

PRZEGLĄD

SOCJOLOGICZNY

„Pragniemy (...) zmanifestować, że pismo nie ma wyrażać poglądów jakiegoś «kierunku» czy «szkoły», lecz reprezentować polski ruch socjologiczny w ogóle”.

(Florian Znaniecki w liście do Ludwika Krzywickiego, w związku z przygotowaniem I tomu „Przeglądu Socjologicznego”, październik, 1929 r.)

PRZEGLĄD

SOCJOLOGICZNY

tom LXIV/3

2015



ŁÓDZKIE TOWARZYSTWO NAUKOWE

ŁÓDZKIE TOWARZYSTWO NAUKOWE
90-505 Łódź, ul. M. Skłodowskiej-Curie 11
tel. (42) 665-54-59; fax: (42) 665-54-64
Sprzedaż wydawnictw: (42) 66-55-448, <http://sklep.ltn.lodz.pl>
<http://www.ltn.lodz.pl> e-mail: biuro@ltn.lodz.pl

REDAKCJA NACZELNA WYDAWNICTW
ŁÓDZKIEGO TOWARZYSTWA NAUKOWEGO

Krystyna Czyżewska, Edward Karasiński,
W. Małgorzata Krajewska (redaktor naczelny), **Henryk Piekarski, Jan Szymczak**

RADA REDAKCYJNA

David Brown, Krzysztof Górlach, Władysław Markiewicz, Harri Melin, Fritz Schütze,
Kazimierz M. Słomczyński, Antoni Sulek, Piotr Sztompka, Lynda Walters,
Włodzimierz Wesolowski, Włodzimierz Winławski, Marek Ziółkowski

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bokszański, Marek Czyżewski – z-ca red. naczelnego, **Kaja Kaźmierska,**
Jolanta Kulpińska – redaktor naczelny, **Krystyna Lutyńska, Paweł Starosta,**
Wielisława Warzywoda-Kruszyńska

REDAKTORZY TOMU

Kaja Kaźmierska, Zbigniew Bokszański

SEKRETARZ REDAKCJI: **Iwona Kociemska**

REDAKTORZY JĘZYKOWI: **Agnieszka Zytka, James Hartzell**

REDAKTOR STATYSTYCZNY: **Maria Szymczak**

RECENZENCI ZEWNĘTRZNI

Ireneusz Bialecki, Adam Czabański, Krzysztof Czekaj, Adrian Hatos,
Małgorzata Jacyno, Iwona Jakubowska-Branicka, Krystyna Janicka,
Katarzyna Kaniowska, Marek Krajewski, Andreas Langenohl, Peter Millward,
John Moores, Janusz Mucha, Wojciech Pawlik, Włodzimierz Piątkowski,
Andrzej Piotrowski, Andrzej Rychard, Andrzej Sadowski, Lynda Walters,
Krzysztof Wielecki, Włodzimierz Winławski

Wydano z pomocą finansową Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego,
oraz Dziekana Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego
Czasopismo jest indeksowane w bazach ERIH Plus, Copernicus i znajduje się na liście ministerialnej
czasopism punktowanych. Artykuły czasopisma w elektronicznej wersji są dostępne
w bazach CEJSH, CEEOL, EBSCOhost, Proquest oraz na portalach ePNP i IBUK.

Copyright by Łódzkie Towarzystwo Naukowe – Łódź 2015

ISSN 0033-2356

Wydanie I, wersja drukowana pierwotna

PROJEKT OKŁADKI: Hanna Stańska

Opracowanie komputerowe: „PERFECT” Marek Szychowski, tel. 42 215-83-46

Druk: 2K Łódź sp. z o.o., ul. Płocka 35/45, www.2k.com.pl, 2k@2k.com.pl

NAKLAD: 220 egz.

SPIS TREŚCI CONTENTS

Od redakcji	7
-------------------	---

ARTYKULY ARTICLES

Łukasz Iwasiński

Konsumpcja kulturowa jako manifestacja statusu. Od determinizmu klasowego do wszystkożerności	9
<i>Cultural Consumption as a Status Manifestation. From Class Determinism to Omnivorousness</i>	

Robert Rogoziecki

Konsumpcja jako mit społeczeństwa postindustrialnego. O Baudrillardowskim pojęciu konsumpcji	27
<i>Consumption as a Myth of Postindustrial Society. On the Baudrillardian Concept of Consumption</i>	

Michał Cebula

Dystynkcja na szklanym ekranie? Telewizja, praktyki odbiorcze a struktura społeczna	53
<i>Distinction on the TV Screen? Television, Viewing Practices and Social Structure</i>	

* * *

Ziemowit Socha

Kondycja socjologii muzyki w Polsce. Przeszłość, terażniejszość i perspektywy	85
<i>The Condition of the Sociology of Music in Poland. Past, Present and Perspectives</i>	

Patryk Gałuszka

Nowe nurty badawcze w studiach nad muzyką popularną – przegląd wybranych koncepcji	113
<i>New Research Trends in Popular Music Studies – Review of Selected Concepts</i>	

Barbara Jabłońska	
Dyskurs o muzyce na przykładzie XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego	131
<i>Discourse on Music: The Case of the 16th International Fryderyk Chopin Piano Competition</i>	

* * *

Vyacheslav Stolbov	
Confessional Processes in Russia: From Atheism to Religious Pluralism	155
<i>Procesy przemian wyznaniowych w Rosji: od ateizmu do religijnego pluralizmu</i>	

RECENZJA

REVIEW

Janusz Mariański, <i>Moralność w kontekście społecznym</i> , Nomos, Kraków 2014	
– rec. Wojciech Sadłoń	181

OD REDAKCJI

Wspólną ramą odniesienia dla artykułów zamieszczonych w tomie 64/3 *Przełądu Socjologicznego* jest szeroko rozumiana problematyka kultury rozważana w odniesieniu do różnych aspektów współczesności. Autorzy tekstów koncentrują się zwłaszcza na tematyce konsumpcji kulturowej, socjologii muzyki oraz przemianach religijności.

Punktem wyjścia dla rozważań na temat, często ostatnio dyskutowanego, zjawiska konsumpcji kulturowej jest analiza oparta o charakterystykę struktury współczesnego społeczeństwa (po)nowoczesnego i związanej z tym płynności gustów odbiorców. Na uwagę zasługuje tu zwłaszcza dyskutowane w tekstach pojęcie wszytkożerności, jak się zdaje, niewystarczająco wykorzystywane w polskiej socjologii kultury.

Z kolei intencją Autorów artykułów prezentujących dorobek socjologii muzyki było przede wszystkim przedstawienie Czytelnikowi tej, ciągle mało znanej w socjologii polskiej, subdyscypliny. Teksty mają charakter informacyjno-analityczny. Ich lektura daje wyobrażenie o pracach badawczych i zainteresowaniach teoretycznych socjologów muzyki oraz umożliwia wgląd do szerokiej literatury przedmiotu.

Ostatni zamieszczony w tym tomie *Przełądu Socjologicznego* tekst poświęcony jest problematyce religijności w Rosji. W artykule przedstawiony jest zarówno kontekst historyczny jak i zachodzące współcześnie w społeczeństwie rosyjskim procesy przemian religijności. Rozpatrywane tu kwestie, w perspektywie szerzej rozumianych zmian kulturowych i społecznych, można rozważać nie tylko w odniesieniu do zaprezentowanego studium przypadku.

ŁUKASZ IWASIŃSKI
Uniwersytet Warszawski*

KONSUMPCJA KULTUROWA JAKO MANIFESTACJA STATUSU. OD DETERMINIZMU KLASOWEGO DO WSZYSTKOŻERNOŚCI

Streszczenie

Artykuł analizuje konsumpcję (zwłaszcza konsumpcję kulturową) jako sposób manifestowania społecznego statusu. Punktem wyjścia autor czyni rozważania Pierre'a Bourdieu. Omówione zostały podstawowe pojęcia teorii francuskiego socjologa, w tym habitus i prezentowana przez niego idea klasowej determinacji konsumpcji. Koncepcja ta we współczesnej socjologii jest podważana, a w każdym razie istotnie rewidowana. Jej oponenti wyrażają pogląd o „wszystkożerności” kulturowej konsumentów o wysokim statusie, w opozycji do stanowiska francuskiego socjologa, wyłożonego zwłaszcza w książce *Dystynkcja*, które podkreśla ekskluzywny charakter ich konsumpcji. Teza o „wszystkożerności” wyrosła z polemiki z Bourdieu. Jej pierwsi propagatorzy, z Richardem Petersonem na czele, w latach 90. XX wieku poddali empirycznej weryfikacji jego ustalenia. Wyniki tych badań doprowadziły do istotnej rewizji tez zawartych w słynnej książce francuskiego socjologa. Autor niniejszego artykułu podaje kolejne argumenty na rzecz „wszystkożerności” wysoko sytuowanych konsumentów, ilustrując ów pogląd zaczerpniętymi ze źródeł zastanych oraz własnych obserwacji przykładami.

Słowa kluczowe: Konsumpcja kulturowa, status, wszystkożerność, kapitał kulturowy

* Dr, Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych, Wydział Historyczny, ul. Nowy Świat 69, 00-927 Warszawa; e-mail: lukiwas@gmail.com

Powiedzieć dziś, że konsumpcja stanowi manifestację statusu, to stwierdzić banał. Fenomen ten od dawna jest obecny w obszarze zainteresowań socjologów – ze wskazaniem na Thorsteina Veblena [Veblen 2008] i Pierre’a Bourdieu [Bourdieu 2005]. Idee pierwszego z nich, choć ukształtowane na przełomie XIX i XX wieku, do dziś stanowią inspirację do podejmowania badań i refleksji nad formami ostentacyjnej konsumpcji mającej charakter świadomej rywalizacji o społeczny prestiż. Bardziej wyrafinowana i współczesna myśl Bourdieu koncentruje się raczej na tym, w jaki sposób, dzięki społecznie (a konkretnie – klasowo) wytworzonym regułom klasyfikacji, konsumenci manifestują swój status nieświadomie.

KONSUMPCJA A DETERMINIZM KLASOWY W UJĘCIU PIERRE’A BOURDIEU

W perspektywie Bourdieu hierarchię statusu społecznego wyznacza struktura klasowa. Jednak przynależność do danej klasy nie jest tu wyrażana wyłącznie w kategoriach finansowych (czyli poprzez kapitał ekonomiczny), a stanowi raczej wypadkową wszystkich podstawowych rodzajów kapitału (ekonomicznego, społecznego, kulturowego), które przekładają się na kapitał symboliczny¹. W modelu przedstawionym w *Dystynkcji* autor wyróżnił trzy klasy: wyższą, czyli dominującą, średnią i niższą. Każdej przyporządkowany jest określony gust: wyższy, innymi słowy prawomocny, średni i niższy, czyli popularny, bądź ludowy. Poszczególnym gustom odpowiadają określone kategorie konsumowanych dóbr i sposoby odnoszenia się do nich. Gust wyższy jest ekskluzywny, zamknięty. W odniesieniu do sztuki charakteryzuje go podejście kontemplacyjne, skupienie na formie i bezinteresowność, tzn. – nieinstrumentalny, nieszukający pozaestetycznej satysfakcji stosunek do dzieła. Obdarzony gustem wyższym człowiek nawet użytkowe przedmioty ocenia, stosując kryteria estetyczne. Z kolei gust niski koncentruje się na funkcjonalności konsumowanych dóbr, a także czerpaniu z nich przyjemności zmysłowej. W twórczości artystycznej ceni zrozumiały, imitujący rzeczywistość przekaz. Posiadacz każdego z wymienionych gustów odrzuca wybory typowe dla innych gustów, uznając swój za naturalny. „Nic więc

¹ Najkrócej rzecz ujmując, kapitał ekonomiczny to środki materialne, finansowe; kapitał kulturowy – kompetencja i formalne tytuły; kapitał społeczny – kontakty, relacje z innymi ludźmi; kapitał symboliczny – prestiż. Poszczególne rodzaje kapitału są współzależne. Między kapitałem ekonomicznym, kulturowym i społecznym zachodzi wymiana – Bourdieu dużo miejsca poświęcił śledzeniu ich wzajemnych konwersji, a wszystkie one mają udział w kapitale symbolicznym. Więcej o rodzajach kapitału [Matuchniak-Krasuska 2010: 35–38].

tak ściśle nie odróżnia poszczególnych klas, jak postawa obiektywnie wymagana przez prawomocną konsumpcję dzieł prawomocnych, zdolność do przyjmowania punktu widzenia wyłącznie estetycznego wobec obiektów estetycznie już ukonstytuowanych, a zatem przeznaczonych do podziwiania przez tych, którzy nauczyli się rozpoznawać znaki wyjątkowości (...) lub angażowania zasad czystej estetyki w najzwyczajniejszych wyborach życia codziennego, na przykład w dziedzinie kuchni, ubioru czy dekoracji” [Bourdieu 2005: 54]. Bourdieu zajmuje się głównie konsumpcją w sferze kultury – jako obszaru szczególnie predysponowanego do wyrażania różnic klasowych, innymi słowy najsilniej dystynktywnego. Niemniej jednak uznaje, zgodnie z zasadą homologii, że nie można traktować go w oderwaniu od innych sfer, także materialnej, konsumpcji. Francuski socjolog dowodzi, iż „upodobania estetyczne i wybory w dziedzinie kultury są ściśle związane z preferencjami w dziedzinie stroju, urządzania wnętrz, kuchni, sportu, spędzania czasu wolnego, z zasadami moralnymi i wychowawczymi, czyli ze stylem życia określonej klasy czy warstwy społecznej” [Matuchniak-Krasuska 2010: 53].

Fakt, że wzory konsumpcji nie są prostą funkcją posiadanych przez konsumentów środków finansowych, wcale nie poszerza sfery ich wolności. Zaniegowanie determinizmu ekonomicznego nie prowadzi Bourdieu do odrzucenia determinizmu klasowego. Po prostu autor ten bardziej wielowymiarowo rozumie klasę, przez co ów determinizm może stać się jeszcze trudniejszy do przezwyciężenia. Tak oto przed podjęciem określonych decyzji konsumenta hamować będzie niekoniecznie brak środków (niedostateczny kapitał ekonomiczny – co należałoby uznać za podstawowy, a w każdym razie zawsze pierwotny czynnik determinujący zachowania konsumpcyjne na gruncie teorii Veblena), lecz na przykład brak wiedzy na temat danego dobra, czy umiejętności posługiwania się nim (niedostateczny kapitał kulturowy). Z kolei czysto finansowy awans niekoniecznie prowadzi do zdobycia istotnych kompetencji kulturowych, pomnażających kapitał kulturowy, który także ma wpływ na pozycję klasową. Maciej Gdula mówi: „Przyzwyczajiliśmy się dzielić społeczeństwo w kategoriach dochodów. Masz 800 złotych miesięcznie, jesteś na społecznym dnie; masz 800 tysięcy, jesteś na szczycie. Kłopot w tym, że często dochody nijak się mają do rzeczywistych aspiracji i kapitału kulturowego człowieka (...). Stan konta zmienia się szybciej niż gust i styl życia, jakie wynieśliśmy z domu. Bo klasę oznacza się na wielu poziomach, czasami nie do rozpoznania na pierwszy rzut oka. Często określa się ją na przykład nie po tym, co mówimy, ale po tym, o czym milczymy” [za: Fiedorowicz 2010].

Zatem – podkreślmy to raz jeszcze – kategorią w najbardziej bezpośredni sposób wyrażającą klasową przynależność jest właśnie gust. Sam Bourdieu pisze,

iz jest on predysponowany do „funkcjonowania w charakterze uprzywilejowanego wskaźnika klasy społecznej” [Bourdieu 2005: 10]. Natomiast Anna Matuchniak-Krasuska wyjaśnia: „Gust jest dyspozycją dostosowaną do różnicowania, oceniania, wybierania. Ta orientacja społeczna, działająca w sposób automatyczny, kieruje jednostki i grupy zajmujące określone pozycje społeczne ku praktykom i dobrom im przysługującym” [Matuchniak-Krasuska 2010: 53]. Zatem francuski socjolog rozumie gust jako wypracowaną społecznie cechę, wyrażającą położenie jednostki w strukturze społecznej, sytuującą się poza obszarem indywidualnego wyboru, pozwalającą dokonywać sądów i podejmować określone praktyki (w tym w sferze konsumpcji) w sposób zgoła automatyczny, bezrefleksyjny [Matuchniak-Krasuska 1988: 180]. Podstawowy wpływ na sumaryczny zasób kapitału, a w konsekwencji przynależność do danej klasy, gust i określone wzory konsumpcji ma wykształcenie oraz pochodzenie społeczne.

