

TOMASZ SZLENDAK, KRZYSZTOF OLECHNICKI

MEGACEREMONIAŁY I SUBŚWIATY O POTRANSFORMACYJNYCH PRZEMIANACH UCZESTNICTWA POLAKÓW W KULTURZE*

Polacy po 1989 r. znaleźli się w sytuacji silnej dominacji kultury konsumpcyjnej i presji nowego modelu czasu kulturowego. Kultura konsumpcji w polskiej wersji i nowy reżim czasu sterujący pracą i nie-pracą nie pozostały bez wpływu na uczestnictwo Polaków w kulturze, przy czym ewolucja modelu zachowań kulturowych, jaka już się dokonała i jaka wciąż się dokonuje, ma charakter dwutorowy. Pierwszy kierunek to nurt wielozmysłowej konsumpcji karnawałowej kultury popularnej (tzw. wielozmysłowej kultury iwentu¹), drugi to „ciche” działania wewnątrz wirtualnych subświatów kulturowych, będące wyrazem niezadowolenia z dominujących form aktywności kulturalnej². Zakładamy, że nowe formy uczestnictwa w kulturze – „nowy rytualizm” oraz „budowanie alternatywnych subświatów kulturowych” – stają się w Polsce dominujące, przechodzą do głównego nurtu praktyk kulturowych i wypierają inne/starsze formy uczestnictwa.

* Myśli wyrażone w artykule oparte są na ustaleniach poczynionych w ramach czterech dłużejletnich projektów badawczych, prowadzonych od 2008 r.: 1) *W jakim czasie kultury żyją Polacy?* Grant Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego 2013-2014 oraz 2) *Grupy odtworzeniowe. Rekonstrukcja dziedzictwa i kultura w działaniu*. Grant Narodowego Centrum Kultury 2011-2012 – kierowane przez Tomasza Szlendaka i Krzysztofa Olechnickiego, a także 3) *Zróżnicowanie i stan kultury na wsi i w małych miastach w Polsce*. Grant Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego 2010-2012 – kierowany przez Wojciecha J. Bursztę i Izabellę Bukrabę-Rylską, 4) *Czas wolny, świadomość kulturalna i kompetencje kulturalne. Zróżnicowanie i stan kultury miejskiej w Polsce*. Grant Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego 2008-2010 – kierowany przez Wojciecha J. Bursztę i Barbarę Fatygę.

¹ Czytelnikom zgorszonemu wstawianiem potocznych terminów anglojęzycznych do analitycznego tekstu o charakterze akademickim zaproponować można inne: „kulturę festiwalu” czy „kulturę multiwydarzenia”. Słowo „iwent” koresponduje jednak w tym tekście z powszechnym jego użyciem choćby wśród organizatorów wydarzeń kulturalnych i pracowników polskich instytucji kultury. Słowo „iwent” jest też pojemniejsze znaczeniowo od „wydarzenia”. Zob. np. T. Szlendak, *Wielozmysłowa kultura iwentu. Skąd się wzięła, czym się objawia i jak w jej ramach oceniać dobra kultury?*, „Kultura Współczesna” 2010, nr 4, s. 92-109.

² Zob. np. K. Olechnicki, *Fotoblogi, pamiętniki z opcją przekaz. Fotografia i fotoblogerzy w kulturze konsumpcyjnej*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

I. PIĘĆ TEZ O PRZEMIANACH UCZESTNICTWA POLAKÓW W KULTURZE

Słuchacz debat nad stanem kultury albo czytelnik wniosków o dofinansowanie działalności kulturalnej na poziomie ogólnokrajowym lub lokalnym może odnosić wrażenie, że obecnie „być kulturalnym Polakiem” oznacza „uczestniczyć w wydarzeniach”. Z pewnej perspektywy, nie ma dziś kultury pozawydarzeniowej i tylko na taką formę aktywności kulturalnej można zdobyć środki, założywszy, że jedynie w takiej formie kultury Polacy zechcą uczestniczyć, mając do dyspozycji coraz mniej czasu i przejawiając nowe, „wielozmysłowe” potrzeby kulturalne. Z drugiej strony wielu Polaków o zaawansowanych kompetencjach kulturalnych (choć bezpośrednio nie walczy z zestandaryzowaną kulturą iwentu/festynu) ucieka w alternatywne, kulturalne subświaty, co staje się – paradoksalnie – drugą z dominujących dziś form uczestnictwa w kulturze. Inne/stare praktyki kulturowe – dla przykładu czytanie książek w domu albo uważne słuchanie płyt – w obliczu obowiązywania nowego rytualizmu kultury „wydarzeniowej” oraz ekspansji alternatywnych subświatów kultury, stają się automatycznie „nie-uczestnictwem”. Generalnie można przedstawić przemiany uczestnictwa w kulturze w Polsce w pięciu tezach.

1. Teza o rutynizacji karnawału

Mamy dziś do czynienia w Polsce ze zrutynizowaniem karnawału w kulturze. Karnawał jest rutynowy w tym sensie, że niemal każde wydarzenie kulturalne musi być dziś wielowymiarowym „przedsięwzięciem karnawałopodobnym”.

2. Teza o kulturalnych kapsułach czasu

Na kulturalnej mapie Polski dominują już kulturalne kapsuły czasu, w których „wyżywają się” uczestniczący w kulturze Polacy. „Dzieje się” dzisiaj w kulturze wokół konkretnych momentów w kalendarzu – wakacji, sylwestra, festynów, festiwali, plenerowych koncertów, świąt lokalnych (święta ulicy, dzielnicy, miasta).

3. Teza o koncentracji „wydarzeniowości”

W ramach nowego rytualizmu uczestnictwo zostało „upakowane” w megaceremoniałach kulturalnych, takich jak festiwale czy święta regionu. Kultura zinstytucjonalizowana, w odpowiedzi na przemiany postaw i sposobów korzystania z czasu, staje się silnie sezonowa, wielozmysłowa, „obrandowana” (czyli naznaczona piętnem marek handlowych) i podawana jest w formie „gotowej do użycia” („instant”). Staje się „wydarzeniowa”. To nie chęć posłuchania czy obejrzenia konkretnego wykonawcy zachęca ludzi do uczestnictwa. Nie ma specjalnego znaczenia dobór festiwalowych gwiazd. Znaczenie ma marka i siła

przyciągania imprezy, je skoncentrowana „wydarzeniowość”, zagęszczenie atraktorów. W efekcie dzisiejszy wzorzec bycia kulturalnym oznacza bywanie na imprezach, uczestnictwo w zrytualizowanych „momentach niby-wspólnoty”.

