

CZAS WOLNY W DOBIE POSTMODERNIZMU

*Justyna Mokras-Grabowska**

Abstrakt

Cel. Omówienie na podstawie przeglądu literatury różnorodnych podejść do czasu wolnego. Analiza kontrowersji wokół pojęcia czasu wolnego. Prezentacja wybranych aktywności wolnoczasowych w odniesieniu do komodyfikacji i umasowienia, prestiżu oraz stylu życia.

Metoda. Analiza istniejących wyników badań i prac zarówno polsko-, jak i angielskojęzycznych: analiza treści (książek, czasopism naukowych), analiza historyczno-porównawcza, jakościowa ocena materiału.

Wyniki. Zastosowane metody badań ukazały duże zróżnicowanie w podejściu autorów do pojęcia czasu wolnego oraz jego autentyczności. Mimo iż wielu autorów skłania się do traktowania czasu wolnego jako czasu pozostającego po pracy i zajęciach obowiązkowych, dylematem pozostaje nadal kwestia dobrowolności podejmowanych aktywności wolnoczasowych i związanych z tym subiektywnych odczuć ich uczestników. Najnowsze badania zmierzają ku dynamicznej i holistycznej conceptualizacji tego pojęcia, nie ograniczając go tym samym do granic praca – rekreacja. Z analizy materiałów źródłowych wynika ponadto, że współcześnie formy wykorzystania czasu wolnego podlegają stopniowej komercjalizacji, podkreślając coraz częściej status społeczny i styl życia jednostki.

Ograniczenia badań i wnioski. Artykuł prezentuje subiektywnie wybrane przykłady form spędzania czasu wolnego.

Implikacje praktyczne. Analiza literatury przedmiotu może stanowić punkt wyjścia do dalszych badań nad autentycznością form wolnoczasowych.

Oryginalność. Mimo teoretycznego charakteru pracy, oryginalnym jej elementem jest podsumowanie funkcjonujących w literaturze teorii dotyczących czasu wolnego i jego autentyczności.

Rodzaj pracy. Artykuł o charakterze przeglądowym.

Słowa kluczowe: czas wolny, autentyczność, postmodernizm, prestiż, hedonizm, konsumpcja.

* Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk Geograficznych, Instytut Geografii Miast i Turystyki; e-mail: justyna.mokras_grabowska@op.pl

Wprowadzenie

Czas wolny oferuje wielość form i możliwości jego spędzania, opierających się na różnorodnych motywacjach i postawach. Ich wybór zależy m.in. od: płci, wieku, wykształcenia, wykonywanego zawodu, miejsca zamieszkania czy posiadanych dóbr. Duże znaczenie mają ponadto: położenie geograficzne, różnice historyczne oraz kulturowe. Sposób spędzania czasu wolnego jest zatem silnie uwarunkowany społecznym, ekonomicznym i cywilizacyjnym otoczeniem jednostki [Niezgoda 2014, s. 102].

W społeczeństwach ulegających globalizacji, formy spędzania czasu wolnego – podobnie jak wszystkie zjawiska kulturowe – ulegają znaczącym przemianom. Wpływ na autoteliczność spędzania czasu wolnego mają w tym przypadku m.in.: powstające nowe typy więzi społecznych, komercjalizacja, komodyfikacja (utowarowienie) i osłabienie więzi interpersonalnych. Zaniżają dotychczasowe formy ludyczności i ludyzmu. Spędzanie czasu wolnego staje się wskaźnikiem powodzenia i funkcjonowania jednostek oraz grup w społeczeństwie. Pojawia się przy tym tzw. zuniwersalizowana przestrzeń wartości, w której przyjemność i rozrywka stają się elementem codzienności (a nie tylko odświętności) [Paleczny 2011, s. 10].

Podstawę tej przestrzeni stanowi przekaz multimedialny, który często wypacza i upraszcza rzeczywistość – wszelka tematyka zaczyna być przedstawiana jako rozrywka, co jest typowe dla doby postmodernizmu. Coraz częściej czynności wolnoczasowe znajdują odzwierciedlenie w potrzebach konsumpcyjnych – poszukiwane są nowe formy wypoczynku, a czas wolny staje się czasem przeznaczonym na nabywanie coraz bardziej wyszukanych dóbr i usług [Niezgoda 2014, s. 101-104].

Czas pracy a czas wolny – kontrowersje wokół pojęć

Czas wolny, dostrzeżony już w starożytności, rozpoznawalną kategorią społeczną stał się dopiero na przełomie XVIII i XIX w. [Mroczkowska 2008, s. 89]. Będąc wcześniej postrzegany w kategoriach codzienność-odświętność, dopiero w dobie uprzemysłowienia nabrał nowego znaczenia. System kapitalistyczny spowodował bowiem wyraźne zmiany w postrzeganiu czasu wolnego w aspekcie czasu pracy.

Jako pierwszy w historii koncepcję czasu wolnego przedstawił Arystoteles, który przeciwstawiał czynności produkcyjne i obowiązkowe czynnościom służącym rozwojowi człowieka (m.in. filozofii, kontemplacji, nauce). Uważał też, że czynności, jakimi powinien być wypełniony czas wolny, to dążenie do doskonałości jednostki, możliwe dzięki kontemplacji, umiarowi w działaniu czy samorealizacji. Czas wolny według Arystotelesa był zatem szlachetnym działaniem i drogą do szczęścia. Ponadto, nie oznaczał końca

pracy, to praca była zdaniem Arystotelesa końcem czasu wolnego, który powinien być w jego opinii poświęcony sztuce, nauce oraz oznaczać oddawanie się kulturze duchowej [Kosiewicz 2006, s. 15].

Podejście arystotelesowskie określane jest w literaturze przedmiotu jako podejście klasyczne, oznaczające wyższy stan ludzkiego bytu, wyzwalaający samorealizację i oznaczający „wznoszenie się” ponad codzienność [Niezgoda 2014, s. 103]. Ponadto, w koncepcji tej pojawia się również kwestia czasu zajętego, mimo że jednostka oddaje się w nim przyjemnościom.

Również Ateńczycy uczynili czas wolny wartością autoteliczną, cenną samą w sobie, godną pożądania, wypełnioną filozofią i etyką (*scholē*). Według starożytnych Greków *scholē* to czas na poszukiwanie mądrości życia [Arendt 2000, s. 19]. W przeciwieństwie do *scholē* Grecy używali także terminu *ascholía*, oznaczającego czas wypełniony jakimiś obowiązkami, zajęty powinnościami.

Jak widać, już w starożytności dostrzegano rozdzielność czasu wolnego i czasu pracy, przy czym wyraźnie akcentowano związki czasu wolnego z kulturą, sztuką, samorealizacją i kontemplacją.

W czasach nowożytnych czas wolny analizowany był najczęściej w opozycji do czasu pracy (odrębność czasu wolnego i czasu pracy). Interesująca wydaje się być tu zwłaszcza hipoteza kongruencji, zakładająca zgodność czasu pracy i czasu wolnego. Podczas gdy z reguły czas wolny traktowany jest jako antidotum na monotonna, nie dająca satysfakcji pracę, hipoteza kongruencji mówi, że czas wolny jest dopełnieniem czasu pracy i jego kontynuacją [Winiarski 2011, s. 18]. Aktualnie jednak coraz częściej rezygnuje się z traktowania pracy jako punktu odniesienia dla czasu wolnego.