Pośrednikiem między gustem jednostki (i tym samym wyborami konsumpcyjnymi) a strukturą społeczną jest w teorii Bourdieu habitus. Działanie jednostki, bądź też – dochowując wierności językowi tego autora – agenta społecznego, jest, mówiąc najogólniej, wypadkową konieczności obiektywnych narzuconych przez określony kontekst działania i subiektywnych strategii. Jednakże te ostatnie nie są nigdy w pełni subiektywne, bo wynikają z habitusu. Christiane Chauvire i Olivier Fontaine tłumaczą: „agent nigdy nie jest niezależnym przedmiotem swoich praktyk” [za: Matuchniak-Krasuska 2010: 26]. Habitus rozumieć można jako zespół „tendencji, postaw, dyspozycji uwewnętrznionych, wprowadzonych w sferę ludzkich nawyków” [Kłoskowska 2006: 13]. Tak oto, szczegółowo, definiuje go sam Bourdieu: „Warunki związane z pewną klasą o określonych warunkach bytu produkują habitus, to jest system dyspozycji trwałych i przenoszonych, funkcjonujących jako zasada generująca i organizująca praktyki oraz reprezentacje, które mogą być obiektywnie dostosowane do ich celów bez zakładania świadomego zmierzania do tego celu, a także opanowanie operacji niezbędnych do ich osiągnięcia, obiektywnie regulowanych i regularnych, niebędących absolutnie produktem poddania się tym regułom; to wszystko jest dyrygowane kolektywnie, nie będąc produktem organizującej akcji dyrygenta” [za: Matuchniak-Krasuska 2010: 28]. Zaznaczyć trzeba, że pojęcie to, choć stanowi jedną z podstawowych kategorii teorii Bourdieu, przez autora traktowane jest z pewną dozą dowolności, nieco inaczej w odmiennych kontekstach. Na najbardziej ogólnym poziomie powiedzieć można, że habitus obejmuje oceny, emocjonalne reakcje, stosunek do wartości [Kłoskowska 2006: 13–14] i przejawia się we wszystkich praktykach agenta, nadając im spójności, innymi słowy – zapewniając im homologie. Habitus niekoniecznie bezpośrednio steruje działaniami

agentów, ale zawsze je ogranicza; pośrednio wyznacza cele, jakkolwiek ich źródła nie muszą być (i zwykle nie są) uświadomione. Jest on swoistym mediatorem między sferą obiektywną, a subiektywną, a także między działaniem świadomym a nieświadomym, intencjonalnym a nieintencjonalnym. Ten „system organicznych lub psychicznych dyspozycji i nieświadomych schematów myślowych, postrzeżeń i działań, stanowi właśnie czynnik sprawiający, że osoby działające w poczuciu mocno ugruntowanego złudzenia twórczości, nieprzewidywalnej, oryginalnej i swobodnej improwizacji, mogą jednak produkować myśli, postrzeżenia i akty zachowania zgodne z obiektywną prawidłowością. Dzieje się tak, gdyż sam habitus został zrodzony w warunkach obiektywnie określonych tymi prawidłowościami, a zarazem przez te warunki” [Kłóskowska 2006: 14]. Jak tłumaczy Antonina Kłóskowska: „Wpojenie reguł gry społecznej jest tak silne, że niepostrzegalne jako czynnik z zewnątrz narzucony, i tak skuteczne, że zapewnia niemal automatyczne dostosowanie się do sytuacji rozpoznanej jako sytuacja objęta danymi regułami” [Kłóskowska 2006: 15] oraz „wynika z tego zastosowanie strategii obiektywnie przystosowanych do sytuacji. Nadaje to działaniu pozory racjonalności, jakkolwiek postępowanie nie jest w istocie kierowane racjonalną motywacją” [Kłóskowska 2006: 14]. Kształtowanie habitusu opiera się więc na głębokiej interioryzacji zewnętrznosci, umożliwiającej niemal automatyczne dostosowywanie się do zastanych warunków (o ile nie odbiegają one znacząco od tych, które habitus ukształtowały). Habitus skupia wszelkie właściwości aktora społecznego, nabywane w trakcie wychowania i zdobywania kolejnych doświadczeń. Staje się „społecznie ustanowioną naturą” [Kłóskowska 2006: 15]. Jednakże zasadnicze znaczenie dla jego formowania się ma inicjalny etap wpajania kultury, dokonujący się w grupach pierwotnych – rodzinie, lokalnym otoczeniu. Ów pierwotny akt internalizacji świata zewnętrznego pozostawia najbardziej trwale efekty w postaci habitusu pierwotnego; na jego bazie mogą potem kształtować się kolejne habitusy wtórne – szkolne, zawodowe. Dostrzeżone, rozpoznane przez samych aktorów swoistości ich habitusów wyrażają się jako świadomie kreowane style życia. Według Bourdieu rodzaj wpajanych norm, wartości, ów cały kompleks uwewnętrznień składających się na habitus pierwotny uzależniony jest nade wszystko od usytuowania klasowego.

Bourdieu, podobnie jak interakcyoniści, w swej teorii nadaje zasadnicze znaczenie sferze symbolicznej². O ile jednak dla interakcjonistów była ona medium i narzędziem wymiany znaczeń oraz ich interpretacji, które to procesy prowadziły

² O relacjach między interakcjonizmem symbolicznym a teorią Bourdieu [Hałas 1999: 77–99].

do kształtowania się ładu społecznego, to dla francuskiego socjologa jest przede wszystkim instrumentem przemocy – służy ustalaniu stosunków podległości. Istotą przemocy symbolicznej jest to, że „symbolicznymi środkami legitymizuje ona, wzmacnia i utrwala przemoc realną” [Kłoskowska 2006: 23]. Klasy wyższe (dominujące) ustalają pewien typ kultury – kultury prawomocnej (legalnej), wyrażającej się w określonym guście (a tym samym takich a nie innych wzorach konsumpcji), jako formę legitymizacji swego panowania i dążą do naturalizacji istniejącego układu sił, a więc uznania go za normalny, obiektywny, przyrodzony. Fakt, iż konsumpcja wedle gustu narzuconego przez kulturę prawomocną jest poza zasięgiem klas niższych, pozwala grupom uprzywilejowanym, wyposażonym w największy kapitał, zachować dominację i reprodukować istniejącą strukturę klasową. Jest to optyka nawiązująca do myśli marksistowskiej, dowodzącej, iż grupy panujące, działając w sferze symbolicznej, dążą do uprawomocnienia swej władzy i obiektywizacji istniejącego porządku, by spacyfikować klasy położone niżej. Szeroko pojęta konsumpcja staje się narzędziem odtwarzania – zwykle nieuświadomionych albo uznanych za uzasadnione – układów przywilejów i deprivacji.

W przypisanych określonemu gustowi wzorach konsumpcji ujawniają się różnice społeczne (innymi słowy stają się podstawą dystynkcji, a co za tym idzie inkluzji bądź ekskluzji z danej klasy). Tak więc wybory konsumpcyjne komunikują społeczny status jednostki przede wszystkim w sposób niezamierzony, a nawet jeśli podejmowane są z rozmysłem (na przykład dla celów demonstracyjnych), to i tak muszą pozostawać w ramach klasowo uwarunkowanego habitusu³. Konsumpcja odtwarza po prostu zapisany w strukturze społecznej, mediowany przez habitus układ sił – w tym sensie w teorii Bourdieu nie ma mowy o wolności konsumenta. Alan Aldridge, komentując poglądy autora *Dystynkcji*, pisze: „Jako konsumenci podejmujemy wybory, ale paradoksalnie sam akt wyboru przyczynia się do naszego zniewolenia. Jakkolwiek gorąco możemy temu przeczyć, dobrowolnie poddajemy się różnym klasyfikacjom poprzez nasze gusta i smaki” [Aldridge 2006: 107]. A więc w koncepcji Bourdieu konsument jest niewolnikiem systemu społecznej klasyfikacji, u źródeł którego leżą podziały klasowe. Myśliciel ten kwestionuje wszelkie modele dopuszczające wolne, autonomiczne zachowanie konsumenta, sprowadzając je do funkcji społecznych,

³ Habitus może w pewnym, niewielkim stopniu adaptować się do nowych warunków, jednak zachowuje dużą bezwładność, stąd próba zdystansowania się do niego – zdaniem Bourdieu – nie jest możliwa. Chęć wyjścia poza uświadomione, wynikające z habitusu dyspozycje, rodzi nienaturalne efekty.

kulturowych i ekonomicznych oddziaływań. W świecie reklamy nie brak dziś postulatów zachęcających konsumenta do swobodnego kreowania własnego życia, haseł w stylu: „bądź sobą”, „stwórz siebie” – idee francuskiego badacza sytuują się w całkowitej opozycji do tej, tak dziś powszechnej, propagandy autokreacji poprzez konsumpcję.

KONCEPCJA WSZYSTKOŻERNOŚCI

Jak wiemy, Pierre Bourdieu ściśle wiąże habitus z klasową przynależnością. We wnętrzu habitusu panuje homologia, czyli spójność zachowań w różnych wymiarach życia (innymi słowy w obszarze wyznawanych wartości, doboru przyjaciół, znajomych, gustu artystycznego, sposobów spędzania wolnego czasu, jak i typach kupowanych towarów znaleźć można wspólne klasowe podłoże). Koherentne, charakterystyczne dla przedstawicieli danej klasy przedmioty i style konsumpcji komunikują ich status, odróżniając od członków innych klas.

Mniej więcej od początku lat 90. minionego wieku – jak dowodzą niektórzy badacze – to odwzorowanie traci jednak rację bytu. Współcześnie zwłaszcza klasy wyższe⁴ poszerzają repertuar swych wyborów konsumpcyjnych, a klasy niższe są w tym zakresie mniej tolerancyjne, mają tendencję do zamykania się w kulturowych gettach określonych gatunków, stylów, estetyk. Według Richarda Petersona [Peterson 1992: 243–258], co potem potwierdzone zostało m.in. przez Bethany Bryson [Bryson 1997: 141–156] (ich badania poświęcone są konsumpcji muzyki), gust przynależny grupom najlepiej wykształconym i posiadającym wysoki status społeczny – wbrew ustaleniom Bourdieu – nie jest gustem ekskluzywnym, wyrażającym pogardę dla uznawanych tradycyjnie za niskie form kultury, lecz inkluzywnym, szerokim, ceniącym różnorodne przejawy twórczości. Stąd propozycja terminu „wszystkożerny” (*omnivore*) dla opisu jednostek o wysokim statusie⁵. Wszystkożerność jest antytezą snobizmu, rozumianego jako gust oparty na sztywnych regułach ekskluzji, definiowany negatywnie (informujący czego konsumować nie należy) [Peterson; Kern 1996: 904].

⁴ Osobną kwestią jest to, że w prezentowanej tu wizji społeczeństwa komplikuje się (a nawet jest w ogóle kwestionowane) rozumienie klasy. W skrajnych ujęciach mamy do czynienia z perspektywą, w ramach której kategoria ta zastępowana jest innymi, bardziej płynnymi i niehierarchicznymi, jak styl życia. Tu jednak mam na myśli ludzi o wysokim statusie, w znaczeniu, jakie nadał mu Bourdieu, zasobnych w kapitał symboliczny.

⁵ Pierwsze, przytaczane powyżej badania nad wszystkożernością prowadzone były na początku lat 90. w Stanach Zjednoczonych. Później trend ten obserwowano i w innych zachodnich krajach. Bauman twierdzi, że aktualnie jest on typowy dla globalnej elity.

W 2007 roku Zygmunt Bauman tłumaczył: „Jeszcze dwadzieścia lat temu Pierre Bourdieu stwierdził ścisłą korelację między wysokością pozycji społecznej a wybrednością artystycznego gustu i surowością kryteriów (...). Dzisiejsze badania dowodzą, że na szczytach społecznej hierarchii obowiązuje kulturowa wszytkożerność. Im kto wyżej w hierarchii, tym bardziej czuje się jak w domu we wszystkich, z pozoru krańcowo odmiennych stylach i gatunkach artystycznych, w żadnym domu się nie zadomawiając i do żadnego z nich nie przywiązując się ze szkodą dla innych” [Bauman 2007a: 12] – pisze z typową dla siebie, zgoła publicystyczną dosadnością. W innym miejscu wyjaśnia, że kultura współczesnych elit ma charakter hybrydyczny. „Jakby na przekór temu, co mówi Pierre Bourdieu na temat ustalania się różnic społecznych na podstawie kulturowo określonych wyrazistych reguł smaku i wyboru, hybrydyczna kultura jest ostentacyjnie wszytkożerna – niezobowiązująca, niewybredna, pozbawiona uprzedzeń, gotowa skosztować i strawić danie z każdej kuchni” [Bauman 2007b: 53].

Jak wytłumaczyć ten fenomen? Człowiek obyty, o wysokim kapitale kulturowym porusza się swobodnie zarówno w zakresie kultury określanej mianem wysokiej, jak i popkultury. Tę ostatnią niekoniecznie odbiera jednak w sposób prostoliniowy, naiwny (choć i taka recepcja także może mieć miejsce, jest dziś jak najbardziej na miejscu – co przeczy ustaleniom Bourdieu); w każdym razie nie wstydzi się jej, potrafi wychwycić jej rozmaite sensory, szuka w niej zaspokojenia rozmaitych potrzeb. Wszak dziś zdarza się, że nawet wykształceni kulturoznawcy z zainteresowaniem śledzą karierę Lady Gagi i wypowiadają się o niej z szacunkiem, dostrzegając w jej twórczości – stanowiącej przecież samo jądro popkultury – metakomentarz do rządzących tą dziedziną mechanizmów, a studenci Uniwersytetu Południowej Karoliny w Stanach Zjednoczonych zgłębiają jej fenomen w ramach przedmiotu „Lady Gaga i socjologia sławy”⁶. Prowadzący kurs, belgijski profesor socjologii Mathieu Deflem sam określa się mianem fana piosenkarki⁷.

Przykłady postawy otwartości wobec popkultury wśród zasobnych w kapitał kulturowy konsumentów można mnożyć. Wojciech Kucharczyk – absolwent i były pracownik naukowy katowickiej Akademii Sztuk Pięknych, artysta wizualny i dźwiękowy, zaangażowany w wiele eksperymentalnych przedsięwzięć muzycznych, w projekcie „The Complainer” sięga – jak pisali krytycy – „do

⁶ <http://www.gagacourse.net/> (dostęp 09.11.2014).

⁷ http://natablicy.pl/lady-gaga-przedmiotem-studiow-socjologicznych,artykul.html?material_id=4ccfd7cb5a0abacd65010000; <http://www.we-dwoje.pl/lady:gaga;obiektem;debaty;akademickiej,artykul,21760.html> (dostęp 09.11.2014).

swoich młodzieńczych fascynacji elektroniczną muzyką popularną lat 80. po to, by prowadzić dialog ze schematami popkultury. Przy użyciu sampli z ulubionych płyt, stworzył muzykę, która jest reinterpretacją i trawestacją tamtych brzmień, pomysłów i rozwiązań technologicznych. To komentarz z satyrycznym zacięciem, w przebojowej, tanecznej konwencji” [Wojdas 2006: 357–358]. Wśród muzyków, którzy wywarli wpływ na kształt nagranej przez rzeczony projekt płyty wymienia przynależące do tak różnych segmentów kultury postaci, jak: Prince, David Byrne, Depeche Mode, Marc Almond, Jamie Lidell, Buena Vista Social Club, Szostakowicz, Eno, Cash, Waits, Veloso, Gainsbourg. Ta kulturowa „wszystkożerność” wydaje się symptomatycznym zjawiskiem dla współczesnych, wyposażonych w wysoki kapitał kulturowy erudytów. „Im więcej zestawień i kontrastów, tym ciekawiej (...). Country wzięło się stąd, że jednym z moich głównych bohaterów jest od kilku lat Johnny Cash. Hank Williams też jest ok. W prosty sposób przyjemność płynąca ze słuchania ich muzyki przeniknęła do mojej. Cieszę się, bo w Polsce country jest jednym z głównych synonimów obciachu. Tymczasem tak jak w każdym innym stylu i tu zdarzają się niebywałe perły” – tłumaczy swą działalność artysta. „Ja najbardziej w muzyce lubię piosenki! Po latach pracy w tzw. awangardzie zrobiłem rachunek sumienia – chłopie, co ty tak naprawdę lubisz, czego słuchasz przy śniadaniu? Co byś chciał robić dalej? Naprawdę trudno jest zrobić dobrą piosenkę, taką, żeby inni mogli się z nią utożsamić, która zostanie na długo” – dodaje [Wojdas 2007].

