonania, powielane przez ogromne grupy ludzi. Jak zauważa Christopher Garbowski, twórcy sztuki masowej opowiadają i rozgrywają historie, które

16 N. Carroll, *Filozofia sztuki masowej*, przeł. M. Przyłipiak, Gdańsk 2011, s. 196.

17 Carroll zalicza do sztuki masowej tylko niektóre reklamy. Muszą one mieć jakąś artystyczną wartość. Jednak biorąc pod uwagę samą definicję, można uznać, że wszystkie reklamy należałoby zaliczyć do sztuki masowej. Zob. N. Carroll, dz. cyt., s. 196.

18 Por. M. Żołud, *Sztuka masowa z perspektywy narracyjnej koncepcji tożsamości*, [w:] „Przegląd Filozoficzny. Nowa seria” 2017 nr 1, s. 203-214 oraz 204.

19 U. Eco, *Łzy czarnego korsarza*, [w:] U. Eco, *Superman w literaturze masowej. Powieść popularna między retoryką a ideologią*, przeł. J. Ugniewska, Warszawa 1996, s. 19.

20 Ch. Taylor, *Nowoczesne imaginaria społeczne*, przeł. A. Puchejda, K. Szymaniak, Kraków 2010, s. 37.

oddziałują na szerokie grona odbiorców na całym świecie i w związku z tym imaginariusium społeczne musi w jakimś stopniu odzwierciedlać się w utworach sztuki masowej²¹. Można powiedzieć, że sztuka masowa odnosi się do naszych własnych oczekiwań społecznych, co zresztą wynika z definicji zaproponowanej przez Carrolla. Jeśli jest to rodzaj sztuki przeznaczony dla każdego, to musi odnosić się do schematów, które będą zrozumiałe dla wszystkich. Na tym polega jej fenomen, dzięki któremu jest ona w stanie osiągać popularność w tak różnych miejscach na świecie.

W związku z powyższym filmy, seriale, reklamy czy literatura, które należą do tej dziedziny sztuki, mogą stanowić źródło informacji dotyczących norm społecznych, które są powszechnie akceptowane, przynajmniej w świecie Zachodu. Co więcej, promowane są owe wzorce jako najbardziej atrakcyjne, pożądane. Idąc tym tropem, jeśli człowiek poszukuje sensu, stałego punktu odniesienia, to sztuka masowa może być łatwą i dostępną odpowiedzią na to pytanie, dostarczając atrakcyjnych ram pojęciowych, dzięki którym mamy jakąś wskazówkę przy wyborze, kim warto być.

Ostatnią kwestię można rozbić na trzy mniejsze pytania: (1) jak mam wyglądać? (2) kim mam być? (3) jak być szczęśliwą/-ym? Rozbicie zagadnienia „kim warto być” ma w tym kontekście swoje uzasadnienie, ponieważ sztuka masowa w swoim przekazie znacząco podkreśla aspekt cielesny osoby. To, jak wyglądamy, ma kluczowe znaczenie dla tego, kim jesteśmy. Natomiast to, kim się staniemy, determinuje to, czy kiedyś osiągniemy szczęście.

Jak mam wyglądać?

To, jak wyglądamy, zawsze było nieodzownym elementem tego, kim jesteśmy. Trudno nawet wyobrazić sobie świat, w którym byłoby inaczej. Wizerunek człowieka wskazywał na jej/jego status społeczny, ekonomiczny, przynależność grupową, rolę w społeczeństwie. W związku z tym, dlaczego współcześnie ciało miałyby być jakoś szczególnie traktowane?

Richard Shusterman zauważa, że obecnie w kulturze możemy mówić o zwrocie ku cielesności. Ciało stało się szczególnym polem doskonalenia siebie²². W epoce dominacji nowych mediów, kiedy dzięki technologii możemy prowadzić swoje życie, nie wychodząc z domu, bez fizycznej obecności w sferze publicznej, ciało jest mimo wszystko nieodzownym elementem tego życia²³. Można to tłumaczyć między innymi tym, że nasz wizerunek, nawet ten przedstawiony w Internecie, odgrywa znamienne rolę w tym, jak odbierają nas inni, co o nas myślą oraz czy chcą na przykład prowadzić z nami interesy lub zostać naszymi przyjaciółmi.