W tym aspekcie dosyć interesujące wydają się być wyszczególnione przez K. Czajkowskiego [1979, s. 17] kategorie czasu wolnego. Jak twierdzi autor, „czas wolny nie zawsze jest czasem w pełni wolnym”. W zależności od tego, ile czasu pozostaje człowiekowi, jaki jest jego zakres i cel, któremu służy, możemy mówić o dyspozycyjnym czasie wolnym – czasie wolnym od pracy, nie zajęтым samokształceniem i nie obejmującym zaspakajania potrzeb biologicznych (posiłki, sen, zabiegi higieniczne, zdrowotne), prac domowych i rodzinnych (opiekuńczych) oraz o czasie na wół wolnym. Zjawisko to oznacza czas przeznaczony na czynności, którym towarzyszy poczucie obowiązku ich wykonywania lub świadomość rzeczowych korzyści, ale które wykonujemy z pewnym marginesem swobody. Wśród takich czynności autor wymienia m.in. wychowywanie dzieci. A. Niezgoda [2014, s. 103] nazywa taki czas czasem częściowo wolnym, w którym nie pojawia się jakakolwiek obligatoryjność (ang. *semi-leisure*).

W literaturze przedmiotu pojawiają się ponadto takie terminy jak: czas niezupełnie wolny i czas dyskrejonalny. Istotna jest tu bowiem percepcja i interpretacja zachowań w czasie poza pracą. Dobrym przykładem są w tym przypadku zajęcia związane z wypełnianiem obowiązków rodzinnych, które jedni traktują jako osobistą przyjemność, a inni jako pozbawienie ich możli-

wości decydowania o swoim czasie wolnym. A zatem to, co dla jednych jest pracą, dla innych może mieć charakter rekreacyjny.

Zdaniem D. Nowalskiej-Kapuścik [2008, s. 28], aby pojęcie czasu wolnego miało sens, należy przyjąć, że w strukturze życia istnieje także czas „niewolny”, w którym zajmujemy się różnymi czynnościami obowiązkowymi. Z pewnością zatem czas wolny stanowi opozycję do czasu pracy, ale i obowiązków rodzinnych i społecznych. Jak podaje J.F. Murphy, elementy rekreacji mogą tkwić jednak także w pracy zawodowej, codziennych obowiązkach domowych, edukacji szkolnej i religii [Murphy 1974; cyt. za: Zowisło 2011, s. 65]. Każda działalność i aktywność człowieka zawiera w sobie potencjał czasu wolnego i rekreacji. Coraz częściej zatem dochodzi do łączenia aktywności zawodowej z wypoczynkiem, czego konsekwencją jest zacieranie się granicy pomiędzy czasem wolnym a czasem pracy.

Odmienny punkt widzenia na koncepcję czasu wolnego prezentuje J. Kosiewicz [2012, s. 77-81]. Zdaniem tego autora, jednostka nie dysponuje czasem wolnym zarówno w odniesieniu do przeszłości, jak i teraźniejszości i przyszłości. Istnieje jedynie pojęcie czasu zajętego i niezajętego. Według tej odmiennej koncepcji, wszystkie czynności, jakie podejmujemy, są wykonywane w czasie wolnym od innych form aktywności (związanych i nie związanych z pracą zawodową). Nawet gdy poddajemy się przyjemnościom, nie jest to czas wolny, lecz zajęty przez te przyjemności. Teoria ta pojawia się już u Arystotelesa, który twierdził, że czas jest zawsze zajęty – zarówno przez pracę, jak i sztukę, filozofię czy kontemplację, które stanowią często trudną i czasochłonną działalność jednostki. Według J. Kosiewicza, czas wolny nie istnieje, jest pojęciem abstrakcyjnym. Jedynie człowiek nieświadomy może posiadać czas wolny, jednak nie zdaje sobie z tego sprawy. Ponadto, autor twierdzi, że człowiek może posiadać czas wolny po śmierci duszy i ciała, będąc wówczas całkowicie pasywnym. Jest to jednak czas, z którego nie można już zrobić użytku [Tamże, s. 77-81]. Interesujące wydają się ponadto przemyślenia autora dotyczące czasu niewolników i więźniów, którzy posiadają czas wolny jedynie pozornie, będąc w rzeczywistości uzależnieni od nadzorca bądź wymiaru sprawiedliwości. Podobnie osoby bezrobotne bądź będące na emeryturze – nawet gdy nie wykonują pracy zawodowej, ich czas jest zawsze czymś zajęty. Zdaniem autora sformułowanie definicji czasu wolnego jest trudnym lub wręcz niemożliwym do wykonania zadaniem.

Zaprezentowane filozoficzne podejście J. Kosiewicza jest całkowicie odmienne od analizowanych w artykule koncepcji, ponieważ dotyczy wolności człowieka w sensie ontologicznym i nie jest przedstawiane w opozycji do czasu pracy. W aspekcie aktywności o charakterze rekreacyjnym praktyczne wydaje się jednak stosowanie kategorii czasu wolnego jako czasu poza pracą zawodową i wszelkimi czynnościami obligatoryjnymi, pozostającego do swobodnej decyzji jednostki, zgodnego z jej zainteresowaniami i reali-

zowanego m.in. na: rozrywkę, wypoczynek czy rozwój zainteresowań [Niezgoda 2014, s. 104]. W takim rozumieniu pojawia się ono w artykule.

Kompleksową definicję czasu wolnego (ang. *free time*, niem. *frei Zeit*) podaje m.in. R. Winiarski, według którego jest on definiowany zarówno w sposób ilościowy, jako część dobowego budżetu czasu, która pozostaje po wykonaniu wszelkich obowiązków zawodowych i pozazawodowych oraz po zaspokojeniu podstawowych potrzeb organizmu (fizjologicznych i higienicznych), jak również w sposób jakościowy, jako czas, którym człowiek może swobodnie dysponować, przeznaczając go np. na wypoczynek, rozrywkę i samodoskonalenie [Winiarski 2011, s. 15-16].

Czas wolny cechuje relatywizm wynikający z indywidualizacji i subiektywności doświadczeń, jego niepowtarzalności, unikalności i różnorodnych jego interpretacji [Mroczkowska 2011, s. 7-8]. Czas wolny jest tym, co wyróżnia jednostkę – jej indywidualność i decyzyjność. Istotny jest tu również kontekst społeczny – jednostkowe doświadczenia nabierają pełni dopiero w kontekście uwarunkowań sytuacyjnych. Wiele jest tu tzw. obszarów pogranicznych, aktywności hybrydowych, sfer niejednoznacznych i ambiwalentnych. Najczęściej dyskutowanymi kwestiami są w tym przypadku: instrumentalizacja, autoteliczność czy substytucyjność. Czas wolny należy zatem traktować jako pewien wymiar rzeczywistości społecznej oraz jako rodzaj doświadczenia indywidualnego (kategoria autonomiczna). Jest to ponadto kategoria dynamiczna i społecznie zmienna. Jest to przestrzeń zarówno dla możliwości, jak i ograniczeń, dla wolności i zniewolenia.

Istotnymi cechami czasu wolnego są: dobrowolność treści i formy zachowań, niekomercyjność oraz doświadczenie satysfakcji. Również pojęcie rekreacji wiąże się z czynnościami wykonywanymi dobrowolnie, dla odpoczynku, rozrywki, doskonalenia intelektualnego i estetycznego, dla biologicznego i duchowego rozwoju [Kunicki 2011, s. 29]. W rekreacji zawsze chodzi o regenerację organizmu, odbudowę fizyczną i psychiczną, osiąganą dzięki oderwaniu się od obowiązków przez aktywność ruchową, zabawę, rozrywkę, doznania duchowe czy intelektualne.