4. Teza o rosnącej efektywności gospodarowania czasem praktyk kulturalnych

Rytualizacja praktyk kulturowych w „wydarzeniowej” formie megaceremoniałów jest m.in. funkcją uciekającego, deficytowego czasu. Czasu permanentnie nam brakuje, ale kiedy go już mamy, to nie bardzo wiemy, jak z niego korzystać. Dlatego wzory zachowań z pracy, w tym wzory efektywności gospodarowania czasem pracy, przenoszone są do sfery uczestnictwa w kulturze. Sezonowość i wielozmysłowość kulturalna są konsekwencją wymuszonej akceleracji i przymusu efektywności wykorzystania czasu wolnego. W takich okolicznościach Polacy uczestniczą w kulturze tylko wtedy, kiedy mają do czynienia z megawydarzeniami, podczas których zaspokajają wszelkie potrzeby – estetyczne, towarzyskie, kulinarne, turystyczne itp. – w ciągu dnia bądź kilku dni. Udział w wydarzeniu kulturalnym musi się „opłacać” – ma to być efektywnie wykorzystany czas.

5. Teza o zróżnicowaniu nowych form aktywności kulturalnej ze względu na aktywny lub bierny stosunek do współtworzenia kultury

Nowoczesne, antropologiczne rozumienie kultury nie ujmuje jej w kategoriach kultury elitarnej, ale jako sposób życia ludzi, którzy przez swoją aktywność uczestniczą w życiu społecznym, w codzienności, tworzą społeczeństwo obywatelskie, walczą o swoją podmiotowość. Można mówić o przejściu w Polsce od rozumienia kultury jako konsumowania dóbr kulturowych do rozumienia kultury jako działalności traktowanej jako forma uspołeczniania przez aktywne uczestnictwo w kulturze. Nowe formy aktywności kulturalnej można zatem rozpatrywać na kontinuum bierność–aktywność, przy czym model zrutynizowanego karnawału lokuje się bliżej osi bierności.

II. POLACY W DWÓCH KULTUROWYCH CZASACH

Zakładamy, że współczesne praktyki kulturalne Polaków, w zgodzie z generalnymi przemianami czasu kulturowego w społeczeństwach zachodnich³, charakteryzują trzy połączone ze sobą zjawiska:

1. Akceleracja – przyspieszenie procesów społecznych, co w sferze uczestnictwa w kulturze oznacza: a) krótki żywot projektów i wydarzeń kulturalnych, b) krótki żywot oraz „płytkość” wrażeń płynących z doświadczeń kulturalnych

³ Zob. H. Rosa, M. Kaczmarczyk, T. Szlendak, *Glód czasu w kulturze przyspieszenia* [wywiad z Hartmutem Rosa], „Studia Socjologiczne” 2010, nr 4, s. 237-244; H.-G. Brose, *An Introduction towards a Culture of Non-Simultaneity?*, „Time & Society” 13, 2004, nr 1, s. 5-26.

pojawiających się u uczestników oraz emitowanych za pomocą narzędzi komunikacyjnych do świata pozawydarzeniowego, c) potrzebę „upakowania” wszelkich wrażeń w krótkim, dostępnym czasie.

2. Skrócony horyzont oczekiwań – struktury społeczne i związki międzyludzkie trwają dzisiaj krócej, co w sferze praktyk kulturalnych oznacza: a) budowanie ograniczonych czasowo mikrowspólnot opartych na wrażeniach/ budowanie ściśle ograniczonych czasowo mikroplemion, b) „uderzeniowe”, „wrażeniowe” i „użytkowe” traktowanie osób/ aktorów nieludzkich uczestniczących w tej samej imprezie.

3. Rosnąca symultaniczność zdarzeń w obrębie Lebensweltu – zawsze jest coś ciekawszego do zrobienia od tego, co aktualnie robimy, a w świecie mnożą się niewykorzystane możliwości i doświadczenia. Dlatego precyzyjne zestawy wykonawców pojawiających się na festiwalowych scenach (*line-up*), harmonogramy wydarzeń kulturalnych oraz kalendarze i zegarki nie są już skutecznymi narzędziami radzenia sobie z symultanicznością.

Specyficzne doświadczanie czasu wyznacza rytm życia w konkretnych kulturach i epokach, a niekiedy różnicuje go również w ramach tego samego społeczeństwa. Nie mówimy tu o czasie rozumianym w obiektywnych kategoriach mechanicznych ani też o czasie przeżywanym subiektywnie, jednostkowo, np. w odniesieniu do wieku biologicznego. Mówimy o czasie kulturowym, charakterystycznym dla danego społeczeństwa albo funkcjonujących w nim klas, grup społecznych czy kategorii.

Polacy żyją obecnie w dwóch różnych czasach kulturowych, nie na zasadzie przyporządkowania konkretnych grup konkretnej koncepcji czasu, lecz na zasadzie oscylowania między nimi, silniejszego lub słabszego grawitowania w kierunku jednego z modeli.

Model pierwszy to szeroko dzisiaj rozpowszechniony i dominujący model czasu linearnego, teleologicznego, biegnącego wyłącznie do przodu – szybko i bezpowrotnie. To czas, w który weszliśmy wraz z nastaniem epoki nowoczesności, traktowany jako wartość ekonomiczna (czas to pieniądz), czas, którego brakuje, który nam ucieka, którego nie mamy. To czas dokładnie odmierzany, czas „budzika” i czas „pracy na *deadline*”. I choć na takiej koncepcji czasu opiera się funkcjonowanie nowoczesnych społeczeństw, w tym społeczeństwa polskiego, to istnieje też model drugi, zyskujący na atrakcyjności wraz ze zwiększaniem dominacji modelu pierwszego. Jest to model czasu quasi-cyklicznego, który umożliwia oderwanie się (choćby chwilowe), a nawet ucieczkę od nurtu czasu linearnego. Klasyczny czas cykliczny działa na zasadzie koła i powrotów do tego, co już było. Jego przebieg jest wolniejszy, nie można o nim powiedzieć, że biegnie, a co najważniejsze nie oznacza straty (upływ czasu), lecz zysk pod postacią poczucia bezpieczeństwa, wynikającego ze stałości i powtarzalności. Czas quasi-cykliczny to w swojej istocie hybryda, forma przejściowa pomiędzy czasem linearnym a cyklicznym, która opiera się na logice czasu linearnego, choć formę ma zbliżoną do modelu czasu cyklicznego.