Wśród użytkowników portali społecznościowych krąży pogląd, który dobitnie uwidacznia współczesną sytuację: „nie masz konta – nie istniejesz”. A na swoim koncie na portalu społecznościowym ludzie umieszczają przede wszystkim zdjęcia. W nieco innym kontekście problem ten omawia w swoim artykule Adam Chmielewski:

Rozpocznę od stwierdzenia, że dość ryzykowną prawdę metafizyczną, *esse est percipi*, tj. być znaczy być postrzeganym, uznano za fałszywą natychmiast po jej sformułowaniu przez George'a Berkeleya. Jednakże, nawet jeżeli prawda ta nigdy nie zyskała szansy na rozwinięcie swej pełnej mocy metafizycznej, to współcześnie, w kulturze widzialności, nabrała dojmująco aktualnej, politycznej treści: albowiem w przestrzeni publicznej istnieć znaczy być w niej widzialnym²⁴.

21 Ch. Garbowski, *Etyka cnót, Charles Taylor i sztuka masowa*, [w:] *Charlesa Taylora wizja nowoczesności. Rekonstrukcje i interpretacje*, red. Ch. Garbowski, J. P. Hudzik, J. Kłos, Warszawa 2012, s. 288-297 oraz 289.

22 R. Shusterman, *O sztuce i życiu. Od poetyki hip-hopu do filozofii somatycznej*, przeł. W. Małecki, Wrocław 2007, s. 93-94.

23 Tamże, s. 73.

24 A. Chmielewski, *Cząstki w przestrzeni: Charles Taylor i estetyka polityczna*, [w:] *Charlesa Taylora wizja nowoczesności. Rekonstrukcje i interpretacje*, red. Ch. Garbowski, J. P. Hudzik, J. Kłos, Warszawa 2012, s. 41-58 oraz 53.

To, czy ktoś nas zauważy, zależy od tego, czy skupimy na sobie uwagę. Obecnie mamy więcej możliwości, aby stworzyć swój wizerunek w sposób dla nas bardziej korzystny. Ważny jest efekt, niekoniecznie prawda o nas. Nie chodzi o to, aby ludzie poznali nas, aby dowiedzieli się, kim naprawdę jesteśmy. Istotne jest raczej to, czy zobaczyli nas w lepszym świetle – tak jak chcielibyśmy, aby nas widzieli i jak prawdopodobnie sami chcielibyśmy się widzieć.

Przestrzeń publiczna jest bowiem miejscem, w którym nigdy nie chcemy wyglądać tak, jakimi „naprawdę” jesteśmy. To, kim „naprawdę” jesteśmy, jak „naprawdę” wyglądamy, skrywamy w intymności przestrzeni prywatnej. Przestrzeń publiczna jest zatem sceną, areną, wybiegiem, także mównicą, którą zaprojektowano w taki sposób, abyśmy mogli być dostrzeżeni nie takimi, jakimi jesteśmy, lecz takimi, jak sądzimy, że inni będą chcieli nas zobaczyć²⁵.

Chcemy zaistnieć wśród innych jako widziani w konkretny sposób. Nie oznacza to, że nie chcemy, aby inni nigdy nas nie poznali. Obraz, który kreujemy, jest niejako zaproszeniem do wejścia z nami w interakcję. Problem może polegać na tym, że stworzona przez nas wersja siebie może tak bardzo odbiegać od rzeczywistości, że zaczynamy bać się odsłonięcia swojego prawdziwego „ja”.

Kontrolowanie w tym sensie swojego ciała nie jest czymś całkowicie sztucznym. Jesteśmy również naszym ciałem, a „(...) uregulowana kontrola ciała jest podstawowym środkiem utrzymania ciągłości biograficznej i tożsamości, ale jednocześnie sprawia, że «ja» jest prawie cały czas «na widoku» w tym sensie, iż jest ucieleśnione”²⁶. Już od najmłodszych lat uczymy się, jak kontrolować swoje ciało, jak należy się ubrać i zachować w danej sytuacji. Widzimy również, że konkretne style życia ściśle powiązane są z określonym wyglądem. Najprostszym przykładem jest waga ciała: kiedyś większa waga związana była ze statusem społecznym, dziś jest odwrotnie. Dziś szczupłe, zadbane ciało jest oznaką, że mamy czas i pieniądze na to, aby zająć się sobą. Człowiek sukcesu – to człowiek wizualnie zadbane.