Czas wolny w rozumieniu potocznym, to czas bez obowiązków, zasad i harmonogramu działania. W praktyce jednak, pojęcie to wymyka się ze sztywnych ram, pozostawiając jednostce prawo do własnej interpretacji tej przestrzeni życia.

Autentyczność spędzania czasu wolnego – w pułapce prestiżu i hedonizmu

Kwestie dotyczące autentyczności spędzania czasu wolnego, a zwłaszcza autentyczności podróżowania, stanowią w ostatnich latach istotny temat wielu publikacji. Piszą o nich m.in. J. Urry [2007; 2010], J. Dielemans

[2011], MacCannel [2002], Z. Bauman [2000] czy J. Culler [1981]. M. Kazimierzak – nazywając sztukę podróży sztuką życia – podkreśla, iż „jesteśmy zalewani poradami dokąd podróżować, ale mało kto mówi nam dlaczego i jak to robić” [Kazimierzak 2011, s. 26]. Czym jest według autora wspomniana już sztuka podróżowania? Jego zdaniem, to każda forma turystyki, która przybliży jej uczestników do piękna zawartego w doświadczaniu świata. Autor pisze bowiem dalej, że „... owa sztuka polega na dochodzeniu do pewnej równowagi, między wyznaczonym sobie celem «bycia więcej w podróży» (pełniejszego doświadczania świata), a przyjemnością z przeżywania chwil «tu i teraz¹»” [Tamże, s. 26].

O autentyczności podróży turystycznych pisze m.in. Z. Bauman [2000]: „turyści nie należą do żadnego z miejsc, które odwiedzają, wszędzie są gośćmi, wszędzie w przejeździe. Gdziekolwiek by byli – są «na zewnątrz». Od wszystkiego i wszystkich turysta trzyma się «na odległość» i robi co może, aby dystans się nie kurczył. Znajduje się jakby wewnątrz «pęcherzyka», tam czuje się bezpiecznie. «Pęcherzyk» chroni przed siłą zasysania, lepkością otoczenia. Może wyruszyć w drogę w każdej chwili, gdy wszystko spowszednieje, gdy nowe podniecające przygody zamajaczą na horyzoncie” [Bauman 2000, s. 133-153].

Pojęcie autentyczności jest kojarzone z działaniami twórczymi, oryginalnymi, ze samoświadomym odkrywaniem i przeżywaniem świata natury i kultury [Kazimierzak 2011, s. 21]. Podstawą autentyzmu jest ludzka spontaniczność, dobrowolność, realizowanie źródłowych i prawdziwych pragnień jednostki [Zowisło 2011, s. 64]. Jej przeciwieństwem jest bezkrytyczne i automatyczne przyswajanie zewnętrznych wzorców. Pojawiają się wówczas tendencje do przeciętności, rozproszenia i działania mechanicznego. Sprzyja temu postawa człowieka ponowoczesnego – konsumenta i kolekcjonera wrażeń „w płynnej rzeczywistości” pozbawionej pryncypiów [Zowisło 2011, s. 77].

Autentyczność w przypadku spędzania czasu wolnego to przede wszystkim dobrowolność i spontaniczność. *Sponte* oznacza z łaciny twórcze działanie w sferze uczuciowej, intelektualnej i zmysłowej. Aktywność spontaniczna staje się możliwa wtedy, gdy człowiek akceptuje całą swoją osobowość, nie tłumi części swojego „ja”, kiedy staje się sam dla siebie „przejrzysty”, a różne dziedziny jego życia osiągają w nim integrację. Działalność spontaniczna to działalność nieprzymusowa, nieautomatyczna, nie polegająca na bezkrytycznym przyswajaniu sobie wzorców z zewnątrz. Aktywność spontaniczna to wolna aktywność własnego „ja” [Fromm 1998].

W obecnych czasach umasowienie, komodyfikacja i homogenizacja czasu wolnego prowadzą do powstania nowego porządku w ramach czasu wolnego i jego fragmentaryzacji [Mroczkowska 2011, s. 11]. Społeczeństwa no-

¹ Według M. Heideggera „bycie-tu-oto” (niem. „Da-sein”) [Heidegger 2004].

woczesne charakteryzują się dużą dozą pluralizmu [Sternicka 2008b, s. 17]. Nie posiadają one tym samym jednego spójnego systemu wartości i wzorców zachowań. Pojawia się w nich znacząca wolność, która daje możliwość wyboru również w aspekcie formy spędzania czasu wolnego. Coraz większym uznaniem cieszą się ci, którzy nie tylko mają czas wolny, ale potrafią go zagospodarować w wyrafinowany sposób [Nowalska-Kapuścik 2008, s. 29]. Czas wolny jest zatem kolejnym dobrem konsumpcyjnym. Nie jest to już coraz częściej „czas nicnierobienia”, jest to natomiast dobro, którym możemy zmanifestować naszą pozycję w pracy i w społeczeństwie².

W kwestii podróżowania dochodzi tu do paradoksu. Postnowoczesny turysta staje się zatem „podróżnikiem absurdalnym” (ang. *absurde traveller*), który nie chce już korzystać ze standardowej oferty biura podróży, lecz poszukuje przygód, absurdów, pojawia się w miejscach, w których jest na pozór brzydko i nudno [Sahaj 2011, s. 133]. Pozostaje zatem pytanie – czy taki podróżnik przejawia zachowania autentyczne, czy są one spontaniczne i zgodne z jego prawdziwym „ja”, czy reprezentują kolejną modę – tym razem modę na „bycie odmiennym”, innym, oryginalnym. Na pozór bowiem takie zachowania wolnoczasowe można by śmiało uznać za tzw. doświadczenie romantyczne, przeciwstawiane doświadczeniu zbiorowemu [Urry 2007, s. 130-131]. Doświadczenie romantyczne cechuje bowiem m.in. uduchowanie i kontemplacja miejsc w skupieniu i samotności, co wiąże się także z wyszukiwaniem coraz to nowych, oryginalnych (nie masowych) destynacji.

Dywagacje na temat autentyzmu spędzania czasu wolnego można zacząć od kwestii emanacji wolności, co oznacza otwartość na ludzi i świat, poszukiwanie inspiracji, przeżyć, wrażeń [Sahaj 2011, s. 121]. Podróżnik-włóczęga eksperymentuje, kosztuje lokalność i regionalizm. Istotne jest przy tym, że brak konkretnej destynacji nie oznacza wyprawy bez celu i sensu. Wspomniana wolność oznacza bowiem pewien rodzaj dryfowania.

Według J. Neulinger, istnieją dwie kategorie czasu wolnego – obiektywny i subiektywny. Czas wolny obiektywny to czas poza czasem pracy, subiektywny – to określony stan umysłu. Wiaże się to z poczuciem wolności jako subiektywnego stanu umysłu, z angażowaniem się w czynności poza pracą obowiązkową. Czas wolny określany jest w tym przypadku angielskim słowem *leisure* i oznacza czas niewymuszonej aktywności, pozostający do dyspozycji jednostki. *Leisure* dokonuje się w sferze świadomości, to stan umysłu decyduje o jakościowym znaczeniu czasu wolnego. Dominującą cechą jest w tym przypadku wolność wyboru. W języku polskim nie występuje odpowiednik słowa *leisure*, w znaczeniu którego nie chodzi tylko o wypoczynek w sensie potocznym, ale także podejmowane w czasie wolnym czynności.