Sposoby wchodzenia w czas cykliczny są rozmaite: historycznie najważniejszą rolę pełniły tu instytucje religijne, których kalendarz świąt narzucał cykliczne przeżywanie tych samych wydarzeń, jednak wraz ze spadkiem wpły-

wów religii na społeczeństwa zachodnie coraz to ważniejszą rolę zaczynają odgrywać inne sposoby (święta religijne w dużym stopniu przetrwały jedynie jako rytualna, zsekularyzowana, konsumpcyjna forma, co widać np. przy okazji świąt Bożego Narodzenia). Chodzi tu przede wszystkim o rozmaite świeckie święta, proliferację karnawału, dowartościowanie czasu wypoczynku i relaksu – i czasowi sakralnemu w kulturze zazwyczaj bowiem towarzyszyły zabawa i widowisko. Weźmy pod uwagę imprezy rozrywkowe w plenerze, koncerty, festiwal, kiermasze, imprezy rekonstrukcji historycznej, święta ulicy, dzielnic, miasta – z roku na rok zwiększa się liczba uczestniczących w nich Polaków, co odczytujemy nie tylko jako proste dążenie *homo ludens* do zaspokojenia potrzeby rozrywki. Bardziej jako żywotną potrzebę wyrwania się z czasu linearnego – lek na lęk przed przemijaniem, ale też realizację potrzeby kontaktu z innymi. Skoro bowiem wzorce życia się zindywidualizowały, to poszukujemy miejsc, w których znajdziemy interakcyjnych partnerów: festiwal to spotkanie rodzinne, festiwal to kontakt z podobnymi nam pasjonatami, festiwal to rynek matrymonialny. Nowe formy uczestnictwa w kulturze to także próby oderwania się od osi czasu linearnego, ale silnie skażone jego logiką: tak silnie zinternalizowaliśmy pragnienie korzystania z jak największego zakresu możliwości oferowanych nam przez życie, że odczuwamy przymus przeżywania życia „w całej jego pełni”, co kultura karnawału usiłuje nam zagwarantować. Tymczasem choć bardzo staramy się i gonimy króliczka ile sił, to wciąż przegania i przerasta nas ogrom niewykorzystanych szans⁴. Poza tym, ze względu na jednorodność i rutynizację, współczesny karnawał staje się zjawiskiem przynależącym do kultury repetycji w rozumieniu proponowanym przez Marka Krajewskiego⁵, dlatego charakterystyczny dla tej formy kultury model czasu tylko naskórkowo przypomina czas cykliczny i tylko częściowo spełnia pokładane w nim nadzieje na uwolnienie z pęt czasu linearnego.

III. KULTURA I UCZESTNICTWO W „DUCHU” POTRANSFORMACYJNYM

Jak już powiedzieliśmy, antropologiczne rozumienie kultury nie ujmuje jej w kategoriach kultury elitarnej, powiązanej z konsumowaniem dzieł kultury wysokiej, sztuki, ale jako atrybut człowieka, sposób życia ludzi, którzy przez swoją aktywność uczestniczą w życiu społecznym, w codzienności, tworzą społeczeństwo obywatelskie, walczą o swoją podmiotowość.

Nowe formy aktywności kulturalnej można zatem rozpatrywać na kontinuum bierność–aktywność. Aktywność oznacza współtworzenie kultury, wyjście poza koncept kultury traktowanej jako byt ponadorganiczny, który dominuje nad człowiekiem i poprzez zbiektywizowane formy enkulturacji

⁴ H. Rosa, *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*, Columbia University Press, New York-Chichester, West Sussex, 2013.

⁵ M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2003 (wyd. 2, Poznań 2005).

samoczynnie się reprodukuje. Przejście od rozumienia kultury jako konsumowania dóbr kulturowych do rozumienia kultury jako działalności traktowanej jako forma uspołeczniania przez aktywne uczestnictwo w kulturze nawiązuje do konceptualizacji wypracowanych przez badaczy polskiej kultury w ostatnich latach. Barbara Fatyga, odwołując się do definicji Marka Krajewskiego, stwierdza, że „uczestnictwo w kulturze w szerokim rozumieniu to proces włączania i włączania się jednostek i grup, przedmiotów, idei, zachowań oraz ich konfiguracji w konkretne sytuacje uregulowane kulturowo. Uczestnictwo jest możliwe dzięki językowi, wartościom i normom, narzędziom i przedmiotom. [...] Uczestnictwo w kulturze z punktu widzenia zachowań to tworzenie i odtwierzanie kultury, rozpowszechnianie i przyswajanie treści kulturowych, ich modyfikowanie i przetwarzanie, podtrzymywanie i wyłączenie z dostępnych zasobów. Uczestnictwo w kulturze można ująć nie tylko z perspektywy procesów uspołecznienia (jak proponuje Marek Krajewski), lecz także jako złożony, dynamiczny zestaw praktyk kulturalnych”⁶.

Szeroka definicja kultury nie jest przez nas traktowana absolutystycznie (w takim przypadku doszlibyśmy do absurdu i unieważnienia pojęcia uczestnictwa w kulturze, skoro bowiem każdy by w niej uczestniczył, to nie ma sensu pytać o uczestnictwo), lecz jako element konstruktywistycznego, szerszego modelu funkcjonowania kultury w ogóle. Uczestnictwo w kulturze można potraktować jako kontinuum, którego skraje wyznaczałyby, z jednej strony, model kultury elitarnej – wymagającej mocnego zaangażowania i inwestowania w możliwość wejścia w nią, a z drugiej, model kultury jako „naturalnego” środowiska życia człowieka, przyjmowanego biernie, dostępnego dla każdego. Jesteśmy zdania, że w potransformacyjnej Polsce „nowemu rytualizmowi” bliżej do osi bierności, a konstruowaniu alternatywnych kulturowych subświatów bliżej do osi aktywności.

I tak, obowiązują dziś w Polsce, po latach potransformacyjnej ewolucji sposobów uczestnictwa, dwa modele praktyk kulturalnych: 1) model rutynizacji karnawału w kulturze oraz 2) model ucieczki w alternatywne subświaty kulturowe.

IV. MODEL RUTYNIZACJI KARNAWAŁU W KULTURZE

Mamy dziś do czynienia w Polsce, jakkolwiek oksymoronicznie by to brzmiało, ze zrutynizowaniem karnawału w kulturze. „Zrutynizowany karnawał” (rutynowy w tym sensie, że niemal każde wydarzenie kulturalne musi być dziś wielowymiarowym „przedsięwzięciem karnawałopodobnym”) to nowa forma uczestnictwa Polaków w kulturze, rodzaj „nowego rytualizmu” w kulturze. W ramach nowego rytualizmu uczestnictwo zostało „upakowane” w megaceremoniałach kulturalnych, takich jak festiwale czy święta regionu. Kultura

⁶ B. Fatyga (na podstawie definicji Marka Krajewskiego), *Słownik terminów Obserwatorium Życiej Kultury*, <http://www.obserwatoriumkultury.pl/kategorie/slowniki-terminow-uzywanych-w-ozk.html> (dostęp: 12.02.2013).

instytucjonalna, jak już to zostało powiedziane w trzeciej tezie o przemianach uczestnictwa w kulturze w Polsce, odpowiada na nowe potrzeby i ewoluuje w kierunku sezonowości, wydarzeniowości, natychmiastowości i silnych związków z markami handlowymi.

