



BROKE, BORED AND LAZY – KILKA MASEK NUDY

„Każdy ugina się pod presją społeczną. Każdy chciałby mieć więcej wolności. Każdy chciałby mniej martwić się o pieniądze czy swój status. Ziomal (oryginalnie The Dude – bohater Big Lebowskiego) jest przypadkiem ekstremalnym, ale pokazuje pewien ideał, który może ci pomóc wprowadzić więcej Ziomala do twojego życia, ale bez ostatecznego porzucania wyścigu szczurów.”

Powyższy cytat jest fragmentem „wyznania wiary” Kościoła Ziomala Dnia Ostatecznego założonego przez absolwenta psychologii Uniwersytetu Kalifornijskiego, Olivera Benjamina. Twierdzi on, że oglądając ten kultowy film doznał oświecenia i uświadomił sobie niepodważalność pewnych życiowych prawd. Dalszą historię już wszyscy znamy. Założył kościół, nowe wyznanie zdobyło wielu wiernych (dudeistów jest już ok. 150 tysięcy i każdego dnia przybywa nowych). Być może jest to spowodowane recesją ekonomiczną, być może bezwzględnością wyścigu po dobra materialne. Recepta wyznawców Kolesia jest prosta – wskazują na potrzebę poczucia humoru, którego brak prowadzi do zbyt poważnego traktowania siebie i pogrążenia się w pogoni za akumulacją kapitału, czy też poprawieniem swojego statusu społecznego.

Film „Big Lebowski” stanowi fenomenalny punkt wyjścia do refleksji nad obliczami nudy w popkulturze. Główny bohater – Ziomal – to przecież człowiek, który ma już wszystkiego dosyć. Chce po prostu pić swoje ulubione drinki. Emocjonalnie nic go nie rusza. Ciekawie nawiązuje to do neurologicznych badań nad zapotrzebowaniem mózgu na bodźce. To właśnie brak bodźców ma wg. psychologów powodować nudę. Psychoanaliza opisuje psychikę człowieka jako dynamiczną całość o podłożu w popędach. Koleś, w tym kontekście, wydaje się przypadkiem rodem z gabinetu terapeutycznego. Jego mechanizmy obronne wydają się tłumić to, co wewnętrzne, co owocuje poczuciem pustki.

W moim wystąpieniu dokonam krótkiej analizy psychologicznej Ziomala (i fenomenu jego kultu oraz jego filozofii życiowej) w opozycji do zjawiska *smart boredom*. Następnie wydobędę kilka rodzajów nudy (z filmu) i skonfrontuję tę klasyfikację z obliczami i praktykami (rytuałami unikania) nudzenia się we współczesnym świecie. W tym celu odwołam się do psychologów społecznych (Ralph Luker, Bogdan Wojciszke, Philip



Zimbardo, Elliot Aronson, P. Oleś), psychologów nudy (Cynthia Fisher, Otto Fenichel, S. Vodanovich, R. Damrad-Frye, J. Laird) oraz dorobku socjologów (Marek Krajewski i inni). Zaprezentuję to wszystko w celu pokazania nudy jako ważnego czynnika w definiowaniu siebie, swojego otoczenia, swoich ról życiowych i swojej tożsamości jednostki wrzuconej w rzeczywistość późnego kapitalizmu.