² Już według T. Veblena, czas wolny był wyróżnikiem klasy próżniaczej i wskazywał na status jednostki [Niezgoda 2014, s. 106].

Koncepcja E. Fromma [1998] mówi o dwóch rodzajach wolności – „wolności od” (od instynktownie zdeterminowanego działania, pierwszy akt wolności człowieka) i „wolności do” (wolność „pozytywna”, dająca człowiekowi poczucie niezależności). „Wolność do” człowiek może realizować poprzez bycie samym sobą, realizację swojego „ja”. Jest to wolność polegająca na spontanicznej, a zatem autentycznej aktywności osobowości.

Do ciekawych spostrzeżeń dochodzi M. Michalski [2008, s. 107, 114], który przywołuje dwie grupy ludzi mających problemy z czasem – pracoholików i bezrobotnych, których relacja z czasem wolnym przypomina rodzaj niewoli. Pojawia się tu określenie „zakłęci w czasie” – jedni w czasie pracy, drudzy w czasie bez pracy. Dwa pojęcia: „nuda” i „pośpiech”, mają wiele wspólnego – są w istocie przeszkodą, którą chce się jak najszybciej pokonać, a nastawienie jednostki do sytuacji, w której się znajduje jest negatywne. W przypadku wspomnianych dwóch grup społecznych czas wolny jest więc „zabijany” przez różne czynności, mające na celu niejako pozbycie się jego nadmiaru. Wtedy – jak pisze M. Czerepaniak-Walczak (2011, s. 201) – czas ten może być wypełniany próżniaczeniem i zachowaniami pasożytniczymi, przynoszącymi szkody zarówno danej jednostce, jak i jej otoczeniu.

Omawiane zagadnienia odwołują się do współczesności, która przez wielu autorów określana jest mianem postnowoczesności bądź postmodernizmu. Jak pisze J. Urry [2007, s. 126], postmodernizm to termin bardzo trudny do zdefiniowania. Zdaniem autora, pojęcie to odnosi się do pewnego systemu znaków i symboli. Różne obszary aktywności społecznej zaczynają się na siebie nakładać („od-różnicowanie”). Stają się spektaklem i grą, a kultura przestaje być uduchowiona („kultura postmodernistyczna jest antytezą uduchowienia”). Podważana jest wartość, wyjątkowość i oryginalność dzieł. W miejscu kontemplacji pojawia się rozrywka. „Od-różnicowanie” jest przeciwieństwem modernistycznego różnicowania i oznacza różnicowanie struktury różnych obszarów aktywności społecznej, gdzie obszary te nakładają się na siebie. Podważana jest oryginalna wartość i wyjątkowość wytworów kultury, które zaczynają funkcjonować jako rozrywka. Pojawia się bodziec, przyjemność, przestaje liczyć się autentyczna wartość, zaburzana jest hierarchia wartości [Urry 2007, s. 128]. Co więcej tożsamość zanika, staje się jedynie spektaklem, przedstawieniem.

Postmodernizm jest terminem stosowanym do określenia przemian kulturowych, jakie zaszły w zachowaniach społecznych po II wojnie światowej. Jest to również określenie kultury epoki kapitalizmu, oznaczające nadprodukcję znaków i towarów (tzw. uwodzenie konsumenta) [Myśliwska 2011, s. 134]. W wyniku zaniku obowiązujących dotąd reguł i rozwoju pluralizmu nie ma już niepodważalnej prawdy (tzw. upadek wielkich narracji), pojawiają się natomiast ekstremalne i skrajnie fascynujące formy spędzania czasu wolnego. Konsekwencją opisanych zjawisk jest zatem pastisz, pomieszanie kultury elitarnej i masowej. Kolejną cechą charakterystyczną dla

postmodernizmu jest estetyzacja życia codziennego, będąca istotną przyczyną uczestnictwa w różnorodnych (i coraz bardziej wyszukanych) formach rekreacji fizycznej.

W erze postindustrialnej (ponowoczesnej) czas wolny człowieka coraz częściej stapia się z czasem pracy, co wynika ze zmian, jakie dokonały się w systemach wartości społeczeństw krajów wysoko rozwiniętych na przełomie XX i XXI w. Wartości te, to szczęście, dobre samopoczucie, jakość życia, zdrowie, sprawność fizyczna [Winiarski 2011, s. 20]. Coraz częściej to nie ilość czasu wolnego, lecz sposób jego wykorzystania staje się wyznacznikiem statusu społecznego oraz stylu życia człowieka.

Zdaniem P. Rymarczyka [2006, s. 29], we współczesnych społeczeństwach rozwiniętych, aktywności ludzkie mają quasi-obowiązkowy charakter, współkształtują samoocenę i determinują status społeczny jednostki. Wiele aktywności wykonywanych współcześnie przez człowieka daje zatem poczucie społecznej adekwatności. Pojawia się chęć umocnienia statusu społecznego i czerpania ukrytej przyjemności z tymczasowego pozowania na członka klasy społecznej wyższej od własnej [Kazimierczak 2011, s. 20]. Pojawia się zatem „wyrachowany hedonizm”, moralne przyzwolenie na bez troskę oraz budowanie prestiżu opartego na „byciu na czasie” [Urry 2007, s. 137].

Istotne wydaje się tu również wytłumaczenie słowa prestiż, które w socjologicznym znaczeniu oznacza autorytet, poważanie i szacunek innych. Opiera się ono na obiektywnym kryterium stratyfikacji, opartym m.in. na wykształceniu i stylu życia. Jest jedną ze składowych statusu społecznego. Z kolei styl życia oznacza przestrzeń autoekspresji jednostki. W przestrzeni tej odbywa się eksperymentowanie z własnym „ja”, poszukiwanie alternatywnego sposobu na życie, w tym wybór sposobu spędzania czasu wolnego. Paradoksalnie jednak, wybór ten może stać się elementem zniewolenia jednostki przez stosowanie narzuconych przez społeczeństwo norm będących aktualnie „na czasie”.

Konsumpcja stała się zatem aktem społecznym, nie odnosi się już jedynie do wymiaru materialnego (konsumowanie towarów i usług), lecz także do wymiaru symbolicznego (wzorce osobowe, styl życia, prestiż i dobra luksusowe). Jak pisze D. Nowalska-Kapuścik [2008, s. 27], ponowoczesny świat stał się całodobowo otwartym „supermarketem”, w którym dokonujemy nie tylko zakupu przedmiotów i usług, ale także wartości, czego przykładem może być m.in. uzyskanie aprobaty innych, przez zyskanie nowego statusu społecznego. Życie człowieka stało się „aktem nabywania”.

Również sfera czasu wolnego podlega prawom rynku. Sposób spędzania czasu wolnego stanowi zatem podstawę do umieszczenia jednostki w odpowiednim miejscu konsumpcyjnej społeczności. W ten oto sposób czas wolny ma coraz mniej wspólnego z wolnością. Konsumpcja staje się wyzwaniem dla autoteliczności czasu wolnego, którego spędzanie uzależnione jest coraz

częściej od rynku [Mroczkowska 2008, s. 95]. Czas wolny stanowi pole do realizacji potrzeb hedonistycznych.