Wszystkie te wydarzenia niezależnie od przewodniego tematu/idei są do siebie strukturalnie, a na pewno funkcjonalnie, bardzo podobne. Na kulturalnej mapie Polski dominują już kulturalne kapsuły czasu, w których „wyżywają się” uczestniczący w kulturze Polacy. „Dzieje się” dzisiaj w kulturze wokół konkretnych momentów w kalendarzu – wakacji, sylwestra, festynów, festiwali, plenerowych koncertów, świąt lokalnych (święta ulicy, dzielnicy, miasta). Przy tym to nie chęć posłuchania czy obejrzenia konkretnego wykonawcy skłania ludzi do uczestnictwa. Nie ma specjalnego znaczenia dobór festiwalowych gwiazd, znaczenie ma marka i siła przyciągania imprezy, jej skoncentrowana „wydarzeniowość”, zagęszczenie atraktorów. W efekcie dzisiejszy wzorzec bycia kulturalnym oznacza bycie na imprezach, uczestnictwo w zrytualizowanych „momentach niby-wspólnoty”. Nie idzie się dziś do muzeum – muzeum odwiedza się w trakcie wydarzenia, jakim jest Noc Muzeów. Nie odwiedza się dzisiaj wystawy – idzie się na wernisaż połączony z konsumpcją i pomniejszymi zyskami, takimi jak przyjrzenie się znajomym i nieznanym. Od instytucji kulturalnych i tzw. czynników polityki kulturalnej oczekuje się dzisiaj koordynacji dat i godzin wydarzeń, żeby móc w większości z nich (a przynajmniej w dużej ich części) bezkolizyjnie uczestniczyć. W ten sposób kultura to skoordynowane czasowo cykle wielozmysłowych, a zatem atrakcyjnych dla potencjalnej większości wydarzeń miejskich i gminnych.

Warstwy estetyczna i funkcjonalna zrytualizowanego karnawału w polskiej kulturze czerpią garściami z pop-wzorców i estetyki ludycznej. Jak wiadomo, hedonizm i ludyczność stały się niezbywalnymi atrybutami kultury konsumpcyjnej, co uzasadnia tezę wskazującą na proces karnawalizacji kultury i na ciągłość między estetyką karnawału a współczesną masową kulturą konsumpcyjną⁷. Karnawalizacja i ludyczność wdzierają się do kultury wszystkimi drzwiami. Ulegają im nawet mocno ugruntowane w tradycji święta, jak np. Święto Zmarłych, któremu od kilku lat towarzyszą kramy ze słodyczami, stoiska z produktami regionalnymi, biesiadny grill i kielbaski. Z badań nad tzw. kulturą prowincjonalną wynika dla przykładu, że uczestnictwo w kulturze lokalnej jest posttrybalne, co oznacza, że manifestuje się w chęci współobecności na wszelakich obchodach dni gminy czy miasta. Nie ma wspólnoty wiejskiej na co dzień, takiej w starym stylu. Jest za to posttrybalizm festyniarski. Ludzie chcą pobyć i pobawić się razem na festynach, mnożących się i rosnących w potransformacyjnej Polsce jak grzyby po deszczu. Festyny odbywające się na wsi i w małych miastach późną wiosną i latem przejęły w praktyce funkcje parafialnych odpustów. Każda gmina i każde miasteczko mają swoje dni. To obowiązujący dziś samorządowy standard. Z pewnością zdecydowała o tym reforma samorządowa nałożona na „odwieczny”, odpustowy rytm świąt masowych na wsi. Lokalni politycy chcą w ten sposób zaistnieć w umysłach

⁷ Zob. D. Webb, *Bakhtin at the Seaside: Utopia, Modernity and the Carnavalesque*, „Theory, Culture & Society” 22, 2005, nr 3, s. 121-138.

i pamięci swoich wyborców, a do dyspozycji mają ich silne, odpustowe przyzwyczajenia. Dni miasta czy gminy ze względu na czas trwania wydarzenia zmierzają do pewnych punktów kulminacyjnych, tzn. imprez, na których występują władze, lokalni artyści (zespoły dziecięce, orkiestry dęte i chóry złożone z osób starszych), zaproszone i opłacone „zewnątrzne” zespoły muzyczne, a na końcu odbywa się dyskoteka pod gołym niebem. Imprezy odbywają się z reguły na boiskach, stadionach i głównych placach. Bywalcami takich imprez są wszyscy, a konstruowane są one w sposób wielce schematyczny, sprzyjający rytualizowanemu uczestnictwu i bierności.

Rytualizacja praktyk kulturowych w „wydarzeniowej” formie megaceremoniałów jest m.in. funkcją uciekającego, deficytowego czasu. Czasu permanentnie nam brakuje, ale kiedy go już mamy, nie bardzo wiemy, jak z niego korzystać (w wersji najbardziej pesymistycznej – co wynika z ogólnopolskich badań nad kulturą miejską⁸ – jesteśmy zbyt zmęczeni, żeby korzystać z czasu wolnego). Okazuje się, że organizowanie czasu wolnego wychodzi nam gorzej niż organizowanie czasu pracy, zwłaszcza jeśli mielibyśmy ambicję na coś więcej niż oglądanie telewizji czy wyprawę do centrum handlowego. Takie standardowe pomysły, jak wypad do teatru, muzeum czy nawet do kina nie cieszą się wielkim zainteresowaniem, ponieważ wydają się niedostatecznie intensywne i skumulowane (korzystający z nich to wąska kategoria osób, która i tak jest aktywna kulturalnie, choćby z racji wykonywanego zawodu⁹). Dlatego wzory zachowań z pracy, w tym wzory efektywności gospodarowania czasem pracy, przenoszone są do sfery uczestnictwa w kulturze. Sezonowość i wielozmysłowość kulturalna są konsekwencją wymuszonej akceleracji i przymusu efektywności wykorzystania czasu wolnego. W takich okolicznościach Polacy uczestniczą w kulturze tylko wtedy, kiedy mają do czynienia z megawydarzeniami, takimi jak festiwal Open'er, podczas których zaspokajają wszelkie potrzeby – estetyczne, towarzyskie, kulinarne, turystyczne – w ciągu dnia bądź kilku dni. Udział w wydarzeniu kulturalnym musi się opłacać – ma to być efektywnie wykorzystany czas. Stąd zapotrzebowanie na kulturę karnawału i potrzeba angażowania specjalistów od czasu wolnego, animatorów rozrywki.