Podobnie wyraziste przykłady można znaleźć wśród niezaangażowanych w artystyczną twórczość intelektualistów. Richard Shusterman mówił⁸: „Znajdowałem się pod wpływem Adorno i w miarę jak prowadziłem seminarium, zacząłem dostrzegać dwie rzeczy. Przede wszystkim dostrzegłem, jak bardzo lubię muzykę popularną i poczułem rosnącą nieszczerłość wynikającą ze sprzeczności zachodzącej między tym doświadczeniem a standardową pozą filozoficzną, polegającą bądź na ignorowaniu kultury popularnej, bądź na jej całkowitej krytyce i odrzuceniu (...). Zrozumiałem, że nie chcę dalej dzielić swego życia, w którym jedno moje ja pisałoby za dnia akademickie teksty, zaś drugie bawiłoby się nocą w klubach rockowych. Byłbym niczym dr Jeckyll i pan Hyde. Z dra Jeckylla – intelektualisty–filozofa przemieniałbym się – chcąc się zabawić – w złopiącego wino, szalejącego na parkiecie pana Hyde’a (...). Zawsze lubiłem czarną muzykę, a rap był w latach 80. jej najnowszą formą. Rap miał też wyraźny wymiar polityczny i edukacyjny, dzięki czemu wydawał się być idealnym przykładem pragmatycznej formy sztuki, która łączy w sobie to, co poznawcze, praktyczne,

⁸ Słowa Shustermanna dotyczą genezy powstania książki *Estetyka pragmatyczna*.

polityczne i estetyczne (...) Rap był zbyt dobrym przykładem, by go nie studiować, a potem urzekła mnie sama muzyka i jej duch”⁹.

Bryson twierdzi, że teoria Bourdieu (ten jej aspekt, który mówi o uzależnieniu wyborów konsumpcyjnych od miejsca zajmowanego w hierarchii społecznej) zachowuje swą ważność w przypadku konsumentów znajdujących się w dolnych rewirach społecznej stratyfikacji, bezrefleksyjnie podchodzących do swych estetycznych wyborów. Im pozycja jednostki jest wyższa, tym bardziej relacja między nią a określonym wyborem w sferze konsumpcji kulturowej się komplikuje – konsument nawiązuje ją w sposób intencjonalny, kształtuje dowolnie, niekoniecznie poprzez pełną identyfikację z daną estetyką. Analizowany przez autorkę fenomen „wszystkożerności” ma jednak – jej zdaniem – swe granice. Jak twierdzi, co prawda ludzie o wyższym statusie są bardziej wszechstronni w swych wyborach w sferze konsumpcji kultury, jednakże pewne formy twórczości odrzucają. Pokrywają się one z tymi, które są najchętniej preferowane przez (najbardziej skłonnych do zawężania swego repertuaru) najgorzej wykształconych i najniżej sytuowanych konsumentów. Zgodnie z tą zasadą – łatwo byłoby wśród osób wyedukowanych, dysponujących wysokim kapitałem kulturowym, znaleźć entuzjastę znacznej ilości produktów popkulturowych, ale trudno w tej grupie doszukać się miłośnika disco polo. Wyjątek stanowi sytuacja, w której traktuje się ów styl w sposób ironiczny, jak na przykład utrzymane w prześmiewczym tonie discopolowe imprezy studenckie – w publicystyce pojawił się nawet termin żako-polo: „Studencka szajba na disco polo ogarnęła cały kraj. «Disco Polo Toples Dres Party» w gdańskiej Kwadratowej, «Dobre bo Polskie – Disco Polo Night» w warszawskim New Deep czy wspomniany «Zimny Łokieć» w Alibi (Wrocław) – to tylko przykłady studenckich imprez disco polo. A z każdym miesiącem dochodzą nowe w kolejnych miastach. Absolutnym epicentrum takich zabaw jest Warszawa” [Rusak 2006] – pisał w 2006 roku magazyn *Dlaczego*. „Jeszcze rok temu większość moich znajomych miała hopla na punkcie imprez retro, gdzie bawili się przy muzyce z lat 60. czy 70. Dzisiaj króluje disco polo – mówi Karol Portowicz, student informatyki z Krakowa. – Jeszcze dwa lata temu napomknęcie nazw takich, jak Bayer Full, Boys, Shazza, Toples, Skaner czy Weekend było szczytem obciachu, towarzyskim faux-pas. Osoba, która się do tego przyznała, była wyśmiewana. Dzisiaj znajomość takich grup świadczy o dużym poczuciu humoru – mówi Ania Parolska, studentka polonistyki z Lublina” [Rusak 2006]. Z kolei w opisującym to zjawisko artykule w *Polityce* z 2007 roku czytamy:

⁹ *Życie, sztuka i filozofia* – wywiad Adama Chmielewskiego z Richardem Shustermanem: <http://www.fau.edu/humanitieschair/pdf/int-Polish.pdf> (dostęp 10.11.2014).

„Klub New Deep mieści się w modnych Fortach Raclawickich w Warszawie. Forty to miejsce, do którego chodzą ludzie świadomi, co jest trendy. Trochę artystycznej bohemy, trochę światka reklamy i PR. Od wakacji w New Deep co dwa tygodnie odbywają się regularne dyskoteki disco polo (...). Młodzież z wielkich miast lubi niby-ironię i kicz traktowany z przymrużeniem oka (...). Przy każdej imprezie sala jest pełna, bywalcy znają na pamięć teksty, a klub inkasuje za każdy bilet 10 zł. New Deep zdecydował się nawet sylwestra zorganizować w rytmach remizowych” [Michniewicz 2007: 72–73]. Jak widać, nawet największy kicz da się obronić, jeśli zaznaczony zostanie ironiczny doń dystans. „Ludzie w miastach dorosli do tego, żeby się bawić przy disco polo na «obciach party». I śmiać się z tego, co robią. Bo disco polo to kicz, ale jeśli ktoś jest tego świadomy, to taki kicz spełnia już inne funkcje – tłumaczy Mirosław Pęczak, socjolog z UW” [Rusak 2006]. W takim wypadku trudno nawet mówić o kiczu – staje się on kampem¹⁰. Ironiczny dystans wcale nie musi wszakże wykluczać doświadczania fizycznej przyjemności. Bywalcy rzeczonych imprez, rozumiejąc ich groteskowy charakter, jednocześnie nie krępują się przyznać, że to: „czyste szaleństwo”, a także, iż „wszyscy bawią się świetnie”. „Bawimy się przy nich na imprezach w akademiku, a gdy DJ w klubie zagra taki «badziew», wszyscy lecimy na parkiet, żeby się «ponawydurniać»”; „Normalnie nie słuchamy takiej muzyki, ale pobawić się można przy wszystkim – tłumaczy Beata, na głowie dready, na plecach dziergany sweter. – Fajnie mieć troszkę szersze horyzonty muzyczne” [Michniewicz 2007: 72–73].

Warto zauważyć, że ze zjawiskiem „wszystkożerności” wysoko sytuowanych środowisk, sprzężona jest tendencja do wzrastającej otwartości sakralizujących instytucji, które akceptują i namaszczają coraz szersze obszary twórczości kulturowej, tym samym uzasadniając ich status i dostarczając ich konsumentom schematów poznawczych oraz narzędzi interpretacyjnych. Peterson i Kern, w badaniach z połowy lat 90., analizujących zmiany w kulturowej konsumpcji społeczeństwa amerykańskiego, zauważają, iż takie gatunki jak jazz, blues czy rock już dawno zostały zaakceptowane w intelektualnych kręgach, traktowane są poważnie przez krytykę i inne ustalające kryteria kultury prawomocnej instytucje. W dalszej kolejności proces ten objął także country, czego wyrazem jest fakt, że poświęca mu się artykuły w renomowanych pismach, jak *American Heritage*, jak i to, że obecne jest w akademickich opracowaniach [Peterson, Kern

¹⁰ Przy czym współczesne, potoczne rozumienie kampu ma nieco inny odcień niż jego conceptualizacja dokonana przez Susan Sontag. Oznacza po prostu entuzjastyczną, acz naznaczoną ironią postawę wobec kiczu.

1996: 904] Banksy. Jak argumentował Bourdieu, instytucje edukacyjne mają kluczowe znaczenie w definiowaniu sztuki prawomocnej. Również w polskich warunkach widać poszerzanie jej zakresu – na rodzimych akademiach muzycznych pojawiają się kierunki o profilu jazzu i muzyki rozrywkowej, z utworzonym jako pierwszym tego typu w Polsce w 1984 roku Wydziałem Jazzu i Muzyki Rozrywkowej na katowickiej Akademii Muzycznej im. Karola Szymanowskiego. Z kolei w szacownych muzeach znaleźć możemy prace wywodzących się z kontrkultury¹¹ twórców graffiti – jak choćby Banksy’ego czy innych artystów street artu [Biskupski 2010: 159–178]. Wyrazem otwierania się sakralizujących instytucji na nowe formy twórczości są także programy prestiżowych imprez i listy laureatów renomowanych nagród w dziedzinie kultury. Repertuar obchodów Roku Chopinowskiego 2010 swobodnie miesza elementy kultury niskiej i wysokiej, śmiało czerpiąc ze strategii typowych dla popkultury¹². Ósma edycja organizowanego corocznie od 2003 roku w Krakowie festiwalu Sacrum Profanum w swym programie, na który składa się blok Modern Classic oraz blok Freak, śmiało łączy muzykę współczesną z gwiazdami eksperymentalnej, ale przynależnej do popkultury sceny elektronicznej – oba bloki często trafiają do tego samego audytorium. Nagrodę Literacką Nike otrzymuje, obok Czesława Miłosza czy Tadeusza Różewicza, bliska świata popkultury (w istocie go reprezentująca) Dorota Masłowska¹³.

Odbiorcy posiadający wysoki kapitał kulturowy nie potrzebują jednakże instytucjonalnego usprawiedliwienia swego wyboru – mają umiejętność samodzielnego rozumienia dyskursów rządzących kulturą czy światem społecznym w ogóle, potrafią świadomie się do nich odnieść i z nimi polemizować, nadając przedmiotowi kulturowej konsumpcji indywidualny sens (na co wskazują powyższe wypowiedzi Kucharczyka i Shustermana); można by rzec, że charakteryzuje ich duża pewność osobistej, niezależnej kulturowej kompetencji. Co ważne i stojące w jaskrawej sprzeczności z ustaleniami Bourdieu – akceptują także funkcjonalny, użytkowy aspekt konsumpcji kulturowej, jej związek z prozaicznym życiem (jak mówi francuski socjolog „podporządkowanie formy funkcji” [Bourdieu 2005: 45]), jak i jej czysto fizyczne przejawy, wypływającą z niej bezpośrednią, zmysłową gratyfikację (Shusterman akcentuje, wręcz uwzniosła ten wymiar doświadczenia estetycznego w swej koncepcji somaestetyki

¹¹ Zaznaczyć trzeba, że pojęcie kontrkultury w tym kontekście (jak i status kontrkultury w ogóle) jest dziś dyskusyjny. Można argumentować, że została ona wchłonięta przez popkulturę.

¹² <http://chopin2010.pl/pl.html> (dostęp 09.11.2014).

¹³ O procesie dowartościowywania twórczości uchodzącej za popularną i niską, włączania jej do kanonu kultury wyższej i rozmywaniu się kryteriów tej dystynkcji [Krajewski 2005: 19–21].

[Shusterman 2007; 1998: 255–257]). Taka recepcja w ujęciu francuskiego socjologa charakteryzuje gust najniższy, ludowy i jest zdecydowanie nietypowa dla gustu prawomocnego¹⁴. Obrońcy konserwatywnej hierarchii Bourdieu polemizować mogą z przedstawionymi tu ustaleniami, argumentując, że dotyczą one wyłącznie klasy średniej, a na przykład prawdziwa arystokracja czy inteligencja w swych konsumpcyjnych wyborach nadal kieruje się ścisłymi regułami, pielęgnując immanentne jej kryteria dystynkcji. Jednak nawet członkowie współczesnych rodzin królewskich ulegają opisanym procesom – popkultura już dawno wkroczyła na salony. Brytyjski następca tronu, książę William, zapytany o muzyczny gust, twierdzi, że jest on bardzo wszechstronny i wskazuje m.in. popularnych wykonawców z obszaru rocka i rapu¹⁵.

Powyższe konstatacje odnieść można nie tylko do konsumpcji kulturowej – jak pisze autorka artykułu, pt. *Gra w klasy*, analizującego współczesne klasowe podziały w Polsce „Rozklekotanym rowerem (a więc produktem, wydawać by się mogło, przypisanym klasie niższej – Ł.I.) może jeździć i milioner, i dyrektor banku, i szanowany docent, i... sezonowy robotnik. Mogą też podobnie się ubierać – ten ostatni z powodu niedostatku, ci pierwsi dla przyjemności złamania mieszczańskiego konwenansu” [Fiedorowicz 2010].

Zatem „wszystkożerny” przedstawiciel współczesnej elity społecznej w swych wyborach konsumpcyjnych wolny jest od ograniczeń, jakim podlegać powinien przedstawiciel klasy wyższej wedle teorii Bourdieu, w myśl której musiałby się poruszać w zamkniętym zbiorze wyborów, a ponadto charakteryzować się gustem czystym, czyli wolnym od roszczeń utylitarnych, doznań sensualnych, nieszukającym fizycznej przyjemności. Co prawda autor *Dystynkcji* również dopuszcza możliwość konsumowania dóbr, jakie przypisuje gustowi niskiemu, ludowemu, przez wysoko sytuowanego odbiorcę. Wyklucza jednak, by podstawową motywacją było tu zaangażowanie na poziomie emocjonalnym czy zmysłowym, a nawet etycznym. Przedmiot taki, cieszący się wysokim statusem konsument może przyswoić w sposób bezemocjonalny, patrząc na niego tak, jak

¹⁴ Analogicznie pojęte oderwanie sztuki od związków z codziennością, emocjami, namiętnościami i nadanie jej znamion czystej estetyki było podstawą koncepcji dehumanizacji sztuki współczesnej Jose Ortegi Y Gasseta. Dla tego autora również stanowiło istotną cezurę, oddzielającą to, co w kulturze wysokie, od tego, co niskie [Bourdieu 2005: 13, 43–44]. Współczesność – pod sztandarem postmodernizmu – zupełnie zanegowała ten podział. Wcale nie trzeba być jednak zwolennikiem postmodernizmu, by dostrzec przenikanie się tego co niskie i wysokie w sztuce, jak i zanikanie ścisłych, klasowo określonych wymogów recepcji kultury.

¹⁵ <http://www.heraldsun.com.au/news/special-reports/prince-william-is-our-prince-of-hearts/story-fn4uhtvc-1225821385891> (dostęp 09.11.2014).

czyni to krytyk czy historyk; pierwszoplanowym obszarem jego zainteresowania nie stanie się intryga oraz perypetie bohaterów (w przypadku filmu), chwytliwa melodia (w przypadku muzyki), nie zniży się do poziomu zachwytu błogim widokiem (w przypadku obrazu), czy nie będzie kierował się wyłącznie funkcją albo wygodą (w przypadku dobra użytkowego) [Bourdieu 2005: 48–49].

A więc stanowisko zarówno Kucharczyka, Shustermana, jak i profesora prowadzącego kurs na temat Lady Gagi (i deklarującego się jako jej fan), na gruncie teorii Bourdieu nie miałyby prawa bytu. Co więcej, francuski socjolog jeśli w ogóle dopuszcza wyłamujące się z reżimu zinstytucjonalizowanych kryteriów dystynkcji wybory wysoko sytuowanych jednostek (zwłaszcza artystów i intelektualistów), to traktuje je jako śmiałą demonstrację władzy symbolicznej, jaka im przysługuje. Innymi słowy jest to próba narzucenia nowych symboli statusu, dążenie do utrwalenia nowych podziałów na polu kulturowej konsumpcji i tym samym redefinicji kultury prawomocnej według własnych reguł [Bourdieu 2005: 350]. Taką strategię autor traktuje jako ryzykowną, acz opłacalną i, jak się wydaje, uznaje ją za rzadką, statystycznie nieistotną. Przyjmuje, że ściśle reguły rządzące konsumpcją (jej przedmiotem i postawą wobec konsumowanych dóbr) poszczególnych klas przez zdecydowaną większość społeczeństwa, w tym klasy wyższe, nie są kontestowane, lecz w zasadzie bezwiednie realizowane i przyjmowane jako naturalne.