Analizując zjawisko konsumpcji, należy zatem wziąć pod uwagę kwestie dotyczące prestiżu. Brak możliwości konsumowania drogich, ulepszonych produktów przynosi ujmę i jest dowodem niższości [Nowalska-Kapuścik 2008, s. 34]. Czas wolny doskonale nadaje się do prezentacji swoich możliwości konsumpcyjnych. Masowy charakter sfery czasu wolnego przyczynia się do podróżowania „na pokaz”, które musi być zauważone i ocenione przez innych. Wiąże się to z praktykowaniem przez ludzi schematycznych wzorców zachowań i nieustannym dostosowywaniem się do rzeczywistości. Chodzi tu o tzw. dopasowanie form spędzania czasu wolnego do aktualnych trendów oraz przynależności do preferowanych grup społecznych, co daje w konsekwencji zgodność form spędzania czasu wolnego z wizerunkiem. Paradoksalnie, w efekcie mamy do czynienia z czasem niewolnym, który jest kształtowany przez środki masowego przekazu, tzw. doświadczenie zbiorowe [Urry 2007, s. 79] i lansowane wzory osobowe. Bardzo ciekawe wydaje się w tym momencie zastosowane przez D. Nowalską-Kapuścik [2008, s. 35] określenie „nabywania przeróżnych modeli tożsamości”, dopasowanych do zmieniających się mód.

Jak pisze D. Mroczkowska [2008, s. 91], obecnie pojawia się nowy trend konsumpcji czasu wolnego – jednostka stara się zmieścić coraz większą ilość informacji w stałej ilości czasu. Stosowane są tzw. substytuty czynności czasu wolnego, które można realizować w krótszym czasie. Ponadto, wiele czynności wykonywanych jest jednocześnie (bez rezygnacji z żadnej z nich) i w końcu planowanie czynności odbywa się tak, aby harmonogramy spędzania czasu wolnego nie zawierały żadnych luk. Zdaniem autorki, jest to tzw. wersja „instant”, wprowadzająca nowy rytm, ale i nową nerwowość, kompulsywność działań i pobieżność.

Ponadto, autorka podkreśla, że czas wolny staje się przestrzenią o mozaikowym charakterze, w którym działania nakładają się na siebie – zaciera się czas pracy i czas wolny od niej. Pojawia się tzw. *timeless time*, czyli tzw. beczasowość, umożliwiającą zajmowanie się kilkoma czynnościami naraz, w wymiarach: rzeczywistym i wirtualnym. Następuje czasowe spiętrzenie – kompresowanie w jak najkrótszym czasie jak największej ilości ofert i doświadczeń [Mroczkowska 2008, s. 99].

Na podstawie zaprezentowanych powyżej przemysłów wyraźnie widoczny jest fakt, że czas wolny przestaje być wartością autoteliczną, jest skrupulatnie zorganizowany, zaplanowany i przynosi wyraźne zyski. Według M. Sternickiej, „... szczęściem wydaje się dziś dobrobyt, którego symbolem jest posiadanie pewnego rodzaju przedmiotów, czy korzystanie z takich, a nie innych form rozrywek” [Sternicka 2008b, s. 226]. Człowiek postmodernistyczny chce już nie tylko intensywnie pracować, ale równie intensywnie odpoczywać. Zwiększona w obecnych czasach (względem społeczeństwa prze-

mysłowego) ilość czasu wolnego staje się polem realizacji hedonistycznych pragnień konsumpcyjnych [Sternicka 2008b, s. 227]. W takim podejściu widoczna jest jednak nadinterpretacja pojęcia szczęścia, które utożsamiane jest obecnie coraz częściej z krótkotrwałą przyjemnością. Przyjemność, związana ze światem zewnętrznym, może być jedynie źródłem tymczasowego zadowolenia, podczas gdy stan szczęśliwości jest niezmienny i trwały.

Wybrane formy spędzania czasu wolnego i ich autentyczność

Czas wolny, jego forma i jakość w znacznej mierze zależą od stylu życia jednostki, który oznacza zespół codziennych zachowań specyficznych dla danej zbiorowości, a także charakterystyczny sposób bycia odróżniający tę jednostkę od innych [Muszyński 2008, s. 7]. Styl życia jest więc swego rodzaju manifestacją odrębności.

Formy spędzania czasu wolnego ulegają komercjalizacji, a co za tym idzie przybierają postać wyreżyserowanych widowisk, które mają służyć rozrywce i przyjemności uczestników, ale także przynosić zyski ich organizatorom. A zatem, ludyzm (zabawa), posiadający etniczne i kulturowe korzenie, staje się coraz częściej zjawiskiem masowym. Formy ludyzmu zaliczane niegdyś do elitarnych, takie jak np. golf, polo czy tenis, pozostają elitarne tylko w aspekcie finansowym, a nie kulturowym. Interesujące jest w tym przypadku także zjawisko ekskluzywizmu – najwyższe klasy społeczne zamykają się przed „tłumami” w celu utrzymania swojej odrębności i atrakcyjności.

Konsumpcyjny charakter spędzania czasu wolnego powoduje, że w miejscu odświętności pojawia się zjawisko przesytu, a więzi wspólnotowe są utrwalane dzięki konsumpcji. W społeczeństwach konsumpcyjnych na zabawę natrafia się niemal na każdym kroku. Powstają instytucje, których celem jest dostarczanie (sprzedawanie) przyjemności – pojawia się zatem hedonizm społeczeństwa konsumpcyjnego, nastawionego na zabawę [Kantor 2011, s. 36]. Kreowana jest nowa przestrzeń zabawy, zwana także „totalną przestrzenią ludyczną” czy „królestwem niezliczonych form zabawy”.

Współczesne tendencje postmodernistyczne prowadzą więc do powstania zjawiska „przymusowego czasu wolnego”, które oznacza m.in. przyjmowanie obowiązkowych wzorów zachowań w czasie wolnym, jak np. uczęszczanie na zajęcia fitness, odwiedzanie ośrodków typu spa & wellness czy oglądanie modnych w danym momencie programów telewizyjnych. Tendencja ta oznacza, że jednostka przejmuje pewne „obowiązujące” w danej chwili wzorce.

Ciekawego określenia w odniesieniu do opisywanych zjawisk używa K. Kruk, mówiąc, że obecnie podstawowym składnikiem ludzkiej egzystencji stała się ekstaza konsumpcyjna. Pojawia się zatem tzw. postawa ludycz-

na, czyli potrzeba niemal nieprzerwanej zabawy oraz „przyjemnościowa” motywacja do różnego typu działań [Kruk; cyt. za: Podsiadło 2011, s. 125]. R. Kantor [2013, s. 28] pisze o „cofaniu się” tego, co nazwane zostało rzeczywistością realną, na rzecz rzeczywistości ludycznej (zabawowej).

Według G. Ritzera [2001, s. 144-155], procesowi komercjalizacji podlegają tzw. przestrzenie czasu wolnego. Autor wymienia wśród nich: *shopping malle* (centra handlowe, centra rozrywki), pożywienie typu *fast food* (nastawienie na ilość i szybkość), parki tematyczne (zorganizowane, sterylne i bezpieczne przestrzenie oparte na systemie znaków), ofertę telewizyjną oraz uczestnictwo w rozrywkach sportowych (pozbawione spontaniczności i autoteliczności). Nawiązuje także do „kolekcjonowania doświadczeń” podczas podróży turystycznych – gdzie wyjazd turystyczny przestaje być czasem wolnym, a staje się „odwiedzaniem żelaznych punktów” – miejsc, które „wypada” zobaczyć. Wszystkie opisane powyżej zjawiska mają związek z terminem „cywilizacja czasu wolnego” (ang. *leisure civilization*), którego powstanie ma niewątpliwie swoje korzenie w zmianach indywidualnego systemu wartości [Nieżgoda 2014, s. 106].