W kulturze rytualizowanego karnawału mamy zatem do czynienia ze swoistą „koniecznością pożyteczności”, przymusem efektywnej konsumpcji. W drodze na festiwal i już na miejscu można wykonać pożyteczne czynności: najeść się, napić, zakupić odzież, zabawić dzieci. „Czysta”, nieobudowana konsumpcyjnymi dodatkami kultura jest oceniana jako niepożyteczna albo pożyteczna, acz nie do końca. Organizatorzy imprez o tym wiedzą, więc starają się o maksymalne zintensyfikowanie, terytorialne i czasowe, możliwych „pożytecznych rzeczy” do zrobienia i skonsumowania. Symultaniczność nie jest problemem dla uczestników, dlatego że robiąc w danej chwili cokolwiek (gapiąc się, wędrując po terenie, pijąc, gadając ze znajomymi i nieznanymi), mają szansę natrafić na inną atrakcję. Zabawianie uczestników nie jest „punktowe” czy precyzyjnie ograniczone w czasie. Jest rozłożone w przestrzeni

⁸ Zob. W. J. Burszta et al., *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

⁹ Ibidem.

i w czasie. Atrakcje nie mają też precyzyjnie wskazanego początku, choć mają nieprecyzyjnie określony w czasie koniec (coś się kończy, kiedy się dokona, a dokona się w reżimie sytuacyjnym, koncert może trwać pół godziny krócej i pół godziny dłużej, zależy od nastawienia stron). Można wejść w trakcie czegoś, to nie jest przedstawienie teatralne czy operowe. To jak spacerowanie po galerii handlowej. Wiadomo tylko tyle, że jest otwarta od 9.00 do 22.00. W każdym momencie możemy odnaleźć coś, czym można się zająć, znika zatem poczucie, że coś się traci – jeśli nie zobaczymy jednej atrakcji, za chwilę ujrzymy kolejną. Mamy tu przy tym do czynienia z optymalizacją wałęsania się: przeszczeń megaceremoniałów jest po pierwsze tak rozplanowana, że umożliwia koncentrację atrakcji przy jednoczesnym skróceniu odległości między nimi, a po drugie każde megawydarzenie ujęte jest na specjalnej mapce załączonej do programów wydarzenia i pakietów uczestnika.

Maksymalizacja użyteczności ujawnia się także w umożliwianiu uczestnikom bezpośredniego udziału w tym, co jest prezentowane, następuje swoiste cyfrowłaczanie widza: zdjęcia zrobione *smartphone*'ami oznaczone odpowiednim *hashtagem*¹⁰ są wyświetlane przez organizatorów w trakcie imprez i koncertów na centralnych *telebimach*. Można na swoje *smartphone*'y ściągnąć specjalne aplikacje imprezowe do tego celu przeznaczone, a organizatorzy przyznają nagrody za najlepsze zdjęcia. Jednym z nielicznych przykładów przełamań imprezowej bierności uczestników jest instalacja własnych, karnawałowych przeżyć w Sieci – nagminna, zmasowana i uzwyczajniona. Tuż po koncertach festiwalowych gwiazd pojawia się na *YouTube* kilkanaście, czasem kilkadziesiąt tysięcy filmików.

Polacy, kupując, a nawet nie kupując biletu wstępu (święta miejscowości czy takie imprezy, jak *Woodstock* są wszak bezpłatne), zdają się na takie uporządkowane i maksymalnie użyteczne zabawianie korporacyjne (w stylu korporacji). Nikogo już zaangażowanie wielkiego producenta dóbr szybko zbywalnych w organizację imprezy kulturalnej nie razi, nawet na offowym festiwalu muzyki nieco trudniejszej. Weszło to uczestnikom imprez zrytualizowanych pod skórę, zinternalizowało się. Polacy chcą być zabawiani, i to byle czym, co się tylko opakuje w błyszczącą folię atraktora czy rzeczy użytecznej. Mnożenie atraktorów skutkuje dla przykładu wystawą traktorów podczas *radomskiego Air Show*. To swoisty paradoks piętrzenia atrakcji: traktory na *Air Show* (prezentowane w trakcie wystawy „naziemnej”), wbrew pozorom, są tłumnie podziwiane. Widocznie nie(a)traktor w otoczeniu atraktorów staje się (a)traktorem. Atraktor imprezowy jest czymś silnie ukontekstowanym. Może być nim nawet zabląkany, „słodki” kot domagający się kielbaski przy stoisku serwującym dania z grilla.

Niekomercja w trakcie imprez wielozmysłowych staje się dla uczestników nieodróżnialna od komercji. Bywa, że atrakcją są stoiska wystawiane przez organizację trzeciego sektora. Taką podczas jednego z wielkich festiwali było stoisko Polskiej Akcji Humanitarnej, na którym dla uczestników przygotowawa-

¹⁰ *Hashtag* (ang.) to skrót, słowo lub fraza poprzedzone znakiem *hash* (#), wykorzystywane w mediach społecznościowych do łatwiejszego wyszukiwania wpisów na dany, oznaczony znakiem *hash*, temat.

no zestaw animacji związanych z tematem dostępu do wody pitnej w Sudanie Południowym. Nie sposób takiego stoiska odróżnić od stoiska jednego z wielkich operatorów telefonii komórkowej, na którym co prawda zaaranżowano kąciok do wypoczynku, bez przerwy jednak odbywały się konkursy o prostej formule (papier-kamień-nożyce, rozpoznawanie tytułów piosenek itp.), a do wygrania były drobne, acz – rzecz jasna – funkcjonalne nagrody (np. sprej na komary). Organizacje trzeciego sektora i koncerty prowadzą takie same akcje, np. akcje edukacji ekologicznej, poprzebierane w strój zabawy, gry.

Polacy są również do tego stopnia chętni do udziału w zrytualizowanych imprezach karnawałopodobnych, że poddają się procedurom konsumenckiego niewolnictwa, choć nie bez drobnych prób odreagowania i kontestacji, np. obśmiewania na stronie demotywatory.pl zmów cenowych w sferze konsumpcji albo cen biletów. Konsument na wielkich imprezach w Polsce jest wykorzystywany i traktowany niczym niewolnik. Skoro decyduje się na udział, to automatycznie ma się podporządkować wymogom wielkich firm, które to wymogi prezentowane są tak, jak gdyby to były wymogi bezpieczeństwa. Zakazy wnoszenia własnych napojów na tereny „wykupione” przez koncerty spożywcze i browarnicze są normą. Nie można wnieść napoju w opakowaniu powyżej 0,5 litra, nawet plastikowego czy kartonu, ponieważ te, jakoby zagrażają życiu i zdrowiu, a torby i kieszenie uczestników megaceremoniałów są przetrząsane przez ochronę niczym bagaże pasażerów linii lotniczych z powodu zagrożenia terroryzmem. Niska świadomość konsumpcyjna Polaków miesza się tu z chęcią uczestnictwa za wszelką cenę, motywowaną m.in. brakiem czasu.