ZAKOŃCZENIE

Czy zatem, przyjmując założenie „wszystkożerności”, uznać musimy, że funkcja konsumpcji jako wskaźnika (zwłaszcza wysokiego) statusu przestaje obowiązywać? Wachlarz wyborów wyposażonego w duży kapitał, dobrze sytuowanego konsumenta jest szeroki, różnorodne są też jego motywy – *stricte* użytkowe traktowanie produktu przypisanego według teorii Bourdieu klasie niższej, jak i szukanie w kontakcie z kulturą potocznie rozumianej rozrywki, jest na gruncie tezy „wszystkożerności” (dodajmy, dobrze ugruntowanej we współczesnej socjologii) – rzeczą zupełnie normalną. Odpowiedź na pytanie „co jest konsumowane” pozbawiona zostaje konotacji klasowej. Alan Aldridge, komentując przywoływanego powyżej ojca koncepcji wszystkożerności, Petersona, pisze: „rozdzielenia (dystynkcje) statusu zanikają. Smaki i gusta znacząco się poszerzyły. Nauczylismy się cieszyć różnorodnością form kulturowych i nie definiujemy już naszej tożsamości w kategoriach trwałej wierności konkretnym formom lub gatunkom. Wąska dieta została zastąpiona wszystkożernością, a snobizm ustąpił miejsca przyjemnemu i łagodnemu kulturowemu pluralizmowi” [Aldridge

2006: 113]. Głosy o postępującej od lat 90. akceptacji dla różnorodności w sferze konsumpcji są dość powszechne. W 2000 roku Naomi Klein przywoływała wyniki badań konsumentów, stwierdzające, że nowe pokolenie „wchodzi w życie z tak silnym nastawieniem pluralistycznym, jakiego nigdy jeszcze nie widzieliśmy. Wciągu najbliższych dwudziestu lat akceptacja dla alternatywnych stylów życia będzie wzrastać, zataczając coraz szersze kręgi w miarę dorastania dzisiejszej młodzieży, przejmowania przez nią władzy i przekształcania się w dominującą grupę konsumentów” [Klein 2004: 129]. Ciekawym przyczynkiem do tezy o „wszystkożerności” jest profil na Facebooku „Chodzę na Unsound i jadę na Biebera”¹⁶ (Unsound to elitarny, poświęcony hermetycznej muzycznej awangardzie festiwal, a Justin Bieber to młodzieżowa gwiazda, której dokonania uchodzą za wcielenie muzycznej szmiry i infantylizmu). Profil ma charakter ironiczny, niemniej coraz częstsze funkcjonowanie takich zestawień, nawet w konwencji żartu, jest znamienne.

Pomimo niewątpliwie wzrastającej heterogeniczności gustów i rozluźniania się związku między gustem (i tym samym wyborami konsumpcyjnymi) a statusem, nie wydaje się, by dystynktywna funkcja gustu (i konsumpcji) znikła. Tworzenie hierarchii prestiżu jest uniwersalnym procesem społecznym. „Mechanizm różnicowania się grup statusowych jest nieubłagany” [Szlendak 2004: 87]. W kapitalizmie podstawą owego różnicowania stała się konsumpcja określonych towarów czy też usług i zapośredniczonych przez rynek praktyk kulturowych, a trend ten narastał wraz z postępującym urynkowaniem rzeczywistości społecznej. Można jednak sądzić, że dystynkcja w coraz większym stopniu przypisana będzie raczej postawom, jakie jednostki przejawiają wobec konsumowanych dóbr/usług/podejmowanych aktywności, znaczeniom, jakie im nadają, motywacji, jaka nimi kieruje, a nie samemu faktowi spożycia czy posiadania określonych produktów. Stąd będzie ona z zewnątrz coraz trudniej uchwytna. Na zjawisko to wpływa typowa dla późno- czy też ponowoczesnych społeczeństw indywidualizacja, relatywizacja i postępujące urefleksyjnienie, najsilniej zaznaczone w przypadku grup najwyżej sytuowanych, których konsumpcyjne wybory są zróżnicowane i w mniejszym stopniu podejmowane są automatycznie, odruchowo, a coraz częściej realizowane z rozmysłem, w sposób dystansujący się od klasowej determinacji, odwołujący się do partykularnych motywacji, na różny sposób intelektualizowanych, a niekiedy wynikających z fizycznej, zmysłowej satysfakcji. Omówione w artykule przykłady stanowią egzemplifikację tego zjawiska.

¹⁶ <http://www.facebook.com/unsoundbieber> (dostęp 09.11.2014).

BIBLIOGRAFIA

- Aldridge A., 2006, *Konsumpcja*, Warszawa: Sic
- Bauman Z., 2007a, *Konsumenci w społeczeństwie konsumentów*, (w:) *Cykl wykładów dziekańskich: Gospodarka i społeczeństwo*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Bauman Z., 2007b, *Płynne życie*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Biskupski Ł., 2010, *Banksy'ego gry z instytucjami sztuki*, (w:) Koczanowicz D., Skrzeczkowski M. (red.), *Praktyki artystyczne w przestrzeni publicznej: pomiędzy estetyzacją a emancypacją*, Wrocław: Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej.
- Bourdieu P., 2005, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, Warszawa: Scholar.
- Bryson B., 1997, *What about the Univores? Musical Dislikes and Group-Based Identity Construction among Americans with Low Levels of Education*, "Poetics", 25.
- Fiedorowicz A., 2010, *Gra w klasy*, „Przekrój” 12/2010.
http://www.przekroj.pl/wydarzenia_kraj_artykul,6541,0.html
- Halas E., 1999, *Polityka symbolizacji w ujęciu Pierre'a Bourdieu a interakcjonizm symboliczny*, „Studia Socjologiczne”, nr 4.
- Klein N., 2004, *No Logo*, Izabelin: Świat Literacki.
- Kłoskowska A., 2006, *Teoria socjologiczna Pierre'a Bourdieu. Wstęp do wydania polskiego*, (w:) Bourdieu P., Passeron J.-C., *Reprodukcja*, Warszawa: PWN.
- Krajewski M., 2005, *Kultury kultury popularnej*, Poznań: Wydawnictwa Naukowe Uniwersytetu im. A. Mickiewicza.
- Matuchniak-Krasuska A., 1988, *Gust i kompetencja*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Matuchniak-Krasuska A., 2010, *Zarys socjologii sztuki Pierre'a Bourdieu*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Michniewicz T., 2007, *Drespolodisco*, „Polityka”, nr 12 (2597).
- Peterson R., Kern R., 1996, *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*, "American Sociological Review", no. 5.
- Peterson R., 1992, *Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore*, "Poetics", no. 21.
- Rusak P., 2006, *Studenci kochają disco polo!* „Dlaczego”, nr 84: <http://www.dlaczego.com.pl/news/show/655/>
- Shusterman R., 1998, *Estetyka pragmatyczna. Żywe piękno i refleksja nad sztuką*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Shusterman R., 2007, *O sztuce i życiu. Od poetyki hip-hopu do filozofii somatycznej*, Wrocław: Atla 2.
- Szlendak T., 2004, *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Veblen T., 2008, *Teoria klasy próżniaczej*, Warszawa: Muza.
- Wojdas J., 2007, *Szalenstwo to odtrutka na normalność*, „Polityka”, 31.08.2007: <http://www.polityka.pl/kultura/227630,1,szalenstwo-to-odtrutka-na-normalnosc.read>
- Wojdas J., 2006, *Tekstyla bis – słownik młodej polskiej kultury*, Kraków: Ha!art.
- Życie, sztuka i filozofia – wywiad Adama Chmielewskiego z Richardem Shustermanem*: <http://www.fau.edu/humanitieschair/pdf/int-Polish.pdf>

Strony internetowe

<http://chopin2010.pl/pl.html> (dostęp 09.11.2014).

http://natablicy.pl/lady-gaga-przedmiotem-studiow-socjologicznych,artykul.html?material_id=4ccfd7cb5a0abacd65010000 (dostęp 09.11.2014).

<http://www.facebook.com/unsoundbieber> (dostęp 09.11.2014).

<http://www.gagacourse.net/> (dostęp 09.11.2014).

<http://www.heraldsun.com.au/news/special-reports/prince-william-is-our-prince-of-hearts/story-fn4uhtvc-1225821385891> (dostęp 09.11.2014).

<http://www.we-dwoje.pl/lady;gaga;obiektem;debaty;akademickiej,artykul,21760.html> (dostęp 09.11.2014).

Lukasz Iwasiński

**CULTURAL CONSUMPTION AS A STATUS MANIFESTATION.
FROM CLASS DETERMINISM TO OMNIVOROUSNESS****Abstract**

The paper examines consumption (especially cultural consumption) as a way of manifesting social status. The author derives from ideas of Pierre Bourdieu. He discusses the basic notions of his theory, including habitus, and presents his idea of class determination of consumption. This concept is contested or at least *revised* in contemporary sociology. His opponents claim that consumers of high status are culturally “omnivore”, in opposition to the position of the French sociologist expressed in his book “Distinction”, which emphasized the exclusive nature of their consumption. The thesis of the “omnivorousness” grew from the critical review of Bourdieu. Its early proponents, like Richard Peterson, in the 90s of the twentieth century have given empirical verification of findings of Bourdieu. The results of the research led to the substantial revision of theses stated in the famous book by French sociologist. The author of this paper provides further arguments in favor of “omnivorousness” of high status consumers, illustrating this concept with observed examples or cases obtained from desk research

Keywords: Cultural consumption, status, omnivorousness, cultural capital

ROBERT ROGOZIECKI
Uniwersytet Gdański*

KONSUMPCJA JAKO MIT SPOŁECZEŃSTWA POSTINDUSTRIALNEGO. O BAUDRILLARDOWSKIM POJĘCIU KONSUMPCJI

Streszczenie

Tekst jest analizą współczesnego pojęcia konsumpcji. Jego podstawą są rozważania Jeana Baudrillarda, wedle którego konsumpcja to zjawisko właściwe dla kultury postindustrialnej. Jego zdaniem konsumpcja to mit, wokół którego organizuje się społeczeństwo konsumpcyjne. Jako taka wyłoniła się ona w toku wielowiekowego procesu redukcji wymiany symbolicznej. Wraz z nastaniem epoki nowożytnej dochodzi do wyzwolenia znaków spod ograniczeń, jakie nakładała na nie wymiana symboliczna oraz wyzwolenia jednostek spod hierarchii właściwej dla feudalnej organizacji społecznej. Rodzi się epoka industrializm jako czasy nieograniczonej produkcji znaków i towarów. Baudrillard pokazuje, w jaki sposób w logikę towarową wpisuje się logika reprezentacji znakowej. Kreśląc analogię pomiędzy systemem znakowym i systemem towarowym, dochodzi współczesnego pojęcia konsumpcji. Dokonuje tego krytykując podstawowe założenia myśli marksistowskiej. Marks nie dostrzega, że towary tworzą język, że towar w istocie jest znakiem i jako taki zawsze niesie ze sobą jakąś informację. Ideologia nie zawiera się w sferze nadbudowy, ale stanowi jądro produkcji i wymiany towarów. Jej sensem jest to, że niesie ona ze sobą kod, dzięki czemu towary tworzą dziś mniej lub bardziej spójny dyskurs, za pomocą którego komunikuje się ze sobą i wykląda samo siebie współczesne społeczeństwo postindustrialne.

Słowa kluczowe: konsumpcja, ideologia, mit, struktura, arbitralność, kod

* Dr, adiunkt; Wydział Nauk Społecznych, Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa, Zakład Estetyki i Filozofii Kultury; e-mail: wnsrr@univ.gda.pl

WSTĘP

Truizmem jest twierdzenie, że współczesne społeczeństwa europejskie to społeczeństwa konsumpcyjne; w ich obrębie konsumpcja stała się podstawową działalnością człowieka, której została podporządkowana reszta aktywności ludzkiej: praca, rodzina, religia, polityka, edukacja, seks. Dla Jeana Baudrillarda kultura konsumpcyjna to kultura oparta na znakach, które mając arbitralny stosunek do tego, co oznaczają, symulują własne odniesienie przedmiotowe. Nazywa je symulakrami, zaś pod pojęciem konsumpcji rozumie systematyczną minimanipulację. Podstawą tejże manipulacji są kody. Towar konsumpcyjny to w istocie rzecz-znak. Konsument nie nabywa go z uwagi na jego wartość użytkową, tj. zdolność do zaspakajania potrzeb, ani też wartość wymienną, czyli ilość zgromadzonej w nim substancji wartościotwórczej (na przykład pracy), ale z uwagi na jego wartość znakową, tj. fakt, że niesie on ze sobą określoną informację dotyczącą pozycji społecznej, przynależności grupowej, stanu majątkowego, przyjętego stylu życia, czyli zdolności do budzenia w umysłach ludzkich określonego rodzaju skojarzeń. Jeśli za Umberto Eco przyjąć, że kod jest zbiorem reguł wyznaczający zakres możliwych znaków i ich powiązań w bardziej złożone jednostki znaczące i/lub znaczenie [Eco 1996: 47], można wnioskować, że kod będzie decydował o zapotrzebowaniu na określonego rodzaju dobra oraz rodzaju potrzeb, które zostaną dzięki nim zaspokojone, a także możliwych konfiguracjach, w których potrzeby te wystąpią. Po stronie konsumenta kod określa rozumienie rzeczywistości jako modelu, w ramach którego systemy znakowo-towarowe znajdują interpretację. Wynika stąd, że – po pierwsze – konsumpcja ze swej istoty ma charakter społeczny, nigdy nie dokonuje się w pojedynkę i – po drugie – że jest aktywnością, która nie prowadzi do zaspokojenia potrzeb konsumenta, lecz opiera się na stałym podsycaniu pragnienia. Jeżeli za klasykami semiotyki przyjmiemy, że znakiem jest coś, co reprezentując dany przedmiot, wywołuje w umyśle określonego rodzaju ideę i jako takie podlega interpretacji w świetle innych znaków, to w konsekwencji musimy przystać i na to, iż znaki jako takie tworzą niekończące się ciągi interpretacyjne i że rzeczywistość (przedmiot odniesienia) im się niejako wymyka¹. To samo stosuje się do przedmiotów konsumpcji. Pragnienie nigdy nie

¹ Por.: „I.338. Idee, w których dominuje Trzeciość, są – jak można się spodziewać – bardziej skomplikowane i najczęściej wymagają starannej analizy, by zrozumieć je jasno; ponieważ zwykła, niewyrobiona [unenergetic] myśl prześlizguje się ponad tym elementem jako zbyt trudnym. Tym bardziej potrzeba zbadania niektórych spośród tych idei.

I.339. Najłatwiejszą z tych, które są przedmiotem zainteresowania filozofii, jest idea znaku lub reprezentacji. Znak występuje zamiast czegoś z stosunku względem idei, którą wytwarza lub mo-

zostaje zaspokojone, ponieważ przedmioty konsumpcyjne tworzą nieskończone ciągi znakowe i dlatego nabycie jednego z nich rodzi natychmiast potrzebę posiadania kolejnego.

Zdaniem Baudrillarda zanim jednak doszło do wykształcenia się symulakru opartego na kodach, który jest znamienny dla epoki postindustrialnej, w dobie industrializmu, tj. w okresie pomiędzy rewolucją przemysłową z jednej strony, a pojawieniem się mediów masowych z drugiej, w społeczeństwie dominował symulakr przemysłowy, określony przez porządek produkcji. Poprzedzał go zaś symulakr imitacyjny, który w późnym renesansie uwolnił znaki z więzów, jakie nakładało na nie społeczeństwo wymiany symbolicznej, cechującej jeszcze średniowiecze i wczesne odrodzenie. Tak oto Baudrillard wyróżnia trzy – a właściwie cztery – epoki, w których wykształciło się współczesne zjawisko konsumpcji: 0) epokę wymiany symbolicznej; 1) dobę imitacji; 2) burżuazyjne czasy produkcji materialnej oraz 3) współczesność (epokę postindustrialną), czyli wiek zdominowany przez symulakry oparte na kodach. W *Przejrzystości zła* [Baudrillard 2009] wieści nadejście czwartej epoki, epoki fraktalnej, w której przestanie obowiązywać prawo wartości i ekwiwalencji, a wartości zaczną promieniować we wszystkich kierunkach, bez jakiegokolwiek odniesienia², jednak ten okres nie jest przedmiotem niniejszych rozważań i wymaga odrębnego opracowania.