W literaturze przedmiotu analizowanych jest wiele form spędzania czasu wolnego. Od wizyt w centrach handlowych, przez oglądanie telewizji i formy interaktywne, po sport i turystykę. Do interesujących wniosków dotyczących autoteliczności spędzania czasu wolnego dochodzi M. Sternicka [2008a, s. 226-233], opisując formę zabawy, jaką jest *clubbing*. Jak pisze autorka, jest to zjawisko elitarne, a tzw. klaberzy uczęszczają tylko do modnych klubów. Elitarność wyraża się także w tym, że nie każdy może wejść do klubu – narzucany jest preferowany styl i dochodzi do tzw. selekcji uczestników imprezy. Autorka pisze dalej, że zabawa jest wyrazem właściwych danej kulturze wartości, a zatem *clubbing* odzwierciedla charakterystyczną dla współczesnych społeczeństw kulturę konsumpcji. Według J. Baudrillarda, występuje nawet coś, co określa się mianem „imperatywu zabawy” – potrzebując doświadczać coraz to nowych wrażeń, nieustannie walczymy o osiągnięcie euforii [Baudrillard 2006; cyt. za: Sternicka 2008a, s. 230]. Nie jest też obojętne, do jakiego klubu się chodzi – w klubach „się bywa”, tam liczy się marka, strój, widać nowe trendy, tam powstają rytuały konsumpcji.

Podobnie tłumaczony jest również fenomen rosnącej popularności sportów ekstremalnych – z jednej strony jest to chęć ucieczki przed komercyjnym stylem życia, a z drugiej ich widowiskowość właśnie taka komercjalizacja cechuje (m.in. media, producenci sprzętu specjalistycznego) [Czerner 2012, s. 140]. Wiele dziedzin sportów ekstremalnych „swoją karierę” zawdzięcza ideologizacji. Ich elitaryzm w czasach współczesnych oznacza m.in. : młodość, luz, snobizm, wolność, nobliwość i nonkonformizm (np. *snowboard*, *freeride*, *freestyle*). Sporty ekstremalne noszą znamiona odświętności, odezwania się od „normalnego świata”, dnia codziennego. Jest to uczestnictwo

w kulturze ryzyka, a także wolność i przyjemność związana z samorealizacją. Jednakże z rynkowego punktu widzenia, uczestnik takich sportów jest jedynie „klientem nabywającym produkt wyzwolenia”, wpadając tym samym paradoksalnie w rynkową pułapkę „postkolonialnego zniewolenia” [Czerner 2012, s. 147]. Co więcej wymagana w tym przypadku odwaga prowadzi do zwiększenia prestiżu – jak pisze G. Pomfred [2006, s. 117], jedną z motywacji uprawiania form turystyki wysokogórskiej jest właśnie prestiż i chęć zaakcentowania odmiennego stylu życia. Najczęściej zwolennicy sportów ekstremalnych po pewnym czasie poszukują jednak nowych wrażeń.

W społeczeństwach późnej nowoczesności wypada się wyróżniać. Funkcjonuje także powinność bycia zdrowym, sprawnym, szczęśliwym, pełnym życia i dynamicznym [Biedroń 2012, s. 153]. Aktywność sportowa jest zatem traktowana jako forma kompensacji niezaspokojonych potrzeb i sposób na poprawienie pozycji społecznej. Kondycja psychofizyczna jest wyznacznikiem sprostania przyjętym przez jednostkę rolom społecznym. To lepsza „pozycja rynkowa”, większe poczucie wolności wyboru. Złudzenie dokonywanych wyborów w ofercie możliwości spędzania czasu wolnego jest więc w efekcie podporządkowane kulturze promującej i nagradzającej określone zachowania (gratyfikacje). W społeczeństwie postmodernistycznym kultura fizyczna zajmuje ważne miejsce na liście społecznych priorytetów.

Ciekawym zjawiskiem społecznym z zakresu aktywnych form wypoczynku jest m.in. tzw. kultura backpackerów (ang. *backpacker culture*). Wykształcona z ruchu *hippie* w latach 50-70. XX w., obecnie staje się „mainstreamowym” zjawiskiem w turystyce, swoistą subkulturą [Paris 2009, s. 25]. Backpackerzy nie są już niszową alternatywą dla podróżowania, trudno zatem wyznaczyć granice pomiędzy nimi a innymi turystami. Za pięć podstawowych filarów takiej formy spędzania czasu wolnego uznaje się: niskie nakłady wyjazdu, poznawanie nowych ludzi, wolność, niezależność i otwartość oraz podróżowanie tak długo, jak to możliwe. Wyraźny jest tu zatem indywidualizm, związany z takimi wartościami, jak: wolność, niezależność, tolerancja, niski budżet czy kontakty z lokalnymi społecznościami. Moda na „wędrowanie z plecakiem” przyczyniła się stopniowo do rozwoju odpowiedniej infrastruktury noclegowej (m.in. *backpacker hostels*), transportowej czy też do powstania biur podróży zajmujących się tego typu formą aktywnego wypoczynku. Ponadto istnieją liczne fora, blogi czy grupy dyskusyjne skupiające zwolenników tej formy podróżowania. Mimo że backpackerzy wydają znacznie mniejsze kwoty pieniędzy na swoje podróże w porównaniu z turystami masowymi, biorą udział w dość wyszukanych formach aktywności, co wiąże się z ich ogólnie większą ruchliwością i zaangażowaniem w eksplorację wybranej przez siebie przestrzeni.

Na podstawie badań przeprowadzonych w Republice Południowej Afryki [Visser 2004, s. 283-299] można wnioskować, że backpackerzy w tym kraju sięgają po bardzo wyszukane formy spędzania czasu wolnego, jak np.: *bun-*

gee jumping, white water rafting (spływy pontonowe lub kajakowe górkami rzekami), nurkowanie z rekinami, jazda na rowerach po terenach górskich czy windsurfing. Wszystko to podkreśla coraz większy elitaryzm, swoistą modę na „wędrówanie z plecakiem”.

Dominującym sposobem spędzania czasu wolnego w ostatnich latach stało się oglądanie telewizji. Jak podaje A. Jaworska [2012, s. 318], telewizja jest „kulturowym epicentrum społeczeństw”. Polacy statystycznie spędzają przed telewizorem średnio 4-5 godzin dziennie³. Nawet rozwój oferty alternatywnych form rozrywki (w tym Internetu i telefonii komórkowej) nie spowodował zmniejszenia się tego zjawiska. Wśród widzów wyróżniane są różne ich kategorie – tzw. zapperzy (pstrykacze), którzy poszukują coraz to nowych wrażeń, widzowie lojalni, starannie wybierający kanały telewizyjne, oraz widzowie przypadkowi – oglądający telewizję, gdy nie mają alternatywnych form rozrywki.