V. MODEL UCIECZKI W ALTERNATYWNE SUBŚWIATY KULTUROWE

Model rutynizacji i karnawalizacji uczestnictwa w kulturze dominuje, a przynajmniej jest najbardziej widzialny, jednak znacząca pula Polaków dysponujących odpowiednimi kompetencjami nie uczestniczy w kulturze po nowemu zrytualizowanej lub uczestniczy nie tylko w niej. Mają oni inny pomysł na wykorzystanie czasu wolnego (a czasami również czasu pracy). Nie są to kulturowi rebelianci/heretycy, nie atakują modelu kultury karnawału, ale tworzą własne kulturowe subświaty (mocno osadzone w wirtualnej rzeczywistości Internetu) i w ten sposób wychodzą poza konsumpcję prefabrykowanej rozrywki. Te subświaty to internetowe społeczności, dzielące tworzoną przez siebie kulturę, zogniskowane wokół dowolnej idei, aksjonormatywnie w mniejszym lub większym stopniu odrębne, tworzące autonomiczne uniwersum intelektualno-poznawcze, które pozwala chcącym tego uczestnikom na odseparowanie się od szerszego społeczeństwa. Cechą charakterystyczną ich aktywności jest bardzo wysoki stopień zaangażowania, przekładający się także na codzienne życie. Budowniczości kulturowych subświatów – posługując się określeniem Carla Mayera – tworzą wyspy odszczepionych znaczeń w morzu społeczeństwa¹¹. Jakkolwiek tego rodzaju aktywność jest formą tworze-

¹¹ Za: P. Berger, *Zaproszenie do socjologii*, PWN, Warszawa 1988, s. 139.

nia czegoś „obok”, to jednak przy założeniu odpowiedniego rozprzestrzenienia tych działań zyskują one społeczną legitymizację. Jak zauważa np. Bolanle Olaniran, rozwój ICT (*Information and Communication Technologies*) i rosnąca aktywność jednostek w społecznościach internetowych pozbawiają władzy instytucje państwa, szczególnie w zakresie kontroli społecznej, administracji i zarządzania kulturą¹².

Alternatywne subświaty internetowe obejmują zróżnicowane mikroruchy społeczne, grupy rozmaitych entuzjastów. Propozycja podziału na kategorie, do których można by zaliczyć poszczególne strony, portale i sieciowe „zakamarki” wraz z powiązanimi z nimi subświatami, ze względu na naturę medium, musi być arbitralna i nierozłączna (część kategorii zachodzi na siebie), ale warto podjąć taką próbę, by choć wstępnie uporządkować to zjawisko¹³.

1. Paranormalni – to strony poświęcone „dziwnościom”, „niestandardowym” zainteresowaniom, pasjom niekiedy bardzo oryginalnym, ułożonym raczej poza popkulturowym głównym nurtem. W tej sekcji warto wyróżnić strony dotyczące np. mrocznych klimatów, czyli duchów, wampirów, zjawisk nadprzyrodzonych. Plasują się tu także inne tematy: niekonwencjonalne metody leczenia (bioenergoterapia, akupunktura, leczenie duchowe), duchowe pastisze i patchworki, czy poszukiwania odmiennych stanów świadomości.

2. Prometeuszki – to strony/portale, na których różne środowiska/ludzie prezentują swoje poglądy/idee/przekonania na dany temat. Najwięcej związanych jest z polityką i religią, ale również z takim wątkami, jak ekologia, wegetarianizm, filozofia, medycyna itp. Wśród idei mniej metafizycznych znaleźć można choćby takie, które pomagają funkcjonować w rzeczywistości, np. poprzez doradztwo w różnych sferach – w zakresie zdrowego odżywiania, wegetarianizmu.

3. Fani – kategoria, w której znajdują się strony zwolenników konkretnych produkcji filmowych/telewizyjnych, dzieł, zespołów.

4. Pasjonaci – chodzi tu np. o miłośników cygar, wina, herbaty, starych pojazdów, mody, staroci, starej kultowej elektroniki, historii i faktów, audiofilów, zapalonych turystów, sportowców ekstremalnych.

5. Wytwórcy – domowi producenci tworzący przedmioty i dobra o charakterze użytkowym (projektanci mody, wynalazcy, domowi browarnicy, kucharze pasjonaci, złote rączki, osoby zaangażowane w odrodzenie rękodzielnictwa, zwanego teraz „handmade’em” – zainteresowani np. kowalstwem, decoupage’em czy filcowaniem), często budujący tzw. fablabry (*fabrication laboratory*).

6. Twórcy – strony poświęcone promocji szeroko pojmowanej twórczości artystycznej, sztukom plastycznym, fotografii. Również blogi literackie, egzystencjalne, codzienne, komentatorskie, kulturalne, ale i towarzysko-erotyczne. W tej kategorii znajdują się także prosumenci, którzy tworzą na bazie zastanych elementów (np. rozwijają wątki filmów, książek).

Koncepcja wirtualnych subświatów kulturowych odwołuje się do tezy, że cyberprzestrzeń zbudowała nie tyle nową rzeczywistość, ile nowy wymiar

¹² Za: R. V. Kozinets, *Netnografia. Badania etnograficzne online*, PWN, Warszawa 2012, s. 64.

¹³ Por. R. Kossakowski, *Kultura na dwóch stopach – karnawałowa rutynizacja i alternatywne subświaty kulturowe*. Desk research projektu *W jakim czasie kultury żyją Polacy? Nowy rytualizm i budowanie alternatywnych subświatów jako dominujące praktyki kulturowe*, 2013.

rzeczywistości, w którym najważniejszą rolę odgrywa komunikacja. Dlatego równie fałszywe jest zarówno jej waloryzowanie jako rzeczywistości ułudnej, mniej prawdziwej, jak i nazywanie zupełnie nową przestrzenią, niezależną od świata. Podział na rzeczywistość wirtualną i rzeczywistość realną (cyberprzestrzeń i real, świat *online* i świat *offline*) choć medialnie atrakcyjny, zdaje się przyczyną wielu nieporozumień, stawia nas wobec fałszywej dychotomii i nie pozwala na zrozumienie natury nowego medium. Interakcje w świecie Sieci zależą od wiedzy i doświadczeń zebranych w świecie *offline* i vice versa. Internet jest bardzo silnie zakorzeniony w życiu codziennym i wywiera na nie silny wpływ¹⁴. Dla niektórych ludzi świat *online* ma większe znaczenie aniżeli świat *offline*, ponieważ *online* pracują, dokonują większości zakupów, *online* prowadzą rachunek bankowy, w Internecie wreszcie szukają rozrywek i znajomości. Interakcje zapośredniczone przez laptop, smartphone czy tablet również wytwarzają płaszczyznę porozumienia i wspólnego nadawania znaczeń. Rzeczywistość Sieci jest wciąż tworzona społecznie, nadawane znaczenia stają się obowiązujące, a więzi, które zawiązują w niej ludzie, mogą być równie silne jak te powstające w rzeczywistości *offline*. Grupy i wspólnoty działające *online* w znacznym stopniu rozmywają kategorię czasu wolnego (podział na czas pracy i czas wolny), gdyż z jednej strony za sprawą obecności Sieci w prywatnych urządzeniach elektronicznych można te subświaty odwiedzać także w czasie pracy, a z drugiej strony, np. w trakcie Festiwalu Smaku w Grucznie (województwo kujawsko-pomorskie), można znad pąjdy chleba z gęsim smalcem omówić z szefem kolejny-bardzo-ważny-projekt. Ponadto natura medium sprawia, że unieważnianie czasu linearnego w wymiarze *online* wynika także z symultaniczności działań (np. jednoczesnego przebywania na różnych forach), z możliwości dowolnego odkładania aktualnych wątków lub też sięgania po wątki z przeszłości i ożywiania ich. W Sieci czas płynie inaczej.