Do wyklarowania się zjawiska konsumpcji dochodzi w toku wielowiekowego procesu redukcji wymiany symbolicznej, nacechowanej systematyczną ambiwalencją. Każdy z okresów symulacyjnych niesie ze sobą jej stopniowe ujednoznacznienie, zachowując element symboliczny w formie nieważnej, symulowanej – zniesionej w rozumieniu Hegla. W okresie industrializmu znaki stają się całkowicie jednoznaczne, nabierają charakteru reprezentacji, która w czasach

dyfikuje. Lub stanowi medium przekazujące umysłowi coś z zewnątrz. To zamiast czego występuje nazywa się jego *przedmiotem*; to, co on przekazuje, jego *znaczeniem*; a idea, której daje początek, jego *interpretantem*. Przedmiot reprezentacji nie może być niczym innym jak tylko reprezentacją, której pierwszą reprezentacją jest interpretant. Ale nieskończoną serią reprezentacji, każdą reprezentującą reprezentację spoza niej, można sobie przedstawić jako posiadającą obiekt absolutny jako swą granicę. Znaczeniem reprezentacji nie może być nic innego jak tylko reprezentacja. W rzeczywistości nie jest on niczym innym, jak tylko reprezentacją jako zebraną z nieistotnego odzienia. Lecz tego odzienia nie daje się zdjąć do końca; zamienia się je tylko na coś bardziej przezroczystego. Tak więc mamy tu regres w nieskończoność. Ostatecznie interpretant nie jest niczym innym, jak tylko inną reprezentacją, której przekazano pochodnię prawdy; a jako reprezentacja, znowu ma on swego interpretanta. Tak oto, mamy inną nieskończoną serię” [Peirce 1994: 131].

² Rzecz nie jest przedmiotem niniejszego opracowania i została dość dobrze opisana w książce Williama Pawletta *Jean Baudrillard. Against Banality* [Pawlett 2007: 107–132], a także u Paula Hegarty’ego w pracy *Jean Baudrillard. Live Theory* [Hegarty 2004: 63–64].

postindustrialnych ulegnie dekonstrukcji, skutkiem czego tradycyjnie przyjmowana opozycja denotacji i konotacji zostanie w nich zatarta [Baudrillard 1981: 157–159]. Znamienna dla reprezentacji arbitralność znaku względem znaczenia zostaje zradykalizowana. Skutkuje to sytuacją, w której znak może oznaczać wszystko, co chociażby luźno wiąże się z jego znaczeniem. Można powiedzieć, iż tu koło historii się zamyka: w punkcie wyjścia mamy ambiwalentne znaki-symbole, po których następuje epoka jednoznacznych znaków-reprezentacji, a po nich – jako swoista synteza wcześniejszej tezy i antytezy – epoka reprezentacji wieloznacznych.

Proces ujednoznaczenia symboli rozpoczął się w renesansie, kiedy to po raz pierwszy pojawiła się moda jako forma imitacji przynależności stanowej – moda, która w społeczeństwie kastowym czy hierarchicznym nie istniała. Odtąd znaki zaczynają funkcjonować jako znaczące, odsyłające „do odczarowanego uniwersum znacznego, wspólnego mianownika w postaci rzeczywistego świata, wobec którego nikt nie ma już jakichkolwiek zobowiązań” [Baudrillard 2007: 64]. W cechujących się okrucieństwem społecznościach symbolicznych (na przykład w późnym średniowieczu), znaki objęte były zakazem, zapewniającym im przejrzystość, ograniczającym ich ilość oraz sposób dystrybucji, zaś posługiwanie się nimi jednoznacznie wyrażało przynależność do określonej kasty czy warstwy społecznej; przekroczenie zakazu wiązało się z dotkliwymi sankcjami dla naruszającego tabu. Znak i rzeczy oddalają się od siebie w baroku, który przez Baudrillarda opisany został jako wiek stiuku: „Cała ta klasyczna epoka była w istocie teatrum *par excellance*. Teatr jest formą, która w epoce odrodzenia zapanowała nad całym życiem społecznym oraz nad architekturą. To z owych najśmielszych osiągnięć w dziedzinie stiuku i sztuki barokowej wyczytać można metafizykę imitacji oraz nowe ambicje odradzającego się człowieka – jego marzenia o *stworzeniu świata na nowo*, o przeistoczeniu całej natury i przemienieniu jej w jedną substancję, równie teatralną jak społeczeństwo zjednoczone pod flagą wartości burżuazyjnych, gdzie nie liczą się już różnice pochodzenia, rangi i statusu. Stiuk jest triumfującą demokracją sztucznych znaków, apoteozą teatru i mody, stanowiącej wyraz wiary nowej klasy w jej nieograniczony potencjał, wiary zrodzonej z odebrania znakom ich mocy wykluczania” [Baudrillard 2006: 65].

W dobie klasycyzmu miejsce dawnego znaku przymusowego (symbolu) zajmuje znak wyemancypowany – znak dostępny każdemu niezależnie od przynależności społecznej, a produkowany i reprodukowany stosownie do popytu społecznego. W porównaniu z symbolami, rozpowszechnione znaki są już tylko ich imitacją, imitacją dawnego zobowiązania – symulują konieczność, która znamionowała wymianę symboliczną. Są symulakrami, ponieważ skrywają

swą arbitralność. Dokonują tego, wytwarzając własny metajęzyk (kod), dzięki któremu mogą udawać odniesienie do rzeczywistego przedmiotu czy potrzeb ludzkich. Rzeczy okazują się tylko własnymi przedstawieniami, tak jak to się dzieje w przypadku Kanta, gdzie system wiedzy został skorelowany z systemem przedstawięń na podstawie znaczonego transcendentálnego w postaci rozumu i apercepcji, lub Marksa, gdzie wartość wymienna towaru miała reprezentować ilość pracy włożonej w jego wytworzenie. W tym ostatnim przypadku znaczone transcendentálnym okazuje się wartość użytkowa (zdolność towaru do zaspakajania potrzeb ludzkich) oraz konkretna praca służąca wytwarzaniu dóbr. Najpierw zatem uwolniono znaki, potem na masową skalę zaczęto produkować rzeczy, by ostatecznie w dobie postindustrializmu wytwarzać rzeczy jako znaki. Powiązany z nowoczesnym odczarowaniem świata kod produkcji zostaje zdekonstruowany w wieku XX za sprawą pojawienia się kultury masowej. W konsekwencji jeden dominujący zbiór reguł, który kierował produkcją i reprodukcją znaków oraz rzeczy zostaje zastąpiony nieskończoną ilością możliwych formacji semiotycznych pozorujących własne odniesienie do rzeczywistości pozaznakowej.

WYMIANA SYMBOLICZNA

Za Baudrillardem sięgnijmy do słynnego *Szkicu o darze* Marcela Maussa [2009]. Mauss przedstawia tam podstawowe zasady wymiany symbolicznej w kulturach archaicznych, która między innymi urzeczywistnia się w osobliwych rytuałach pokazowego niszczenia dóbr. Rytuał tego rodzaju określa się mianem potlaczcu. Twierdzi on, że choć można mówić, że w kulturach tych istnieje swoista archaiczna forma rynku, to jednak rynek ten niewiele ma wspólnego z tym, który wykształcił się w czasach nowożytnych. Pojęcie daru nie mieści się w żadnej ze znanych nam form ekonomicznych. Opiera się bowiem na założeniu nierozdzielnej łączności ducha i ciała, toteż rzeczy materialne w sensie zachodnioeuropejskim w społecznościach archaicznych w ogóle nie istnieją, a wymiana przybiera postać całościową, jest – jak powie Mauss – „całościowym zjawiskiem społecznym”: jej podmiotami nie są jednostki, jak w kapitalizmie, lecz klany, plemiona czy rody, zaś przedmiotem nie tylko rzeczy materialne, ale również uprzejmości, festyny, obrzędy, usługi, kobiety, dzieci. Wymiana materialna stanowi tylko jeden z elementów ogólniejszej i bardziej trwałej umowy, w ramach której każdą rzecz traktuje jako przepelnioną duchem i wolą. Mamy tu do czynienia za swoistą formą rywalizacji i antagonizmu jako podstawą unifikacji kulturowej. Niekiedy prowadzi to do wojny, lecz o wiele częściej do wspomnianego pokazowego niszczenia bogactw celem zaćmienia przeciwnika, który jest zarazem rywalem

i współnikiem. „Miesza się tu wszystko – pisze Mauss – co stanowi właściwe życie społeczeństw, które poprzedziły nasze – aż do pradziejowych. W tych ‘całościowych’ zjawiskach społecznych [...] wyrażają się równocześnie i za każdym razem wszelkiego rodzaju instytucje – religijne, prawne, moralne, zarazem rodzinne, polityczne i gospodarcze – zakładające szczególne formy wytwarzania i spożycia, a raczej świadczenia i podziału, nie licząc zjawisk estetycznych, wieńczących owe fakty [...]” [Mauss 2009: 107]. Prawo osobowe i prawo rzeczowe pozostają tutaj w bezpośredniej łączności. Wymianę całościową – tak jak przedstawia ją Mauss – charakteryzują trzy rodzaje obowiązków: 1) obowiązek składania podarków, 2) obowiązek ich odwzajemniania oraz 3) obowiązek ich przyjmowania. Nieprzyjęcie daru byłoby równoznaczne z odmową uczestnictwa we wspólnocie i wypowiedzeniem jej wojny. Z kolei jego niezłożenie oznaczałoby zakwestionowanie prawa innego do wszystkiego, co posiada darczyńca z mocy przynależności do wspólnoty. Zobowiązanie, jakie bierze na siebie obdarowany, jest przy tym terminowe – przyjęcie daru równa się zaciągnięciu kredytu – lecz nie jest to zobowiązanie w stosunku do innej jednostki, ale przede wszystkim względem duchów żyjących w rzeczach, spośród których każda stanowi magiczne dziedzictwo klanu, plemienia, rodziny. Z uwagi na ten właśnie duchowy związek każdy przedmiot odznacza się niepowtarzalnością. Brak tu jednoznacznych podziałów na obdarowanego i darującego, ciało i duszę, życie i śmierć. Wszystko tworzy osobliwą jedność, z trudem zrozumiałą dla człowieka współczesnego. Mauss pisze: „A przecież można posunąć się jeszcze dalej niż dotychczas. Można rozszczepić, inaczej zabarwić, i określić podstawowe wykorzystywane przez nas pojęcia. Używane przez nas terminy nie są do końca precyzyjne. Po prostu nie znaleźliśmy innych. Te pojęcia prawne i gospodarcze, które tak lubimy przeciwstawiać – wolność i zobowiązanie, hojność i szczodrość, zbytek i oszczędność, interes, pożytek – byłoby dobrze wymieszać jak w tyglu. [...] Wszystkie opisane przez nas akty są zainspirowane przez bardzo złożone pojęcie; nie jest to pojęcie świadczenia całkiem dobrowolnego i bezinteresownego, nie jest to też pojęcie całkowicie interesownego wytwarzania i równie interesownej wymiany rzeczy użytecznych. Rozkwitła tam swojego rodzaju hybryda” [Mauss 2009: 52].

Rozważania Maussa o wymianie symbolicznej są dla nas istotne, ponieważ pozwalają nam uwolnić się od dominujących w ekonomii od XVIII do XX wieku przesądów dotyczących źródeł wymiany towarowej, na przykład przekonania o jej pierwotnie utylitarnym charakterze. Na długo przed Maussem rzecz poddał analizie Bronisław Malinowski w *Argonautach Zachodniego Pacyfiku* [Malinowski 1987]. Opisuje on tam obrzędową wymianę *kula*, w której przedmiotami transakcji są dwa rodzaje towarów – naszyjniki z czerwonej muszli, zwane *soulava*

oraz bransolety z muszli białej, określane mianem *mwali*. Mamy tu do czynienia z inną formą wymiany całościowej o podstawach magicznych i obejmującej całą strukturę społeczną Massimów. Mieszkańcy wysp wschodniej Nowej Gwinei, wprowadzając w obieg te rzeczy, ustanawiają więź pomiędzy poszczególnymi plemionami, klanami i podklanami. Dzięki wymianie obrzędowej życie plemion nabiera charakteru organicznego. Malinowski twierdzi, że opis cyrkulacji *kula* wskazuje na fałszywość wizji *homo oeconomicus*: „Innym pojęciem, z którym należy się rozprawić raz na zawsze, jest koncepcja ‘ekonomicznego człowieka pierwotnego’ pojawiająca się w wielu podręcznikach ekonomii. Tą zmyśloną, niedorzeczną kukłę, która uporczywie trwa w popularnej i półpopularnej literaturze ekonomicznej, a której widmo nawiedza nawet umysły kompetentnych antropologów, tą z góry przyjętą ideą – jest wyimaginowany, prymitywny czy dziki człowiek, który we wszystkich swych poczynaniach powoduje się racjonalistyczną koncepcją własnego interesu czy korzyści oraz osiąga swoje cele bezpośrednio przy minimum wysiłku. Wystarczy jeden dobrze dobrany przykład, aby ukazać, jak niedorzeczne jest przypuszczenie, że człowiek, a szczególnie człowiek znajdujący się na niższym szczeblu kultury, daje się powodować czysto ekonomicznym motywom uświadomionego własnego interesu” [Malinowski 1987: 99–100]. I dalej: „Wszystko to wskazuje, jak autentyczny tubylec z krwi i kości różni się od mętnej sylwetki ‘ekonomicznego człowieka pierwotnego’, na którego wyimaginowanym zachowaniu oparto wiele scholastycznych konstrukcji abstrakcyjnej ekonomii. Trobriandczyk pracuje, może nie tak bezpośrednio dla zysku, ale w dużym stopniu dla samej pracy i wkłada bardzo wiele wysiłku w uporządkowanie i ogólny estetyczny wygląd swego ogrodu. Motywem przewodnim jest w tym wypadku nie pragnienie zaspokojenia swoich potrzeb, lecz działanie bardzo złożonego spłotu tradycyjnych sił, nakazów i powinności, wierzeń w siłę magii, ambicji społecznych i próżnostek” [Malinowski 1987: 101–102].

Obie przytoczone tu koncepcje wymiany symbolicznej należą do orientacji funkcjonalistycznej, choć reprezentują odmienne jej formy³. Ważne jednak jest to, że odkrycie pierwotnie nieużytecznego charakteru wymiany symbolicznej wymaga całościowego spojrzenia na zjawiska społeczne i traktowania ich nie w izolacji, ale jako funkcjonalnych elementów całości. Rozumienie symbolu – jak się wydaje – zakłada uprzednie uchwycenie całości, w ramach której on operuje. Za zamienną w tym kontekście należy uznać wagę, jaką Malinowski

³ Jakkolwiek sporne może pozostawać, na ile Mauss był kontynuatorem szkoły durkheimowskiej oraz to, czy *Argonauci...*, czyli wczesna praca Malinowskiego, to dzieło reprezentatywne dla funkcjonalizmu [por. Strenski 1987].

przywiązywał do badań terenowych oraz obserwacji uczestniczącej. Otóż Paul Ricoeur [Ricoeur 2003], opisując w swych wczesnych tekstach funkcjonowanie symboli, wskazuje na podwójność ich znaczenia, która skutkuje konstytutywnym dla nich brakiem transparentności. Przyjawszy fenomenologiczno-strukturalną koncepcję znaku, twierdzi on, że w przypadku symbolu nad intencjonalnością pierwszego rzędu nadbudowuje się intencjonalność drugiego stopnia – intencjonalność symboliczna. „Tak oto w przeciwieństwie do znaków technicznych, całkowicie przejrzystych, które mówią tylko to, co znaczą, same ustalając swe znaczenie, znaki symboliczne są nieprzejrzyste, ponieważ sens pierwotny, jawny wskazuje sam w trybie analogicznym sens drugi, dany wyłącznie w jego obrębie. Nieprzejrzystość ta stanowi o głębi symbolu [...], gdy analogia jest rozumowaniem pozbawionym wniosku i prowadzącym do czwartego członu stosunku (A tak ma się do B, jak C ma się do D), w symbolu nie mogę tak obiektywnie ustalić stosunku analogicznego łączącego sens drugi z pierwotnym; dopiero gdy żyję z pierwotnym sensem, przenosi mnie on poza siebie: sens symboliczny jest konstytuowany przez sens dosłowny w jego własnym obrębie, wraz ze stworzeniem przezeń analogonu pojawia się analogia” [Ricoeur 2003: 84].