Zjawisko powszechnej konsumpcji mediów nazywane jest mediatyzacją czasu wolnego. Telewizja jako „medialna pułapka” i „złodziej czasu wolnego” wpływa negatywnie na relacje interpersonalne (dostarczając ekranowych substytutów) czy jakość czasu spędzanego z dziećmi. Oglądanie telewizji jest często określane jako czas stracony [Mateja 2012, s. 331]. Coraz bardziej popularne jest także zjawisko wielozadaniowości, polegające na pracy i wykonywaniu zadań domowych przy jednoczesnym oglądaniu telewizji. Ciekawe podejście do spędzania czasu wolnego przed telewizorem prezentują ponadto osoby z wyższym wykształceniem – usprawiedliwiając oglądanie telewizji czy też tworząc tzw. indywidualne regulaminy oglądania. Dla innych z kolei oglądanie ulubionych programów telewizyjnych przybiera formę rytualizowaną [Muszyński 2012, s. 14].

Jeszcze inną formą spędzania czasu wolnego i jednocześnie kolejnym przykładem jego mediatyzacji są interaktywne (interakcyjne) media, w tym zwłaszcza Internet. Interaktywność oznacza w tym przypadku fakt obejmowania różnych środowisk: grupy dyskusyjne, fan-kluby, robienie zakupów, czaty i fora dyskusyjne. Dobrym przykładem jest także e-prasa, która nie tylko stanowi cenne źródło informacji, ale również stała się interaktywną formą rozrywki, spędzania czasu wolnego.

Internet stał się „domowym centrum rozrywki”, którego zwolennicy dokonują tzw. prosumpcji, oznaczającej konsumpcję połączoną z produkcją (tworzenie i dystrybuowanie w sieci zdjęć, muzyki, filmów, tworzenie stron internetowych). Dochodzi zatem do modyfikacji wzorów spędzania czasu wolnego oraz mediatyzacji wzorów wypoczynku [Krawczak 2009, s. 71]. W znacznej mierze zjawisko to wynika z hedonizmu społeczeństw konsumpcyjnych. Świat Internetu jest z jednej strony zagrożeniem dla podstawowych, wychowawczych funkcji czasu wolnego, a z drugiej – przy od-

³ Dane TNS OBOP [Jaworska 2012, s. 318].

powiednim przygotowaniu do racjonalnego z nich korzystania – szansą na rozwój jednostki i społeczeństwa (kształtowanie zainteresowań, rozwijanie hobby, utrzymywanie kontaktów).

Wybitne znamiona postmodernistycznych zachowań wolnoczasowych noszą także odwiedziny w centrach handlowych (nazywanych przez J. Urry „pałacami towarowymi”). Miejsca te przyciągają tzw. postkonsumentów – ludzi, którzy świadomie „bawią się” w zakupy. Często są to jednak tylko wizyty mające na celu kolekcjonowanie widoków, konsumpcję przestrzeni centrów handlowych. Jak podaje L. Lutzoni [2009, s. 192], centra handlowe (ang. *urban islands of leisure and consumerism*) stały się „świątyniami” (ang. *shopping sanctuaries, temples*), w których zakupy nie mają już jedynie funkcji czysto pragmatycznej, lecz stają się przeżyciem, sposobem na spędzanie czasu wolnego (ang. *leisure practice*), które charakteryzują swoiste rytuały. Centra handlowe – zdaniem autorki – narzucają specyficzny styl życia miejskiego, będący sztuczną alternatywą dla tradycyjnych form wypoczynku i rozrywki. Taki styl życia to poszukiwanie nowych wrażeń, ale także prestiżu – nabyte towary często decydują o przynależności do danej grupy społecznej. Tym, co przyciąga, jest w tym przypadku symulacja rzeczywistości oraz przestrzeni, w której konsument jest poza czasem i przebywa w specjalnie wykreowanej rzeczywistości w sposób anonimowy. Centra handlowe dają poczucie bezpieczeństwa, można się w nich poczuć „jak w domu”, choć są miejscami bez tożsamości, wyrwanymi z kontekstu.

Centrum handlowe to także miejsce spotkań, odpoczynku, rozrywki i spacerów. Przechadzanie się wzdłuż wystaw sklepowych wytwarza specyficzną atmosferę i prowadzi do stanu emocjonalnego, który ostatecznie przekonuje odwiedzających do zakupów. Od lat osiemdziesiątych XX wieku centra handlowe, przechodząc stopniowo wiele przeobrażeń, zostały wzbogacone o atrakcje dodatkowe (ang. *extra commercial attractions*), jak np. multiplexy kinowe, obiekty rekreacyjne czy gastronomiczne. Stały się tym samym miejscami łączącymi handel z rozrywką i rekreacją, a tym samym odgrywającymi znaczącą rolę w sferze zagospodarowania czasu wolnego.

Wnioski

W rozumieniu potocznym czas wolny to czas bez obowiązków, zasad i harmonogramu. W praktyce kwestie dotyczące autentyczności czasu wolnego budzą współcześnie wiele kontrowersji. Komodyfikacja i umasowienie powodują, że człowiek ponowoczesny traktuje czas wolny jako dobro konsumpcyjne, którym manifestuje swoją pozycję społeczną. Aktywności podejmowane w ramach czasu wolnego przybierają coraz częściej quasi-obowiązkowy charakter. Pojawia się „wyrachowany hedonizm”, „bycie na czasie”, reżim prowadzący do zmęczenia i nerwowości, co jest zaprzeczeniem podstawowych funkcji re-

kreacyjnych. W ten sposób czas przestaje być wartością autoteliczną, stając się jedynie dobrem nabywalnym, zaspakajającym pragnienia konsumpcyjne. Poparciem powyższej tezy jest wiele współcześnie podejmowanych aktywności wolnoczasowych, którymi kieruje „imperatyw zabawy” i snobizm. Charakterystycznym zjawiskiem jest ponadto mediatyzacja czasu wolnego, którego prosumpcja staje się stopniowo zagrożeniem dla podstawowych wychowawczych i kulturotwórczych funkcji czasu wolnego.

Bibliografia

- Arendt H. (2000), *Kondycja ludzka*, Fundacja Aletheia, Warszawa.
- Bauman Z. (2000), *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Wyd. Sic!, s.c., Warszawa.
- Biedroń M. (2012), *Kultura fizyczna czy subkultura ciała? Ciało jako refleksyjny projekt indywidualny*, [w:] „Cudne manowce?” *Kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 149-160.
- Culler J. (1981), *Semiotics of tourism*, [w:] “American Journal of Semiotics”, s. 127-140.
- Czajkowski K. (1979), *Wychowanie do rekreacji*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Czerepaniak-Walczak M. (2011), *Pedagogika czasu wolnego: schole w szkole i poza szkołą*, [w:] *Rekreacja i czas wolny*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Winiarskiego, Oficyna Wydawnicza „Łośgraf”, Warszawa, s. 200-235.
- Czerner A. (2012), *Niedzielni łowcy wrażeń – obszary ryzyka zinstytucjonalizowanego w sportach ekstremalnych*, [w:] „Cudne manowce?” *Kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 138-148.
- Dielemans J. (2011), *Witajcie w raju. Reportaże o przemyśle turystycznym*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec.
- Fromm E. (1998), *Ucieczka od wolności*, Czytelnik, Warszawa.
- Heidegger M. (2004), *Bycie i czas*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Jaworska A. (2012), „*Terror pilota*” czyli *telewizja na co dzień*, [w:] „Cudne manowce?” *Kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 317-325.
- Kantor R. (2013), *Zabawa w dobie społeczeństwa konsumpcyjnego. Szkice o ludyźmie, ludyczności i powadze a w istocie jej braku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Kantor R. (2011), *Spółczesność konsumpcji zabawy. Przypadek polski*, [w:] *Wąz w raju. Zabawa w społeczeństwie konsumpcyjnym*. Praca pod