Pojawianie się coraz to nowszych i coraz bardziej egzotycznych sieciowych subświatów kulturowych wpisuje się w szerszy trend polegający na tym, że style życia w potransformacyjnej Polsce (jak w wielu innych krajach świata zachodniego) mnożą się i pączkują. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy – zapewne podstawową – jest powiększająca się rozpiętość dochodów i nierówność społeczna. W efekcie pogłębiającego się rozwarstwienia nie tylko nie ma jednego stylu życia Polaków, ale nie ma też stylów życia przypisanych do poszczególnych, tradycyjnie wyróżnianych klas społecznych. Brak egalitaryzmu utrudnia dla przykładu przyrost tkanki mieszczańskiej mającej wspólne interesy, żyjącej podobnie, podobnie konsumującej podobne rzeczy i usługi. W efekcie społeczeństwo to archipelag niewielkich socjowysepek, na których prowadzi się życia osobne, z odrębnymi stylami ubierania się, zachowania prywatnego i publicznego, komunikowania, flirtowania, dyscyplinowania dzieci, przemieszczania się, z odrębnymi wystrojami wewnątrz oraz innymi zwierzętami domowymi karmionymi czym innym. Zanika do tego, i to w ekspresowym tempie, kanon kulturowy, szeroko rozumiany jako pula wspólnych doświadczeń medialnych, edukacyjnych, technologicznych i historycznych, reguł *savoir-vivre*'u, użytkowanego języka (słownictwa i socjodialektu), celów życiowych, pragnień i sposobów realizacji zachcianek.

¹⁴ Zob. np. P. DiMaggio et al., *Social Implications of the Internet*, „Annual Review of Sociology” 27, 2001, s. 307-336.

To wszystko napędza silną segmentację świata społecznego, podział na hipermałe nisze kulturowe, co zaburza komunikację międzygrupową i międzyludzką. Owszem, cały czas odnajdujemy ludzi bliskich sobie, ale niekoniecznie w sąsiedztwie, ani nawet wśród krewnych i powinowatych. Odnajdujemy reprezentantów naszej niszy dzięki Sieci i pracującym w niej netkonektorom: portalom społecznościowym, blogerom mówiącym podobnym do nas językiem, organizatorom i moderatorom kulturowych subświatów, do których należy coraz większa pula spośród nas. Siedzimy odseparowani, zamknięci w czterech ścianach, w których tkwią okna technologiczne donoszące o świecie w sposób wysoce selektywny. Uprawiamy życie społeczne na odrębnych wyspach. Pojawia się kultura towarzystw wzajemnej adoracji. To, co publiczne, zamyka się w coraz liczniejszych i mniejszych niszach stylu życia, a granice tych nisz są jednocześnie dla ludzi granicami ich świata. Style życia to coraz bardziej skomplikowana mozaika, układanka z tysiąca części, poprzecinana wszereż i wzdłuż subtelnymi, coraz trudniejszymi do identyfikacji i prześledzenia kulturowymi powiązaniem/linkami. Jednocześnie daje się zauważyć w Polsce (podobnie jak w wielu innych miejscach na planecie) społeczny przymus komunikowania się, swego rodzaju społecznościowe wariactwo/uzależnienie od usieciowienia. Zapewne jest to efekt postępującego uniszowienia Polaków idącego w parze z postfolwarczną spuścizną nakazującą komunikować się i trzymać w obrębie opłotkowej wspólnoty. Chcemy, aby nas dostrzeżono w obrębie kulturowego subświata.

Jakkolwiek tego rodzaju aktywność jest jedynie formą tworzenia czegoś obok, to jednak przy założeniu odpowiedniego rozprzestrzenienia tych działań mogą one na tyle przemagać model dominujący, że zyskują społeczną legitymizację. Społeczny opór przeciwko dominującym wartościom biernego modelu aktywności kulturowej przybiera różne formy, występuje w różnych sferach, w tym w obszarze codzienności. Ta walka o wpływ na codzienność to front, na którym walczą wszyscy: nie mamy wpływu na makroprocesy globalizacyjne, ale możemy kształtować swoją codzienność i swoje własne życie jako prosumenci kultury – wybierając taki, a nie inny styl życia, opowiadając się za takimi, a nie innymi wartościami. Tego rodzaju kulturowe praktyki oporu (niekoniecznie wiążące się z walką z nowym rytualizmem) w szybkim tempie, w zgodzie z proponowanymi tu założeniami, stają się dominujące. Paradoks kultury konsumpcyjnej polega na tym, że dokonuje ona kulturowej urowniłowki na masową skalę i jednocześnie umożliwia kontestację samej siebie. Z tej właśnie możliwości korzystają budowniczości kulturowych subświatów.

Przykładem niech będzie jedzenie i subświaty rozmaitych miłośników jedzenia w stylu *slow food* (*foodies*). W naszej kulinarnej codzienności dominuje *fast food*, żywność wysoko przetworzona, nafaszerowana chemią, sztuczne zapachy, smaki i kolory, rozmaite kulinarne gotowce, pogoń za efektywnością kosztem jakości i różnorodności, bezczelny marketing sprzedający „byle co” jako „nie wiadomo co”. Jednakże w tym samym czasie obserwujemy powstawanie rozmaitych kulinarnych oaz i nisz, wyrafinowanie i specjalizację, możliwe za sprawą powszechnie dostępnej – dzięki Internetowi – wiedzy i możliwości organizowania się. W Sieci dynamicznie funkcjonują kulturowe subświaty domowych piekarzy, serowarów, piwowarów, wędliniarzy itp. W Internecie

odnajdziemy całe know-how, odpowiednie przepisy i wskazówki, zakupimy niezbędne akcesoria i surowce, zasięgniemy porady i pochwalimy się na forum podobnych nam entuzjastów. W tym przypadku można zauważyć, że jedzenie może stać się ważnym punktem kulturowego oporu i proponowania alternatywy. Wędząc, warząc i kwasząc, uczestnicząc w zorganizowanych komórkach kulinarnego ruchu oporu, zmieniamy swoje menu, ale też zmieniamy świat. I to o wiele bardziej efektywnie, aniżeli rzucając koktajle Mołotowa.