Odwołując się do Ricoeura, rozumiemy trudności metodologiczne powstające przy badaniu opisywanych przez Maussa zjawisk oraz redukcję wymiany symbolicznej. Nie sposób jej adekwatnie przedstawić, ponieważ jako z istoty swej ambiwalentna, wymyka się reprezentacji, co udaremnia wszelkie próby ustanowienia ekwiwalencji pomiędzy eksplanandum i eksplananssem, definiendum i definiensem, odróżnienia denotacji od konotacji. Innymi słowy, nie można dla niej znaleźć jakiegoś reprezentacyjnego ekwiwalentu, za pomocą którego dałoby się ją uprzedmiotowić. Nawet w tekstach samego Baudrillarda zajmuje ona dość specyficzną pozycję. Baudrillard nie przedstawia jej klarownego opisu ani definicji. Jej status jest tu analogiczny do stanu natury z koncepcji umów społecznych, w których odwołanie się do kontrfaktycznej wizji świata z okresu sprzed powstania kultury wyznacza zewnętrzną perspektywę, pozwalającą opisać społeczeństwo i wyjaśniać zjawiska polityczne. Podobnie pojęcie wymiany symbolicznej umożliwi Baudrillardowi zewnętrzne spojrzenie na kapitalizm oraz wynalazki z nim się wiążące, takie jak historia, kościół czy państwo, oraz jego ewolucję w kierunku konsumpcjonizmu. Wymiana symboliczna stanowi dlań swoisty mit początku czasu, z punktu widzenia którego daje się uchwycić dokonujące się przemiany dziejowe. Jak poucza Mircea Eliade [Eliade 1993], społeczeństwa archaiczne są aczasowe; czas mityczny to czas cykliczny, czas bez strzałki kierunkowej. Od Ricoeura z kolei dowiadujemy się, że rozumienie symboli zakłada uczestnictwo rozumiejącego w pewnej wspólnotcie, względnie

tradycji. Opiera się ono bowiem na komunii ludzi przynależących do społeczności i zwrotnie stanowi formę jej ustanawiania. Stąd powołuje się on na słynne Augustyńskie „Zrozum abyś uwierzył, uwierz abyś zrozumiał”. Rzeczy lub kategorie dóbr podlegające wymianie symbolicznej, na przykład prezenty, dary czy ofiary, są ze sobą nieporównywalne, gdyż występują tu wraz z kontekstem wymiany i wchodzą w związki o charakterze osobistym. Jako takie relacje symboliczne są konkretne, jednostkowe i niepowtarzalne. Ujednoznacznienie symboli będzie się równało utracie przez nie znaczenia symbolicznego, zarzucenia pojmowania świata w kategoriach analogii, która – jak twierdzi Michael Foucault – jeszcze w renesansie stanowiła podstawową figurę, za pomocą której pojmowano rzeczywistość [Foucault 2000].

EKONOMICZNA GENEZA PODMIOTU I PRZEDMIOTU. KRYTYKA MARKSA

Ambiwalencja wymiany symbolicznej bierze się stąd, że jest ona wolna od charakterystycznego dla doby klasycyzmu oddzielenia rzeczy i znaków, podmiotu i przedmiotu. Rewolucja przemysłowa – twierdzi Baudrillard – niesie ze sobą nową generację znaków, całkowicie wolnych od ograniczeń związanych ze statusem społecznym ludzi posługujących się nimi. Nawet pojęcie imitacji już się do nich nie stosuje, gdyż „od samego początku są one produkowane i to na gigantyczną skalę. W ten sposób znika problem ich niepowtarzalności i pochodzenia – ich źródłem jest odtąd wyłącznie technika, a sens zyskują jedynie w ramach symulacji przemysłowej” [Baudrillard 2006: 69]. Ujednoznacznienie wymiany symbolicznej skutkuje obiektywizacją świata rzeczy odtąd utożsamianego z ogółem przedmiotów, powiązanych i istniejących w systematycznym związku praw, dla którego to ogółu następnie należy znaleźć adekwatną podmiotową reprezentację. Podmiot i przedmiot występują tu jako kategorie nie tylko teoriopoznawcze, ale nade wszystko jako pojęcia o charakterze ekonomicznym – twory interesownego burżuazyjnego rozumu, powstałe wskutek sprowadzenia symbolicznej ambiwalencji do postaci w sobie tożsamyh jednostek. Baudrillard twierdzi, iż indywidualizm epoki mieszczańskiej stanowi pochodną odczarowania świata, racjonalizacji i wyzwolenia jednostki spod kolektywnego przymusu, jaki nakładał na nią porządek magiczny lub religijny. Wiek burżuazji określał kult pracy, indywidualizm oraz wiara w możliwość istnienia „naturalnych” stosunków pomiędzy człowiekiem a otaczającym go środowiskiem. Tak oto podmiot staje się świadomością moralną obdarzoną potrzebami, zaś przedmiot zbiorem użytecznych własności, odpowiadających na zapotrzebowania podmiotowe. Tylko

w tej ekonomicznej postaci mogą one wchodzić w relacje wymiany. Uwolnione z symbolicznych i osobistych więzów indywiduum, prywatne i autonomiczne, określa się w kategoriach pracy, tj. „obiektywnej” działalności zmierzającej do przekształcania natury oraz destrukcji użyteczności przedmiotu dla własnej korzyści – zaspokojenia potrzeb, czyli realizacji wartości użytkowej.

Właściwa dla doby burżuazji wiara w to, że „praca stworzyła człowieka” i że jest ona podstawowym sposobem zaspokajania pryncypalnych potrzeb życiowych znalazła szczególnie wyraz w *Kapitale* Karola Marksa: „Ale istnienie surduta, płótna, każdego składnika *materialnego bogactwa* [stofflichen Reichthums], nie będącego bezpośrednim darem przyrody, musiało być zawsze wynikiem specjalnej, celowej działalności produkcyjnej, przystosowującej poszczególne materiały dane przez przyrodę do poszczególnych potrzeb ludzkich. Jako twórczyni wartości użytkowych, jako *praca użyteczna*, jest tedy praca warunkiem istnienia człowieka, niezależnym od wszelkich ustrojów społecznych, jest wieczną, przyrodzoną koniecznością umożliwiającą wymianę materii między człowiekiem a przyrodą, a więc umożliwiającą życie ludzkie” [Marks 1968: 48–49]. Będąc użytecznymi, tj. w postaci wartości użytkowych, przedmioty występują jako konkretne „dobra”, czyli rzeczy pożądane z uwagi na potrzeby ludzkie. Dobra te następnie podlegają wymianie i to właśnie sprawia, że stają się towarami. Marks traktuje towar jako *reprezentację* w podwójnym znaczeniu: z jednej strony występuje on u niego jako wartość użytkowa i tu za sprawą swego jakościowego uposażenia reprezentuje „rzeczywiste” potrzeby ludzkie oraz konkretną pracę włożoną w jego wytworzenie, z drugiej rozważa go jako materialne ucieleśnienie mierzonej w jednostkach czasu pracy niezbędnej do jego produkcji, tj. abstrakcyjnie pojętej siły roboczej wydatkowanej w czasie celem uzyskania dobra. W drugim znaczeniu towar przedstawia się jako wartość wymienna: w przeciwieństwie do wartości użytkowej, jest ona abstrakcyjna i ogólna, a rządzi się logiką ekwiwalentu, na której opiera się społeczny proces wymiany dóbr. Tak oto pod pojęciem towaru Marks rozumie rzecz zewnętrzną służącą zaspokojeniu potrzeb i podlegającą wymianie, zaś przez konsumpcję spożytkowanie jego użyteczności, tj. realizację wartości użytkowej.

Od Marksa dowiadujemy się, że jeśli pominiemy wartość użytkową towaru i abstrahuje się od jego cech jednostkowych, to pozostaje mu tylko ta własność, że jest on produktem pracy, który nie reprezentuje już konkretnej pracy indywidualnej, a jedynie abstrakcyjną siłę roboczą wydatkowaną w określonym czasie. Tak rodzi się nieodłączny od produkcji towarów fetyszym towarowy. Nie jest on niczym innym, jak tylko kultem wartości wymiennej, skutkującym swoistym zapomnieniem o tym, że choć praca stanowi źródło wartości towaru,

to jednak sama towarem nie jest. Sami wytwórcy tracą zdolność rozumienia, że ich prace prywatne stanowią człony ogólnej pracy społecznej, czyli pewnych relacji interpersonalnych. W efekcie stosunki między ludźmi przybierają postać rzeczową. Dochodzi tu więc do swoistego uduchowienia świata towarów przy jednoczesnym zmaterializowaniu stosunków międzyludzkich – towary zaczynają żyć własnym życiem, podporządkowując sobie ludzi [Marks 1968: 83–84]. Warunkiem wystąpienia fetyszyzmu towarowego jest istnienie odpowiednio zaawansowanego procesu wymiany, na którym możliwe jest rozdzielenie wartości wymiennej i użytkowej, oraz wysoko rozwiniętego systemu produkcji, opartego na podziale pracy i zorientowanego na wytwarzanie rzeczy na wymianę, czyli systemu uwzględniającego wartościowy charakter przedmiotów. Zwiększenie wydajności ma swoją cenę: producenci poddani podziałowi pracy występują jako atomy produkcyjne – zostają podporządkowani stosunkom, które są niezależne od ich działania i kontroli. Prace prywatne traktuje się tu dwojako: 1) jako podlegające społecznemu podziałowi działania, które mają na celu zaspokajanie określonego rodzaju potrzeb społecznych, a zarazem 2) jako aktywność służącą konsumpcji po stronie samych wytwórców – konsumpcji, która realizuje się w tym przypadku przez to, że każda prywatna praca użyteczna może być wymieniana na jakąkolwiek inną pracę użyteczną.

Marks pisze: „Ludzie zestawiają więc produkty swojej pracy jako wartości nie dlatego, że traktują te rzeczy *jedynie jako rzeczowe lupiny* kryjące jednakową pracę ludzką, lecz odwrotnie, przyrównując w wymianie swe różnorodne *produkty* jako *wartości*, ustalają przez to jednakowość swych różnych prac jako pracy ludzkiej. Nie wiedzą o tym, ale *czynią* to. Wartość nie ma więc na czole napisu głoszącego, *czym* jest. Co więcej, wartość przeobraża każdy produkt pracy w społeczny hieroglify. Później ludzie starają się odcyfrować znaczenie hieroglify, odkryć tajemnicę swego własnego społecznego produktu, gdyż określenie przedmiotów użytku *jako wartości* jest tak samo społecznym produktem *ludzi* jak mowa. Późno dokonane odkrycie naukowe, że produkty pracy są wartościami tylko jako rzeczowe wyrazy pracy ludzkiej zużytej na ich wykonanie, stanowi epokę w historii rozwoju ludzkości, bynajmniej jednak nie odziera społecznych znamion pracy z ich rzeczowych pozorów. To, co dotyczy tylko tej szczególnej formy produkcji, jaką jest produkcja towarowa, mianowicie, że specyficznie społeczny charakter wzajemnie od siebie niezależnych prac prywatnych polega na tym, iż jako ludzka praca są sobie równe, co występuje na jaw w wartości produktów pracy – to właśnie ludziom usidlonym przez stosunki produkcji towarowej wydaje się, zarówno przed owym odkryciem jak i po nim, równie niezmiennie jak

to, że choć nauka rozłożyła powietrze na jego składniki, jego fizykalna, cielesna postać pozostała niezmieniona” [Marks 1968: 85].

Ostatecznie do zatarcia wartościotwórczej natury pracy i pertyfikacji rzeczowego charakteru produkcji dochodzi wskutek pojawienia się pieniądza, który stanowi specyficzny towar wydzielony z wymiany i przyjęty za ogólny ekwiwalent wartości wszystkich pozostałych towarów. Pierwotnie miał on być materialną reprezentacją wartości wymiennej, a więc ilości pracy włożonej w wytworzenie towaru; jednak tak się nie stało – wraz z jego pojawieniem się wartość wymieniana niezależniła się od towaru. Towary mają teraz nie tylko wartość, ale także swoją cenę. Jak pierwotnie każdy towar rozdzielony był na wartość użytkową i wymienną, tak teraz dochodzi do kolejnego rozdwojenia, a mianowicie na towar i cenę. Problem w tym, że cenę można przypisywać również rzeczom, które nie są towarami, gdyż dla swego zaistnienia nie wymagają żadnej pracy, jak np. przyjaźń, lojalność czy miłość; cenę można też przypisać nieuprawianej ziemi; lecz, co najgorsze, można ją przypisać również pracy, czyli aktywności wartościotwórczej, która będąc źródłem wartości towarów, sama jej nie posiada. I tak oto praca staje się towarem na rynku pracy, która pod postacią abstrakcyjnie pojętej siły roboczej jest sprzedawana na określony czas za określone wynagrodzenie i podlega cyrkulacji towarowej. W ten sposób możliwa staje się praca najemna, a wraz z nią wyzysk rodzący pauperyzację klasy producentów.

Tylko człowiek wyjęty ze struktury wymiany towarowej i podziału pracy jest w stanie pojąć zjawisko fetyszyzmu towarowego i odcyfrować „społeczny hieroglif towaru”. Marks przywołuje tu figurę Robinsona Crusoe, który żyjąc na swej wyspie i wykonując konieczne do przetrwania prace, zachowuje naturalne, oparte na rzeczywistych potrzebach stosunki z otaczającymi go rzeczami, a przede wszystkim odkrywa wartościotwórczy charakter swojej aktywności. Podobnie sprawy przedstawiały się w społecznościach feudalnych i tradycyjnej patriarchalnej rodzinie wiejskiej, gdzie produkcja realizowała się w ramach stosunków naturalnych i gdzie prace oraz ich produkty nie potrzebowały „przybierać fantastycznej postaci odmiennej od ich rzeczywistej istoty” [Marks 1968: 89]. Sytuacja do złudzenia przypomina tę, którą spotykamy w Heideggerowskim *Byciu i czasie* [Heidegger 2013], zatrużone, zindywidualizowane jestestwo uchwytuje całokształt struktury swego bycia i dochodzi do jego właściwości, ponieważ trwoga, oddając je byciu-ku-śmierci, przywraca mu autentyczność zatroskania o własne bycie-w-świecie. W przypadku Marksa owa autentyczność bycia polega na tym, że realizuje się ono głównie pod postacią użytecznej, odniesionej do rzeczywistych potrzeb życiowych pracy.

Baudrillard twierdzi, że Marks jako filozof na wskroś burżuazyjny nie dostrzega, że by rzecz mogła stać się przedmiotem wymiany, w pierw musi przybrać formę przedmiotową w ramach systemu funkcjonalności. W *Kapitale* przyjmuje wprost, że towar to „przedmiot zewnętrzny, rzecz, która dzięki swoim własnościom zaspokaja jakieś potrzeby ludzkie” [Marks 1969: 39], jednak jego krytyka fetyszyzmu towarowego opiera się na pojęciu towaru, zdefiniowanego nie w kategoriach wartości użytkowej i wymiennej, ale jedynie tej ostatniej. W *Kapitale* użyteczność rzeczy została sfetyszyzowana, tak jak wartość wymieniana w gospodarce kapitalistycznej. Wartość użytkowa jest tak samo abstrakcyjna jak wymienna i stanowi abstrakcję systemu potrzeb ludzkich, które maskują się pod postacią fałszywej jasności konkretnego przeznaczenia i celu. Dla Marksa pozostaje ona niejako na zewnątrz pola ekonomii i produkcji, niosąc ze sobą obietnicę przywrócenia naturalnych relacji interpersonalnych poza obszarem ekonomii kapitalistycznej. Wartość użytkowa wnosi do systemu ekonomicznego ideologię naturalności. Jest trybunałem, wobec którego wszyscy ludzie są równi – potrzeby to najbardziej egalitarnie rozdystrybuowana rzecz na świecie; wszyscy są jednakowo bogaci pod względem ich posiadania. Do głosu dochodzi tu idealizm Marksa: przekonanie o równości ludzi w obliczu wartości użytkowej to sekularyzowana odmiana wiary w równość wszystkich wobec boga. Zarazem dla Marksa wartość użytkowa niesie ze sobą obietnicę pojednania ludzi, podzielonych wskutek funkcjonowania wymiany, lecz tak się nie dzieje: miast łączyć ludzi, zmazuje z wartości wymiennej i obiegu towarów zniemę czegoś nieludzkiego.