Sztuka masowa nie tylko podtrzymuje ten obraz, ale również (w większości historii) pokazuje, że nie można osiągnąć sukcesu, jeśli nie zmieni się swojego wyglądu. Często wykorzystywany jest motyw brzydkiego kaczątka. Bohaterka lub bohater musi przejść metamorfozę na drodze do osiągnięcia swoich celów. Bez niej nic nie wskóra. W filmach często zawarta jest sugestia, że taka osoba nadal pozostaje sobą, tylko w lepszej wersji. Problem leży w tym, że kanon dotyczący wyglądu, ubioru czy makijażu jest wąski i wiąże się z poświęceniami, które nie są jednorazowe i mogą w znaczący sposób zmienić to, kim jesteśmy. Giddens wskazuje na szereg reżimów, jakim współcześnie poddajemy nasze ciała, aby wyglądać lepiej i aby osiągnąć wymarzony styl życia²⁷. Należą do nich między innymi: dieta, zdrowe odżywianie się, ćwiczenia fizyczne, zabiegi pielęgnacyjne, noszenie eleganckiej, ale mało wygodnej odzieży czy nakładanie makijażu.

Jeśli zaczynamy przekształcać swoje ciało lub kreować swój wizerunek w niezgodzie z tym, kim jesteśmy wewnątrz, może dojść do „odcieleśnienia jaźni”. W takiej sytuacji działania, jakie podejmujemy, przestają być zintegrowane z naszym poczuciem „ja”. Czujemy się jak aktorzy w cudzym spektaklu, którzy odgrywają rolę, której nie czują, która im nie pasuje.

Wszyscy ludzie we wszystkich kulturach oddzielają swoją tożsamość od „pozorów” przyjmowanych na użytek różnych sytuacji społecznych. Jednak w pewnych okolicznościach człowiek może mieć poczucie, że jego postępowanie jest w całości udawane lub fałszywe (...). Zwykle rutynowe zachowanie staje się wówczas fałszywym spektaklem odgrywanej rutyny, do której osoba ta czuje pewien dystans²⁸.

25 Tamże, s. 53.

26 A. Giddens, dz. cyt., s. 86.

27 Tamże, s. 83-93.

28 Tamże, s. 87.

W takiej sytuacji nie czujemy się sobą w swoim własnym ciele. Patrzymy w lustro na kogoś innego. Następuje rozbitcie integracji ciała z poczuciem „ja”. Dlaczego w ogóle chcielibyśmy udawać kogoś innego? Lub inaczej: dlaczego chcielibyśmy przekształcić swoje ciało, czy też zacząć ubierać się jak ktoś inny? Jedną z możliwych odpowiedzi daje refleksja nad sztuką masową, która rozpowszechnia niedoścignione wzorce piękna. Osoby pokazywane są często jako piękne, szczupłe, zadbane. Do tego, jak już zostało zaznaczone, doskonałe ciało związane jest z sukcesem, jest jednym z jego wyznaczników. Pogoń za przedstawionymi wzorcami może prowadzić do niekończącej się walki o poprawę swojego wyglądu, co z kolei może powodować szereg chorób, takich jak dysmorfofobia, anoreksja czy bulimia. Inną, mniej drastyczną konsekwencją jest ciągłe niezadowolenie ze swojego ciała, rosnące kompleksy.

Kim mam być?

Odwołując się do koncepcji tożsamości narracyjnej, można powiedzieć, że kobiety i mężczyźni w procesie budowy swojego „ja” korzystają ze wzorców osobowych dostępnych im w otaczającej ich kulturze. MacIntyre zauważa, że już od najmłodszych lat przyswajamy sobie dostępne nam role poprzez bajki:

Właśnie poprzez przysłuchiwanie się historiom o niedobrych macochach, zagubionych dzieciach, dobrych, ale zdeorientowanych królach, wilczycach, które wykarmiły bliźniaki, o najmłodszych synach, którzy nie otrzymają spadku i sami muszą dbać o swój los we wrogim im świecie oraz najstarszych synach, którzy trwonią swoje dziedzictwo na rozwiązłe życie i zostają wypędzeni, aby żyć pośród świń, z takich opowieści dzieci uczą się – albo i nie – kim jest dziecko, jaka jest obsada ról w dramacie, w którym się narodziły, oraz jak zbudowany jest świat. Odebrawszy dzieciom ich opowieści pozostawilibyśmy je niewpisane w żaden scenariusz, uczynilibyśmy z nich wylęknione jąkały w ich słowach jak i czynach²⁹.