Paradoksalnie, wycofywanie się Polaków w stronę kulturowych subświatów, a zatem celowe odcinanie się od kulturowego, „iwentowego” głównego nurtu bardzo często przebiega w ostentacyjny sposób i realizowane jest za pomocą ostentacyjnych środków. Odcięcie się jest jednocześnie manifestacją odrębnego stylu, unikatowych umiejętności, wysublimowanych (albo traktowanych jako takie w kręgach społecznych) gustów na społecznych scenach. Rekonstruktorzy historyczni prezentują swoje zainteresowania, artefakty, stroje i umiejętności na festynach gromadzących głównonurtowe masy. Dandysi „zrzeszeni” w retro-klubach mężczyzn zafascynowanych klasycznym krawiectwem udzielają się na poczytnych blogach i piszą felietony do wysokonakładowych czasopism i popularnych portali. Jako że ostentacja stała się dziś kulturową normą (niepokazywanie się, unikanie *show-off* w kulturze telewizyjnych *reality* i *talent shows* zaczyna być postrzegane jako zachowanie dewiacyjne), jest także normą pośród osób celowo unikających telewizyjnego głównego nurtu. Tyle że jest to oksymoroniczna marginalna ostentacja – ekspansywna, publiczna prezentacja odmiennego gustu i odmiennego zestawu wartości, przypiętego do społecznego subświata, w jakim się pozostaje, i stylu, jakiego się jest wyznawcą¹⁵.

VI. CZAS WOLNY I KLASA SPOŁECZNA

Zarówno model zrytualizowanego karnawału w kulturze, jak i model kulturowych subświatów wymagają zaangażowania niemałych zasobów ekonomicznych, co dla wielu Polaków, z powodu niskiego na tle krajów „starej” Unii Europejskiej poziomu życia w Polsce, często staje się przeszkodą poważną, ale nie nieprzezwycięzalną. Beneficjenci polskiej wersji kapitalizmu to nie tylko osoby, które bezpośrednio skorzystały na transformacji, ale i ci, którzy korzystają z niej pośrednio, np. uczestnicząc w rozmaitych bezpłatnych wydarzeniach kulturalnych, koncertach, festiwalach – sponsorowanych już to przez podmioty komercyjne, już to przez władze różnych szczebli, dla których sprowadzenie gwiazdy znanej z telewizji i urządzenie koncertu na rynku jest często jedyną formą komunikacji z elektoratem.

Korzystanie z czasu wolnego w potransformacyjnej Polsce uzależnione jest od klasy społecznej, co może oznaczać, że wybór jednej z opcji – aktywności w subświatach lub bierności w ramach festynowego posttrybalizmu –

¹⁵ Por. T. Spence Smith, *Aestheticism and Social Structure: Style and Social Network in the Dandy Life*, „American Sociological Review” 39, 1974, nr 5, s. 725-743.

wiąże się z przynależnością klasową. Co prawda w przeciągu ostatnich dekad znaczenie klas społecznych w życiu społeczeństw zachodnich zdaje się maleć i podziały klasowe zastępowane są przez inne czynniki różnicujące – przede wszystkim o charakterze kulturowym – lecz klasy nie zniknęły. Formująca się w Polsce nowa klasa średnia, tzw. nowi mieszczaństwo¹⁶, to podmiot, do którego kierowana jest dzisiaj większość oferty i przedsięwzięć instytucji kultury, a zatem przemiany w sferze czasu mają doniosłe konsekwencje dla kultury zinstytucjonalizowanej w Polsce. Jej pierwszy kłopot polega na tym, że „nowi mieszczaństwo” dysponują coraz mniejszą pulą czasu, który mogą poświęcić na uczestnictwo kulturze – trzeba więc o nią zabiegać i rywalizować. Kłopot drugi, który można jednak potraktować jako pozytywne wyzwanie dla zarządzających kulturą, to problem budowania kulturowej tożsamości klasy średniej w Polsce. Etos kultury inteligenckiej (opartej na sztywnym podziale na kulturę wysoką – czytaj: prawdziwą – i kulturę masową, popularną), do którego na zasadzie pobożnych życzeń próbuje się „przypisywać” klasę średnią, jest już funkcjonalnie martwy i nieprzekonujący nawet dla swoich epigonów, a tym bardziej dla kulturowo wszystkożernych młodych. Nowy wzorzec kultury klasy średniej wciąż się jeszcze nie ukształtował i stąd być może bierze się obserwowana labilność zachowań – oscylowanie między biegunami kultury, które jest w istocie poszukiwaniem swojego kulturowego miejsca.

Należy też dodać, że wbrew pozorom oba modele: rutynizacji karnawału w kulturze i ucieczki w alternatywne subświaty kulturowe, nie są antagonistyczne – łączą się one na różnych poziomach, można zaobserwować silne związki między nimi (przepływy ludzi, kapitału i idei). I tak np. znaczna część aktywności miłośników rekonstrukcji historycznych przypada na działalność na odpowiednich forach internetowych, na których spotykają się z podobnymi sobie zapaleńcami na co dzień, wymieniają się wiedzą, dyskutują, organizują, ale w sezonie wielkich imprez plenerowych wychodzą ze swoją ofertą na zewnątrz, uatrakcyjniając swoimi pokazami zarówno imprezy tematycznie zorientowane na działania rekonstrukcyjne, jak i dowolne inne. Daje im to możliwość m.in. komercyjnego zwękslowania wcześniejszej, „cichej” pracy, przy czym zyski z tej działalności zostają w większości zainwestowane w rozwój pasji¹⁷.

prof. dr hab. Tomasz Szlendak
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
szlendak@umk.pl

dr hab. Krzysztof Olechnicki
Profesor Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu
ko@umk.pl

¹⁶ Zob. P. Kubicki, *Nowi mieszczaństwo w nowej Polsce*, Instytut Obywatelski, Warszawa 2011, http://www.institutobywatelski.pl/wp-content/uploads/2011/05/Ksie%CC%A8ga_mieszcz.pdf (dostęp: 10.11.2012).

¹⁷ Por. T. Szlendak et al., *Dziedzictwo w akcji. Rekonstrukcja historyczna jako sposób uczestnictwa w kulturze*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2012.

MEGACEREMONIALS AND SUB-WORLDS: POST-TRANSFORMATION
TRANSFORMATIONS IN POLES' PARTICIPATION IN CULTURE

Summary

This paper is an attempt to describe new cultural activity models which have developed in Poland after 1989 when Poles found themselves in a situation of strong dominance of the consumption culture and the pressure of a new cultural time model. The evolution of cultural behaviours has a two-direction character. One reflects a multi-sensual consumption of popular culture, the characteristic features of which include a routine-approach to carnival culture, closing in cultural time capsules, and focusing on efficient free time management (resulting in placing emphasis on eventfulness) while the other centres around the activities of inter-virtual cultural sub-worlds, which manifest a much more active and creative attitude to the participation in culture formation, frequently creating autonomous intellectual and cognitive universe, also in the axio-normative dimension. Both forms of participation in culture are becoming dominant in Poland and move towards the main trend of cultural practices, replacing their earlier forms.

Copyright of Journal of Law, Economics and Sociology is the property of Faculty of Law and Administration of Adam Mickiewicz University in Poznan and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

Właścicielem praw autorskich do „Ruchu Prawniczego, Ekonomicznego i Socjologicznego” jest Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zawartość czasopisma nie może być kopiowana, przesyłana do innych stron internetowych bądź zamieszczana na blogach bez pisemnej zgody wydawcy. Niemniej artykuły można drukować, kopiować lub przysyłać w formie elektronicznej na własny użytek.