Wszakże to właśnie za sprawą systemu potrzeb ludzie jako jednostki integrują się ze strukturą ekonomiczną, a relacje ekonomiczne zostają zakorzenione w ich codziennym życiu. W tym sensie system wartości użytkowej okazuje się funkcjonalny względem wartości wymiennej: nadaje tej ostatniej charakter czegoś naturalnego, uniwersalnego i ponadczasowego. Bez wartości użytkowej wartość wymienna nie mogłaby się reprodukować, toteż jej użyteczności nie sposób pojmować jako własności autonomicznej, ale tylko jako satelitę i alibi wartości wymiennej. Jak logiką wartości wymiennej jest logika ekwiwalentu, tak logiką wartości użytkowej – logika funkcjonalności. Fetyszyzm towarowy powstaje zatem nie, jak chciał tego Marks, w wyniku oddawania przez ludzi ślepej czci wartości wymiennej, ale wskutek fetyszyzacji obu współczynników określających towar. Forma przedmiotowa, która w rozważaniach Marksa ma służyć za podstawę oceny kapitalizmu, przedstawia się jako wytwór samego kapitału, a jej rola polega na tym, że dopełnia formę towarową. Wartość użytkowa – twierdzi Baudrillard – wbrew iluzji antropologicznej, która próbuje wyczerpać ideę użyteczności w prostym odniesieniu ludzkich potrzeb do własności przedmio-

tu – ma nade wszystko charakter społeczny. Pod tym względem jej pozycja jest identyczna jak wartości wymiennej. Jak w przypadku wartości wymiennej producent nigdy nie występuje jako twórca, ale zawsze jako abstrakcyjna społeczna siła robocza, tak w przypadku wartości użytkowej konsument nigdy nie pojawia się jako pragnienie i radość z jego zaspokojenia, lecz zawsze jako abstrakcyjna społeczna siła potrzeb.

Z tej perspektywy jednostka jawi się jako twór ideologiczny, abstrakt ekonomiczny skorelowany z formą towarową (wartością wymienną) i formą przedmiotową (wartością użytkową). W ramach systemu ekonomicznego człowiek nie wyraża swych potrzeb; dzieje się raczej tak, że system skłania go do określonego działania, ustanawiając opartą na funkcjonalności paralełę przedmiotów i potrzeb. To samo dzieje się po stronie przedmiotu. Mamy tu do czynienia z pewnym kodem, a mianowicie kodem użyteczności czy funkcjonalności, który stanowi fundament przedmiotowości w ogóle, dzięki czemu wymienne są tylko te rzeczy, które są w stanie zaspokajać jakieś potrzeby ludzkie. W systemie tym wszelka ambiwalencja, relacje podmiotowo-przedmiotowe, instynkty – wszystko to jest poddane racjonalizacji, dookreśleniu i obiektywizacji i znajduje swój ekwiwalent w formie użyteczności oraz potrzeb, podobnie jak wszystkie wartości i konkretna praca znajdują ekwiwalent w pieniądzu. Człowiek, otoczony towarami i wartością wymienną, przestaje określać się jako byt autonomiczny i samego siebie traktuje jak wartość wymienną. To samo dzieje się, gdy zewsząd otaczają go przedmioty służące czemuś innemu – zaczyna traktować siebie jako wiązkę funkcji i nic ponadto. Nawet wewnętrzny stosunek do własnych możliwości, zdolności i wszystkiego, czym się jest w swym życiu, zostaje podporządkowany etosowi użyteczności. I tak w miejscu Marksowskiej metafory Robinsona Crusoe, u Baudrillarda pojawia się metafora dziecka-wilka: „Tak jak dziecko-wilk staje się wilkiem, żyjąc w towarzystwie innych wilków, tak samo my sami stajemy się powoli tylko funkcjami” [Baudrillard 2006: 8].

IDEOLOGIA. KRYTYKA MARKSOWSKIEGO POJĘCIA KONSUMPCJI

Ferdynand de Saussure w *Kursie językoznawstwa ogólnego* [de Saussure 1961] przyrównuje językoznawstwo do ekonomii politycznej – zarówno jedna, jak i druga nauka zajmuje się wartościami: język „jest systemem czystych wartości, których nie warunkuje nic oprócz chwilowego stanu jego składników” [de Saussure 1961: 90], systemem synchronicznym, w którym znaki występują jako reprezentacje czegoś innego, na przykład przedmiotów należących do świata.

Marks z kolei, przedstawiając fetyszizm towarowy, pisze o „społecznym hieroglifie towaru”, zaś odkrycie społecznej jego wartości przyrównuje do odkrycia mowy. Baudriallard wykorzystuje tę okoliczność i kreśli homologię pomiędzy towarem i znakiem.

Znak językowy, wedle de Saussure'a, składa się z dwóch elementów: 1) znaczącego, czyli dźwięków, a ściślej, ich myślowych przedstawień (obrazów dźwiękowych) oraz 2) znaczonego (wyobrażeń, pojęć, idealnych sensów). W znaku oba te elementy zostają ze sobą powiązane, tworząc pewną całość skojarzeniową w umyśle osoby nim się posługującej [de Saussure 1961: 78–79]. Element znaczący przywołuje tu na myśl to, co jest przez znak oznaczane. Myśl – twierdzi de Saussure – poza jej połączeniem z systemem dźwiękowym, przedstawia się jako bezkształtna masa – nic nie musi być w niej z konieczności odróżnione. Jasność i określoność nadają jej dopiero dźwięki, które wprowadzają do „mgławicy” przeżyć układ wyraźnych różnic. Podobnie sprawa przedstawia się z głosem – jeśli patrzy się nań bez odniesienia do myśli, nie zawiera on w sobie żadnych wyraźnych linii podziału. Dźwięki zyskują określoność, wchodząc w więź z systemem wyobrażeń, a więc z chwilą, gdy stają się znaczącymi względem jakichś znaczonych. Tak oto język przybiera postać szeregu „[...] kolejnych podziałów wewnętrznych, ciągłych, zarysowanych równocześnie na nieokreślonym planie wyobrażeń [...] oraz na planie dźwięków [...] nie lepiej określonym [...]” [de Saussure 1961: 120]. De Saussure pisze: „Charakterystyczna rola języka w stosunku do myśli polega nie na stworzeniu materialnego, dźwiękowego środka dla wyrażania wyobrażeń, lecz na pośrednictwie między myślą a dźwiękiem w takich warunkach, że ich związek prowadzi nieuchronnie do wzajemnych rozgraniczeń jednostek. Myśl, z natury swej chaotyczna, przy rozczłonkowaniu musi się sprecyzować. Nie ma więc ani materializacji myśli, ani spirytualizacji dźwięków, chodzi tu o fakt, w pewnym stopniu tajemniczy, że ‘myśl-dźwięk’ zakłada podziały oraz że język wypracowuje swe jednostki, kształtując się między dwiema bezkształtnymi masami” [de Saussure 1961: 121].

Język jako system wartości opiera się na dwóch fundamentalnych zasadach – zasadzie negatywności znaku językowego oraz zasadzie jego arbitralności. Pierwsza z nich głosi, że „w języku istnieją tylko różnice bez składników pozytywnych” [de Saussure 1961: 128]. Druga zaś, że więź elementu znaczącego i znaczonego nie jest niczym umotywowana, przynajmniej z punktu widzenia systemu języka. Warto tutaj dodać, że arbitralność stanowi własność znaku, która różni go od symbolu. Ten ostatni zawsze jest jakoś umotywowany względem tego, co wyraża [de Saussure 1961: 80]. W przeciwieństwie do wszystkich innych instytucji ludzkich, które zawsze opierają się na jakimś naturalnym związku z rzeczami,

języka pod tym względem nie determinuje absolutnie nic; jest on – można powiedzieć – instytucją czystą [de Saussure 1961: 86], co sprawia, że zachowuje on stałą podatność na rozmaite wpływy i jest całkowicie wobec nich bezbronny. I to właśnie leży u podstaw zmienności i trwania systemu językowego. De Saussure pisze: „Skoro nie ma obrazu głosowego, który by odpowiadał lepiej niż jakikolwiek inny temu, co ma wyrazić, jest rzeczą oczywistą, nawet *a priori*, że nigdy żadna część języka nie może być oparta w ostatecznym wyniku na czym innym niż na swojej rozbieżności z całą resztą. Dowolny i różnicujący – są to własności współzależne” [de Saussure 1961: 126]. W *Kursie* zwraca uwagę na podwójną opozycję występującą w języku: 1) przeciwstawienie elementu znaczącego i znaczonego oraz 2) fakt, że każdy znak jako całość powstała w wyniku skojarzenia obrazu akustycznego z wyobrażeniem przeciwstawia się wszystkim innym znakom w strukturze językowej. Język prezentuje się jako system, w którym wszystkie składniki są współzależne i gdzie wartość każdego z nich wynika z równoczesnej współobecności i opozycji wobec innych. Znaczenie nie jest wcześniejsze od znaczących, „nie ma w sobie nic początkowego”, lecz jest wartością, o której decyduje związek, w jaki wchodzi z innymi składnikami systemu: „We wszystkich tych przypadkach – pisze – uchwyciliśmy, zamiast wyobrażeń danych z góry, wartości wypływające z systemu. Gdy mówimy, że odpowiadają one pojęciom, rozumiemy przez to, że są to pojęcia czysto różnicujące, określone nie pozytywnie przez ich treść, lecz negatywnie przez ich związek z innymi składnikami systemu. Najdokładniej można je scharakteryzować, mówiąc, że są tym, czym nie są” [de Saussure 1961: 125]. Podobnie jest z obrazami akustycznymi: daje się je wymieniać na elementy niepodobne, tj. wyobrażenia, a zarazem porównywać z innymi znaczącymi; przy czym nie sposób oszacować wartości każdego z nich oddzielnie, tj. jeśli bierze się pod uwagę tylko jego wymienialność – konieczne jest ponadto zestawienie go z innymi znaczącymi. Tak oto o zawartości każdego znaczącego decyduje to, co poza nim, zaś możliwość jego znaczenia funduje się na różnicy w stosunku do pozostałych znaczących. Pojedynczy dźwięk poza systemem językowym nie stanowi elementu znaczącego, tak jak poszczególny banknot poza systemem monetarnym nie przedstawia sobą żadnej wartości. Toteż żaden znaczący nie ma w sobie nic pozytywnego, równa się tylko wiązce różnic, której substancjalna podstawa pozostaje bez wpływu na jej wartość i znaczenie. Język składa się z takich właśnie opozycji, jest ich algebrą różnic, w ramach której każda jednostka językowa równa się tylko sumie swych cech różnicujących [de Saussure 1961: 129].

Bez trudu odnajdujemy analogię pomiędzy znakami a systemem wartości w gospodarce kapitałowej, gdzie na pierwotną ambiwalentną „mgławicę” symboli

został nałożony system podziałów dwóch logik – logiki użyteczności oraz logiki wymiany. Prowadzi to do wykształcenia się pojęcie towaru jako rzeczy, która poprzez swe jakościowe uposażenie zaspokaja określone potrzeby podmiotowe i jako taka podlega intersubiektywnej wymianie. Jak znak opiera się na opozycji znaczącego i znaczonego, tak towar na opozycji wartości użytkowej i wymiennej. Daje się zatem wskazać taką relację pomiędzy towarem i znakiem, że wartość użytkową potraktuje się jako znaczone, zaś wymienną jako znaczące, w którym stosunek wartości wymiennej do użytkowej będzie miał się tak, jak stosunek znaczącego do znaczonego. Arbitralność w tym przypadku sprowadza się do faktu, że ilość pracy włożonej w wytworzenie towaru pozostaje bez związku z potrzebami przezeń zaspokajany. W znaku arbitralność polega na określoności znaczącego i znaczonego i stanowi podstawowe założenie ich wzajemnej ekwiwalencji i korelacji. To samo można powiedzieć o towarze: potrzeby i odpowiadający im system wartości użytkowej wyłania się i uzyskuje określoność dzięki skorelowaniu ich z systemem wartości wymiennej. Korelację tę zaś – jak twierdzi Baudrillard – wnosi ze sobą ideologia, która skrywa arbitralność stosunku pomiędzy użytecznością a wymiennością towaru – wartość użytkowa i rzeczywiste potrzeby stanowią tylko alibi dla strategicznej logiki znaczącego, czyli wartości wymiennej. Fryderyk Nietzsche powiada, że „potrzeba uchodzi za przyczynę powstania czegoś; w rzeczywistości często bywa tylko skutkiem tego, co powstało” [Nietzsche 2008: 163]. Z perspektywy wymiany symbolicznej widać dobitnie, że pojęcie potrzeby i oparta na koncepcji potrzeb pierwotnych wizja handlu na sztych jako pierwotnej postaci transakcji ekonomicznych jest tworem ideologicznym. Nauki Marksa okazują się tu niemniej ideologiczne aniżeli poglądy krytykowane przezeń w *Ideologii niemieckiej*.

Marks z Engelsem określają ideologię jako swego rodzaju konieczny, bo wyrastający z rzeczywistych warunków bytowania ludzi fałsz, fałszywą świadomość służącą reprodukowaniu się społeczno-ekonomicznego *status quo*. W jej ramach twory myśli przedstawia się jako treści autonomiczne i transcendentne względem świadomości: „Wytwarzanie idei, wyobrażeń, świadomości spleta się zrazu z materialną działalnością ludzi i ich materialnymi stosunkami wzajemnymi, stanowi język rzeczywistego życia. Wyobrażenia, myślenie, duchowe obcowanie ludzi ze sobą wypływają tutaj jeszcze z ich stosunków materialnych. [...] Ludzie są wytwórcami swoich wyobrażeń, idei itd., ale ludzie rzeczywisci, ludzie działający, uwarunkowani przez określony rozwój sił wytwórczych i odpowiadających tym siłom stosunków aż do najwyższych form włącznie. Świadomość nie może być nigdy niczym innym jak świadomym bytem, a byt ludzi to ich rzeczywisty proces życiowy. Jeżeli w całej ideologii ludzie i ich stosunki zdają się stać na

głowie jak w ciemni optycznej, to zjawisko to w takiż sposób wynika z ich historycznego procesu życiowego, jak odwrócenie przedmiotów na siatkówce z ich bezpośredniego fizycznego procesu życiowego” [Marks 1975: 27]. W *Przyczynku do krytyki ekonomii politycznej* Marks z Engelsem umieścili ideologię w sferze nadbudowy: „Całokształt tych stosunków produkcji – stwierdza Marks – tworzy ekonomiczną strukturę społeczeństwa, realną podstawę, na której się wznosi nadbudowa prawna i polityczna i której odpowiadają określone formy świadomości społecznej. Sposób produkcji życia materialnego warunkuje społeczny, polityczny i duchowy proces życia w ogólności. Nie świadomość ludzi określa ich byt, lecz przeciwnie, ich byt społeczny określa ich świadomość” [Marks 1966: 9]. Ideologia powstaje w wyniku tego samego procesu, który nadaje towarowi pozór wartości autonomicznej i transcendentnej względem podmiotów – fetyszyzacji towaru, która prowadzi wprost do błędnych przedstawień dotyczących formy towarowej i abstrakcyjnego charakteru pracy.