Już na pierwszy rzut oka wzorce dostarczane przez sztukę masową są stereotypowe, szablonowe, płytkie. Przyglądając się liście stu najbardziej dochodowych filmów na świecie³⁰ można wyciągnąć parę wniosków: po pierwsze, większość filmów – to filmy akcji, fantasy lub science fiction (w których bohaterowie, z uwagi na gatunek, posiadają zdolności niedostępne zwykłym ludziom); po drugie, różnorodność wzorców osobowych jest ograniczona; po trzecie, główną rolę gra kobieta w jedynie około 20% produkcji. Bohaterowie przedstawiają stereotypowe cechy swojej płci: mężczyźni nieustraszenie walczą ze złem, jak na przykład Spider-Man (postać pojawia się w sześciu filmach), a kobiety potrzebują miłości i partnera obok siebie, jak Bella z sagi *Zmierzch* (postać pojawia się w czterech filmach).

Jednak należy również zauważyć, że sztuka masowa też ewoluowała. Postacie coraz częściej przełamują utarte stereotypy. Bohaterowie i bohaterki są ukazywani jako dużo bardziej złożone osobowości. Przykładowo, nowsze filmy z cyklu o Jamesie Bondzie (również znajdujące się na przytoczonej liście najbardziej dochodowych filmów), przedstawiają główną postać jako posiadającą swoje słabości, starzejącą się, bardziej ludzką, co w pierwszych produkcjach z tej serii było nie do pomyślenia. Podobne zmiany dzieją się w pokazywaniu damskich charakterów. Kobiety również są superbohaterkami, jak na przykład Wonder Woman. Znika też obraz księżniczki bezradnej na rzecz bardziej niezależnej i pewnej siebie, jak w filmie animowanym *Frozen*.

Oczywiście nadal nie można powiedzieć, że sztuka masowa operuje wyrafinowanymi wzorcami, przedstawiającymi złożoność natury ludzkiej, ale z pewnością z roku na rok producenci odchodzą od najprostszych stereotypów.

Problem wyglądu inaczej w reklamie, gdzie wykorzystanie stereotypów jest świadomym zabiegiem marketingowym. Dzięki nim łatwiej dotrzeć do odbiorcy, aby produkt został zapamiętany³¹. Jednym

29 A. MacIntyre, dz. cyt., s. 386.

30 Zob. ranking box office'u [<http://www.filmweb.pl/ranking/boxOffice>, ostatnie wejście 1 listopada 2017 r.].

31 D. Doliński, *Psychologiczne mechanizmy reklamy*, Gdańsk 2003, s. 158.

z najczęściej wykorzystywanych motywów w reklamie jest „człowiek nowoczesny”. Piotr H. Lewiński opisuje ją/go następująco: „człowiek nowoczesny – konotuje estetyczny wygląd, perfekcyjność w działaniu, otwartość na «nowe», szacunek do tradycji, wykształcenie, światowość, potrzebę luksusu, poczucie własnej wartości”³². W wersji damskiej jest to młoda dziewczyna, która oprócz wymienionych cech konotuje również piękno, atrakcyjność seksualną, pożądanie. W wersji męskiej człowiek nowoczesny konotuje również intensywne życie, przygody, niezależność oraz również pożądanie i atrakcyjność seksualną³³.

Innymi słowy, można powiedzieć, że przedstawieni ludzie są idealni i takie też wiodą życie. Biorąc pod uwagę to, że twórcy reklam odnoszą się do szczegółowych badań dotyczących ludzkich postaw i oczekiwań, można powiedzieć, że reklama jest lustrem, w którym odbijają się nasze pragnienia związane z idealnym życiem.

Istnieją również spoty pokazujące mniej pożądane wzorce. Sporym problemem jest przedstawianie kobiet jako obiektów seksualnych lub gospodyń domowych. W tym pierwszym przypadku badania psychologiczne pokazują między innymi, że mężczyźni bezpośrednio po obejrzeniu odpowiednio spreparowanego bloku reklam z rozneglizowanymi kobietami bardziej akceptowali przemoc seksualną i przedmiotowe traktowanie kobiet. Jednak u kobiet oglądających ten sam blok reklam następował odwrotny efekt³⁴. W przypadku oglądania reklam przedstawiających kobiety jako gospodynie domowe, można było u odbiorczyń tych spotów zaobserwować spadek motywacji osiągnięć, czyli zmniejszenie chęci osiągania sukcesów, zmniejszenie wytrwałości w dążeniu do celów, zmniejszenie wiary w siebie³⁵.