- redakcją R. Kantora, T. Palecznego, M. Banaszkiewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 31-55.
- Kazimierzczak M. (2011), *W poszukiwaniu praktycznej filozofii podróży*, [w:] „Folia Turistica”, nr 24, AWF w Krakowie, Kraków, s. 11-33.
- Kosiewicz J. (2006), *Spór o istnienie czasu wolnego*, [w:] *Turystyka i rekreacja. Wymiary teoretyczne i praktyczne*. Praca zbiorowa pod redakcją J. Kosiewicza, K. Obodyńskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, s. 15-18.
- Kosiewicz J. (2012), *Free Time versus Occupied Time in a Philosophical Context*, [w:] “Physical Culture and Sport. Studies and Research”, vol. LV.
- Krawczak E. (2009), *Medialne formy spędzania czasu wolnego*, [w:] „Małe tęsknoty?” *Style życia w czasie wolnym we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 65-72.
- Kruk K., *Homo consumens*. http://www.barter.org.pl/homo_consumens.php (15.04.2010).
- Kunicki B.J. (2011), *Historia rekreacji*, [w:] *Rekreacja i czas wolny*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Winiarskiego, Oficyna Wydawnicza „Łośgraf”, Warszawa, s. 29-63.
- Lutzoni L. (2009), *Shopping as an urban leisure activity*, [w:] “Enhancing the city. Urban and landscape perspectives”, vol. 6, s. 187-204.
- Mateja B. (2012), *Kochamy polskie seriale? Czas wolny a oglądanie seriali telewizyjnych*, [w:] „Cudne manowce?” *Kultura czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 326-338.
- Michalski M. (2008), *Czy niewolnik ma czas wolny? O niewolnikach pracy i niewolnikach jej braku*, [w:] *Czas ukoi nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 102-118.
- Mroczkowska D. (2008), *Czas wolny jako kategoria społecznie i kulturowo zmienna. Przeobrażenia w czasowej organizacji oraz doświadczaniu czasu wolnego*, [w:] *Czas ukoi nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 89-102.
- Mroczkowska D. (2011), *Czas wolny. Refleksje, dylematy, perspektywy*, [w:] *Czas wolny. Refleksje, dylematy, perspektywy*. Praca zbiorowa pod redakcją D. Mroczkowskiej, DIFIN, Warszawa, s. 7-17.
- Muszyński W. (2008), *Pułapka czy szansa antropocentryzmu kultury postmasowej*, [w:] *Czas ukoi nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 7-14.
- Muszyński W. (2012), *Style życia w czasie wolnym – wielość wymiarów*, [w:] *Małe tęsknoty? Style życia w czasie wolnym we współczesnym społeczeń-*

- stwie. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 7-15.
- Myśliwska K. (2011), *Socjologia czasu wolnego*, [w:] *Rekreacja i czas wolny*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Winiarskiego, Oficyna Wydawnicza „Łośgraf”, Warszawa, s. 134-159.
- Niezgoda A. (2014), *Czas wolny a zmiany na rynku turystycznym*, [w:] *Przeszłość, teraźniejszość i przyszłość turystyki. Warsztaty z geografii turystyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 101-112.
- Nowalska-Kapuścik D. (2008), *Czas wolny czy czas niewolny? O znaczeniu czasu wolnego w społeczeństwie konsumpcyjnym* [w:] *Czas ukoi nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 26-36.
- Paleczny T. (2011), *Zabawa w czasach globalizacji*, [w:] *Wąż w raju. Zabawa w społeczeństwie konsumpcyjnym*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Kantora, T. Palecznego, M. Banaszkiewicz, wyd. UJ, Kraków, s. 9-29.
- Paris C.M. (2009), *The virtualization of backpacker culture*, [w:] “Information and communication technologies in tourism”, Springer, Innsbruck, s. 25-35.
- Podsiadło J. (2011), *Muzeum miejscem zabawy?* [w:] *Wąż w raju. Zabawa w społeczeństwie konsumpcyjnym*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Kantora, T. Palecznego, M. Banaszkiewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 123-131.
- Pomfret G. (2006), *Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research*, [w:] “Tourism Management”, Vol. 27, Issue 1, s. 113-123.
- Ritzer G. (2012), *Magiczny świat konsumpcji*, Muza SA, Warszawa.
- Rymarczyk P. (2006), *Turystyka jako zwierciadło współczesnej kultury konsumpcyjnej*, [w:] *Turystyka i rekreacja. Wymiary teoretyczne i praktyczne*. Praca zbiorowa pod redakcją J. Kosiewicza, K. Obodyńskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, s. 28-32.
- Sahaj T. (2011), *Rytualnie odnawialne szczęście: podróże filozoficzno-sportowe*, [w:] „Folia Turistica”, nr 24, AWF w Krakowie, Kraków, s. 119-136.
- Sternicka M. (2008a), *Clubbing – nowa forma rozrywki w społeczeństwie konsumpcyjnym*, [w:] *Homo creator czy homo ludens? Twórcy-internauci-podróżnicy*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, M. Sokołowskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 226-234.
- Sternicka M. (2008b), *Święta niedziela czy święty weekend? Konfrontacja tradycji i ponowoczesności*, [w:] *Czas ukoi nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*. Praca zbiorowa pod redakcją W. Muszyńskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 17-25.
- Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Winiarski R. (2011), *Wprowadzenie do zagadnień rekreacji i czasu wolnego*, [w:] *Rekreacja i czas wolny*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Winiarskiego, Oficyna Wydawnicza „Łośgraf”, Warszawa, s. 13-28.
- Visser G. (2004), *The developmental impacts of backpacker tourism in South Africa*, “GeoJournal”, 60, s. 283-299.
- Zowisło M. (2011), *Filozofia rekreacji*, [w:] *Rekreacja i czas wolny*. Praca zbiorowa pod redakcją R. Winiarskiego, Oficyna Wydawnicza „Łośgraf”, Warszawa, s. 64-110.

FREE TIME IN THE AGE OF POSTMODERNISM

Abstract

Purpose. To identify a variety of approaches to free time and its authenticity of forms in the age of postmodernism. To analyse the controversy around the concept of the free time. The presentation of selected free time activities in relation to commodification processes, prestige and lifestyle.

Method. An analysis of various research sources both in Polish and English books and in scientific materials. The main method was to analyse scientific materials, compare historic literature and perform a qualitative analysis.

Findings. All the methods used revealed significant diversification in free time and its authenticity terminology. Although many scholars understood free time as time after work and obligatory activities, the main dilemma was the voluntariness and subjectivism of the term. Current research has moved towards a more dynamic and holistic conceptualization of the term, as well as not limiting it to a work-recreation frame. In analysing the reference materials, it can also be noticed that forms of free time activities nowadays are being gradually commercialised and reflect the social status and lifestyle of the participants.

Research and Conclusion Limitations. The paper includes only some subjectively selected examples.

Practical Implications. The applied analysis and the summary of the literature can determine further research regarding the authenticity of free time activities.

Originality. Despite the mainly theoretical character of the paper, its creative and original aspect is a review of the existing theories concerning free time and its authenticity.

Type of Paper. Review article.

Keywords: free time, authenticity, postmodernism, prestige, hedonism, consumption.