Z opisanymi wyżej zjawiskami wiążą się dwa problemy. Reklamy albo podtrzymują negatywne stereotypy (kura domowa, kobieta jako obiekt seksualny), albo proponują wzorce ludzi sukcesu, którzy bez problemu pokonują wszystkie przeciwności losu, wyznaczając tym samym nierealne standardy, którym zwykły człowiek nie jest w stanie sprostać. Z takimi zjawiskami, w nieco bardziej złożonej formie, mamy do czynienia w większości dzieł sztuki masowej.

Jak być szczęśliwą/-ym?

Zygmunt Bauman na początku swojej książki pt. *Sztuka życia* zadaje dosyć kontrowersyjne pytanie, mianowicie: „Co jest złego w szczęściu?”. Na pozór wydaje się, że nic, jednak nie w samym szczęściu tkwi problem, ale w nieustannej pogoni za nim. Gonitwa pochłania nasze myśli i ogromną część naszego życia³⁶. Zamiast cieszyć się tym, co się ma w danej chwili, tkwimy w ciągłym niezadowoleniu. Usiłujemy osiągnąć jakiegoś ideału, pełni, która w rzeczywistości nie istnieje. Potocznie sądzi się, że jednym z głównych składników szczęścia są pieniądze, jednak „wszystkie dostępne dane empiryczne zdają się potwierdzać, że w społeczeństwach zamożnych nie sposób dopatrzeć się związku między rosnącą zamożnością (...), a deklarowanym wzrostem poczucia szczęścia!”³⁷. A to właśnie chęć stania się zamożnym prowadzi nas do wielu wyrzeczeń związanych ze stylem życia i do niezadowolenia ze swojej sytuacji.

Istotne jest to, że sztuka masowa jest lustrem, w którym odbijają się ludzkie pragnienia i fantazje. Myślimy, że spełnienie ich przyniesie nam zadowolenie. Wielu ludzi zazdrości fikcyjnym postaciom wspańiałego życia, pełnego przygód i niezwykłych wrażeń. Chcielibyśmy być pięknymi ludźmi sukcesu, tak jak oni. Problem leży w tym, że przedstawione w sztuce masowej wzorce nie są zwykłą motywacją do działań. Przedstawiają wzory nieosiągalne dla większości z nas, pozostawiając ludzi w ciągłej pogoni za iluzją lub w wiecznym niezadowoleniu z własnej życiowej sytuacji. Do tego nie można powiedzieć, że problem ogranicza się do osiągnięcia zawodowego sukcesu. Dzieła sztuki masowej prezentują również

32 P.H. Lewiński, *Obraz świata w reklamie*, [w:] *Język a kultura*, t. 13, red. A. Dąbrowska, J. Anusiewicz, Wrocław 2000, s. 205-213 oraz 211.

33 Tamże, s. 211.

34 D. Doliński, dz. cyt., s. 149-150.

35 Tamże, s. 148.

36 Z. Bauman, *Sztuka życia*, przeł. T. Kunz, Kraków 2009, s. 7-8.

37 Tamże, s. 8.

obraz idealnej miłości, rodziny, dzieci, zdolności osobistych. Jak słusznie zauważył Erich Fromm, ludzie przestali zdawać sobie sprawę, że miłość jest sztuką, która wymaga pracy i wysiłku³⁸. Można powiedzieć, że jedną z przyczyn takiej sytuacji jest rozpowszechniony wzorzec miłości jako zakochania, które (samo z siebie) przezwycięży wszystkie trudności – jak to dzieje się w romansach.

Zakończenie

W dzisiejszych czasach kobiety i mężczyźni kształtujący swoją tożsamość postawieni są w dwojakiej sytuacji. Z jednej strony, mają ogromne pole manewru w sferze wyboru tego, kim mogą być, nie są sztywno uwiązani do z góry określonych ról społecznych. Z drugiej strony, kładziona jest na nich presja dotycząca tego, kim powinni być, mianowicie szczęśliwymi ludźmi sukcesu, którzy cały czas chcą od życia więcej. Czy można powiedzieć, że tego rodzaju presja ogranicza w jakimś stopniu wolność wyboru? Odpowiedź twierdząca może być kontrowersyjna, ale nie jest pozbawiona sensu. Sztuka masowa promuje niedoścignione wzorce osobowe, które mogą stać się pułapką, jeśli postanowimy do nich dążyć, pułapką – ponieważ nigdy ich nie osiągniemy.

Pozostaje pytanie: czy musimy im ulegać? Nasuwa się odpowiedź przecząca, jednak problem leży w tym, że utwory sztuki masowej odwołują się do fantazji, które już funkcjonują w społeczeństwie, które już są uznane za wartościowe. Moc tej gałęzi sztuki może polegać na dalszym ich rozpowszechnianiu. Do tego trudno jest uciec przed jej wpływem, ponieważ jest powszechna, spotykana na każdym kroku i co ważniejsze – uznana społecznie. Jeśli ktoś chciałby prowadzić życie zupełnie odmienne od wyznaczonych w ten sposób standardów, musi liczyć się z tym, że będzie w tym wyborze osamotniona/-y oraz że reszta społeczeństwa może odnosić się lekceważąco do innych sposobów na życie. Przykłady można mnożyć: od wyboru niszowego kierunku studiów, po mało prestiżowy zawód czy wybór poświęcenia się dla rodziny. Do tego my sami możemy żałować swoich wyborów, gdy zorientujemy się, że społeczeństwo niżej je ceni. Prowadzenie życia w zgodzie ze sobą, bez przejmowania się presją otoczenia zawsze wymagało odwagi i wytrwałości (lub specyficznego charakteru). Niemniej, kształtując swoje „ja”, warto zastanowić się nad kulturą, w której obecnie żyjemy. Może się bowiem okazać, że wolność wyboru jest ograniczona przez fantazje o doskonałym życiu, które zasiał nam w głowie ktoś inny.

38 E. Fromm, *O sztuce miłości*, przeł. A. Bogdański, Poznań 2014, s. 15.

Streszczenie/Summary

Celem artykułu jest refleksja nad granicą wolności w kształtowaniu przez człowieka własnego ja. Tożsamość ujmowana jest w rozumieniu narratywistów. Problem został zawężony do ograniczeń wolności ze strony sztuki masowej.

W rozumieniu narratywistów tożsamość jednostki jest refleksyjnym projektem, realizującym się w czasie. Każdy człowiek konstruuje ją samodzielnie. Współcześnie możliwości wyboru własnej drogi w ogromnym stopniu powiększyły się, jednak nadal to kim się stajemy nie zależy jedynie od nas samych. Poza ograniczeniami jakie towarzyszyły człowiekowi zawsze, jak na przykład warunki ekonomiczne, tradycja, oczekiwania bliskich, pojawiły się nowe trudności, jak presja, aby wyglądać i zachowywać się, jak człowiek sukcesu – niedościgniony wzorzec wytworzony przez sztukę masową. W artykule przedstawiona jest koncepcja tożsamości narracyjnej, głównie w ujęciu Charlesa Taylora i Anthony'ego Giddensa oraz pojęcie sztuki masowej w myśli Noëla Carrolla. Następnie przedstawiony jest możliwy wpływ sztuki masowej na to jak powinniśmy wyglądać, kim być oraz jak osiągnąć szczęście.

Słowa kluczowe: tożsamość, narracja, sztuka masowa, wzorce osobowe, szczęście.

Between freedom and pressure – the process of shaping identity according to narratives

The aim of this article is to reflect on the border of freedom in shaping the one's self. Identity is understood in the concept of narrativists. The problem has been narrowed to the limits of freedom caused by mass art.

According to narrativists, an individual's identity is a reflective project, realized in time. Everyone builds it independently. Nowadays, the possibilities of choosing our own path have grown tremendously, but still, what we are becoming does not depend only on ourselves. In addition to the constraints that accompany human beings, as economic conditions, tradition, expectations of loved ones, new difficulties have appeared, such as the pressure to look and behave like a man or woman of success – the unsurpassed pattern created by mass art. The paper presents the concept of narrative identity, mainly in terms of Charles Taylor and Anthony Giddens and the notion of mass art in Noel Carroll's thought. Then there is presented the possible impact of mass art on how we should look, who we should be and how to achieve happiness.

Keywords: self-identity, narrative, art mass, role models, happiness.