Baudrillard podkreśla, że Marks słusznie rozpoznaje, iż przedmiotowy sens produkcji materialnej nie zawiera się w materialności, lecz formie. To samo tyczy się ideologii. Nie jest ona rodzajem „mana”, które dołącza się do treści świadomościowych, ale stanowi rodzaj kodu językowego określającego towary jako znaki w systemie konsumpcyjnym. Jej działanie polega przede wszystkim na redukcji i abstrakcji materiału symbolicznego do form jednoznacznych i racjonalnych – racjonalność tak znaków jak i towarów funduje się na ich określoności. Oznacza to, że wszelkie potencjalności i jakości znaczenia, które nie podlegają ekwiwalencji znaczącego i znaczonego wartości użytkowej i wymiennej zostają w nich zredukowane [Baudrillard 1981: 144]. W takiej postaci ideologia przenika całość pola produkcji zarówno materialnej, jak i duchowej. Za sprawą kodu, który ze sobą niesie, towar nabiera charakteru „społecznego hieroglify”, znaku określonego w kategoriach wartości użytkowej (znaczonego) oraz wartości wymiennej (znaczącego), który budzi skojarzenia w umysłach konsumentów. Jak potrzeby łączą jakościowe uposażenie przedmiotu z zapotrzebowaniem po stronie podmiotu, tak ideologia okazuje się formą pośredniczącą pomiędzy projekcjami świadomościowymi a „idealnością idei lub wartości” [Baudrillard 1981: 145]. Jeden i ten sam proces – twierdzi Baudrillard – leży u podstaw wykształcenia się znaków jako reprezentacji przedmiotowych i towarów jako materialnych wyrazów potrzeb ludzkich i pracy włożonej w ich wytworzenie. Rzecz jednak wymaga wyjaśnienia.

Sięgnijmy raz jeszcze do *Kursu językoznawstwa ogólnego*. De Saussure rozważa tam wartość językową z trzech punktów widzenia: 1) elementu znaczonego, 2) znaczącego oraz 3) znaku jako całości i podkreśla, że wspomniane zasady ne-

gatywności oraz arbitralności znaku dotyczą systemu językowego rozpatrywanego od wewnątrz, tj. ujętego synchronicznie tylko pod względem jego właściwości strukturalnych. Znak zaś jako całość stanowi pozytywną jedność wiążącą w sobie różnice pojęciowe i akustyczne. I tu właśnie pojawia się kod, o którym pisze Umberto Eco. Stanowi on zbiór reguł, na których opiera się algebra różnic językowych; sprawia, że znaki zyskują określoność i mogą występować w opozycji do innych znaków oraz stanowić wartości wymiennealne na nieporównywalne ze sobą rzeczy spoza systemu językowego; innymi słowy – występować zamiast czegoś innego, czyli odnosić się do jakiejś rzeczywistości spoza znaku.

Decyduje on też o zmienności i trwaniu w języku. Język jako fakt społeczny wyrasta z historii, czasu ludzkiego – jego trwanie to trwanie pośród dokonujących się w czasie zmian. W *Kursie* de Saussure wskazuje na cztery podstawowe źródła niezmienności języka: 1) zasadę arbitralności, 2) wielką liczbę znaków potrzebnych do ukonstytuowania się języka, 3) złożoność systemu semiotycznego oraz 4) opór zbiorowości przeciwko innowacjom. O ile arbitralność znaku językowego nakazuje rozważać teoretyczną możliwość zmiany, o tyle historycznie rzecz ujmując, stanowi ona blokadę względem wszelkich podstawień i przesunięć między elementem znaczącym i znaczonym. Nie sposób bowiem przedstawić żadnych racjonalnych argumentów za którymkolwiek z systemów językowych – nie ma powodu, by którykolwiek z nich zmieniać i zastępować innym. Ponadto, znaki językowe są tak liczne, a system językowy tak złożony, że mówiący nie są w stanie pojąć go w całości. Społeczne funkcjonowanie języka oznacza, że podlega on wpływom ze strony wszystkich mówiących, toteż trudno wyobrazić sobie, by mogła w nim zaistnieć jakakolwiek radykalna nowość [de Saussure 1961: 83–84]. De Saussure wskazuje na jeszcze jeden czynnik trwałości języka, niejako uzupełniający pierwszy. Każdorazowo w przypadku języka jego związek z przeszłością dominuje nad wolnością wyboru, którego mogą dokonywać osoby mówiące. Jedynym prawem, któremu podlega, jest prawo tradycji – i to właśnie leży u podstaw jego arbitralności [de Saussure 1961: 84–85]. Wpływ czasu na język polega na tym, że wszelkie zmiany w nim się dokonujące są względne, a jego zmienność to zmienność pośród trwania. Jeśli zatem spojrzeć na język od strony jego historii, to będzie się ona przedstawiała jako historia przekształceń w obrębie kodu niosącego ze sobą tradycję. Jako taki wnosi on do języka quasi-motywację w postaci historycznego zakotwiczenia systemu semiotycznego: jednostki posługujące się językiem traktują go jak gdyby był historycznie umotywowany.

Tak też działa ideologia wedle Baudrillarda. Niesie ona ze sobą kod, który poprzez redukcję symbolicznej ambiwalencji gruntuje racjonalną cyrkulację wartości – grę wartości wymiennej i użytkowej. Towary, jak inne znaki, ozna-

czają cokolwiek dzięki temu, że różnią się od wszystkich pozostałych znaków w obrębie systemu i uobecniają słowem, zajmując taką a nie inną wobec całości systemu, wartość każdego z nich jest czysto pozycyjna i różnicująca. Ideologiczny kod, wiążąc ze sobą funkcjonalność towarów z ich wymienialnością, nadaje im wartość znakową, tj. czyni z nich znaki odnoszące się do treści spoza systemu ekonomicznego. Dlatego w *Systemie przedmiotów* czytamy: „[...] formalna logika towaru, analizowana przez Marksa: potrzeby, afekty, kultura, wiedza – wszystkie specyficznie ludzkie zdolności są integrowane w porządku produkcji jako towary i zmaterializowane jako podlegające sprzedaży siły produkcyjne. Dziś każde pożądanie, plan, potrzeba, każda namiętność i stosunek jest wyabstrahowany (lub zmaterializowany) jako znak i jako przedmiot, który ma być nabywany i konsumowany. [...]”; „nic nie ma wartości symbolicznej”; „każda rzecz jest znakiem, czystym znakiem”. „Żaden pojedynczy przedmiot nie ma obecności ani historii, a mimo to wszystko jest pełne referencji: orientalnej, szkockiej, wczesno amerykańskiej itd. Wszystkie te przedmioty po prostu *posiadają charakterystyczną dla siebie niepowtarzalność* – w różnicy (ich modusie referencjalności) są abstrakcyjne i ściśle ze sobą powiązane na mocy tej abstrakcji” [Baudrillard 1996: 203].

Rozumiemy teraz dlaczego Baudrillard akcentuje formalny aspekt ideologii. Ideologiczny kod sprawia, iż rzeczy stają się komunikatami, momentami w systemie porozumiewania się, a zarazem jest zasadą socjalizacji i przystosowania ludzi do powszechnej wymiany, czego przykładami są indywidualizm oraz zasady podziału pracy. Dokonuje tego, wiążąc towary z określonymi treściami świadomościowymi czy kulturowymi, co skutkuje wykształceniem się autonomicznych wartości, transcendentnych treści oraz ich świadomościowych reprezentacji w postaci znaczonego. Baudrillard odwołuje się tu do burżuazyjnego, a także marksistowskiego pojęcia kultury (znaków) jako zbioru transcendentnych treści skorelowanych ze świadomością za pomocą ‘reprezentacji’ krążących pomiędzy ludźmi jako wartości pozytywne [Baudrillard 1981: 145]. To samo tyczy się fetyszyzowanego towaru: jawi się on jako rzeczywista i bezpośrednia wartość, skorelowana z indywidualnymi podmiotami, za pośrednictwem potrzeb i wartości użytkowej i podlegająca cyrkulacji stosownie do reguł wartości wymiennej. System ustanawia w ten sposób paralelę dóbr po stronie rynku oraz potrzeb po stronie podmiotów, zaś jego strategia polega na tym, że kierując potrzebami konsumentów, motywuje ich do nabywania określonych towarów oraz usług. O społecznej przynależności jednostki, jej statusie materialnym itp. nie świadczy tylko to, jakimi towarami się ona otacza, ale nade wszystko jakie ma potrzeby. Ideologia w ten sposób wprowadza pozorną motywację do systemu: tak jak

człowiek używający języka jest nieświadomy arbitralności znaków, którymi się posługuje, tak konsument nie jest świadomy tego, że potrzeby, które zaspokaja, nabywając towary, są ustanawiane z mocy kodu. System znakowy oraz ekonomia posługują się tu jedną i tą samą strategią – motywacją: potrzeby mają motywować podmiot, a znak ma być umotywowany w jego stosunku do rzeczywistości. Jednak tak w pierwszym, jak i w drugim przypadku pojęcie motywacji służy maskowaniu abstrakcyjnego systemu wartości wymiennych (wymiennej wartości ekonomicznej oraz wymiennej wartości znakowej).

Z perspektywy Baudrillarda podstawowe dla marksizmu rozróżnienia, takie jak podmiot – przedmiot, baza – nadbudowa, wyzysk – alienacja okazują się niepewne i w istocie ideologiczne [Baudrillard 1981: 145–146]. Zarówno produkcja towarowa i produkcja znaków, kultura (która w klasycznym marksizmie miała wyrażać i maskować sprzeczności w obrębie bazy) podlegają tej samej logice: z jednej strony znaki podlegają wymianie, jak to się dzieje na przykład w przypadku dyskursu komunikacyjnego oraz stanowią pewne użyteczne dobro (np. umożliwiają ekspresję podmiotową czy samoświadomość), z drugiej zaś towary funkcjonują jako znaki. Nie ma tu większego znaczenia, czy wymianie podlegają wytwory o charakterze materialnym, czy też treści duchowe. Forma wytwarza treści i świadomość, która im odpowiada, podobnie jak system produkcji wytwarza produkty i odpowiadające im potrzeby.

KONSUMPCJA

Baudrillard porzucił Marksowskie pojęcie konsumpcji jako realizacji wartości użytkowej (zaspokajania potrzeb) i potraktował ją jako „specyficzny sposób bycia cywilizacji industrialnej”. W *Politycznej ekonomii znaku* stwierdza, że konsumpcja oznacza stadium społeczeństwa, na którym „towar jest od razu produkowany jako znak, jako wartość znakowa, i gdzie znaki (kultura) są produkowane jako towary” [Baudrillard 1981: 147]. Z końcowych ustępów *Społeczeństwa konsumpcyjnego* dowiadujemy się, że proces ten opiera się na „pochłanianiu znaków i bycia przez nie pochłanianym” [Baudrillard 2006: 268]. W *Systemie przedmiotów* natomiast czytamy, że konsumpcja to „wirtualna totalność wszystkich przedmiotów i przekazów konstytuujących dziś mniej lub bardziej koherentny dyskurs; to [...] systematyczna aktywność manipulacji znakami” [Baudrillard 1996: 200]. Zatem, aby dana rzecz stała się przedmiotem konsumpcyjnym, musi wpieryw zostać przekształcona w znak, co oznacza, że po pierwsze utraci związek z rzeczywistymi potrzebami człowieka – związek znaczonego i znaczącego, wartości użytkowej i wymiennej stanie się w niej arbitralny; po drugie, o jej tożsamości decydowało

będzie to, czy i na ile wpisze się w system abstrakcyjnych relacji względem innych przedmiotów–znaków. Konsumowana nie jest rzecz w jej materialności, lecz jedynie różnice względem innych przedmiotów w systemie. W porównaniu z tradycyjną rzeczą–symbolem, który występował w rzeczywistych stosunkach, konstytuujących świat ludzki i jako taki był manifestacją właściwego dla siebie *milieu*, przedmiot konsumpcyjny jest czymś zewnętrznym – obiektem konsumpcji staje się z chwilą wyzbycia się wymiaru symbolicznego i stanięcia na zewnątrz relacji człowieka do świata rzeczy – relacji, w której nie występuje jako członek pośredniczący, ale którą już tylko oznacza. „W ten sam sposób przedmioty konsumpcji konstytuują idealistyczny leksykon znaków, nieuchwytną materialność, do której odnosi się projekt żywej egzystencji” [Baudrillard 1996: 203].

W społeczeństwie konsumpcyjnym konsumpcja staje się rodzajem dyskursu, za pomocą którego ludzie interpretują siebie oraz otaczający ich świat. Jako taka jest ona „praktyką na wskroś idealistyczną”. Konsumować to działać w sferze idei, wyobrażeń, pojęć, jakie niesie ze sobą towar. Baudrillard pisze: „Jeśli konsumpcja jawi się jako niepohamowana, to ściśle rzecz biorąc, dzieje się tak, ponieważ jest ona totalnie idealistyczną praktyką, która nie ma już nic (poza pewnymi punktami) wspólnego z zaspakajaniem potrzeb, ani zasadą rzeczywistości; jest ona energetyzowana w projekcie – zawsze niespełnionym i implicytnym względem przedmiotu. Ów projekt, stając się bezpośrednim w znaku, przekazuje swą istotową dynamikę na systematyczne i nieokreślone posiadanie konsumpcyjnego przedmiotu–znaku. W konsekwencji musi stale transcendować się lub powtarzać, by pozostać tym, czym jest – powodem do życia. Sam projekt życia, podzielony na segmenty, niespełniony i oznaczony, jest stale odzyskiwany i anulowany w kolejnych przedmiotach. Stąd pragnienie, by ‘utemperować’ konsumpcję lub ustanowić normalizującą sieć potrzeb jest tylko naiwnym i absurdalnym moralizatorstwem” [Baudrillard 1996: 204]. Przypomnijmy, że Heidegger właśnie na projekcie oparł sens egzystencji ludzkiej i ludzkiego doświadczenia bycia. I oto projekt bycia staje się nie tyle nierealizowalny, co raczej rozmyty w przedmiotach–znakach, których stosunek do rzeczywistej egzystencji ludzi jest całkowicie arbitralny. Właściwość egzystencji w sensie Heideggera, a także Marksa, staje się nieosiągalna.

Baudrillard niemalże na każdym kroku podkreśla totalny charakter konsumpcji – nie ma ona ani końca, ani żadnych granic. U podstaw projektu egzystencjalnego, jakim jest konsumpcja, znajduje się potrzeba totalności, nigdy niezaspokojona, ponieważ przedmioty–znaki określają się w różnicy względem innych przedmiotów w systemie. Wszystko zatem co próbuje być na zewnątrz pola konsumpcji, zostaje przez nią wchłonięte jako następna różnica i znak.

Taki los spotyka na przykład Marksowski imperatyw rewolucyjny, który jest konsumowany jako idea rewolucji i jako idea pozostaje wiecznie żywy, lecz niezdolny do praktycznej realizacji [Baudrillard 1996: 203]. Opierając się na różnicach, system konsumpcyjny jest w stanie wchłaniać wszystko, nawet rażące sprzeczności – konsumpcja nie dopuszcza żadnej transcendencji. Z końcowych fragmentów *Społeczeństwa konsumpcyjnego* dowiadujemy się, że jest to społeczeństwo wyprane z mitów. Jedynym jego mitem jest mit dobrobytu, którym się karmi i w który wierzy, czyniąc zeń „nową plemienną mitologię – moralność nowoczesności” [Baudrillard 2006: 271]. Tak oto „człowiek konsumpcji nie konfrontuje się już z własnymi potrzebami, podobnie jak nie styka się bezpośrednio z wytworami własnej pracy, nie staje nigdy na przeciw własnego odbicia: jest bytem immanentnym wobec znaków, którymi rozporządza” [Baudrillard 2006: 268]. Nawet fetyszyzm towarowy jest już niemożliwy, ponieważ wchłania go „wszechimmanencja porządku znakowego”. Podmiotem konsumpcji nie jest już człowiek, jak u Marksa, ale system znaków–przedmiotów, który wchłania ludzi, przekształcając ich w konsumentów, czyli agregaty potrzeb dokonujące wyborów w obrębie gry znaków.

PODSUMOWANIE

Z powyższych rozważań wynika, że właściwym *locus* konsumpcji jest ideologia pojęta jako ośrodek kodu, za pomocą którego człowiek integruje się z systemem towarowym, przy czym dodać należy, że jest to ideologia właściwa dla postindustrialnych społeczeństw obfitości. Konsumpcja nie jest tożsama z przepychem i nie w nim wyczerpuje się jej dzisiejszy sens i znaczenie, jednak nadmiar jest warunkiem wstępnym zaistnienia zjawiska: tak jak do ukonstytuowania się języka niezbędna jest wielka ilość znaków, tak do wykształcenia się kodu konsumpcji konieczny jest bezmiar zarówno dóbr, jak i informacji, podlegających obiegowi rynkowemu. Chodzi tu o przepych na skalę masową, przepych dostępny wszystkim (nie wyłączając nędzarzy), który determinuje funkcjonowanie ludzi w społeczeństwie dobrobytu. Dowiadujemy się, że jego podstawą jest stałe generowanie potrzeb u członków tejże społeczności, nieświadomie internalizujących ideologię, jaką niosą ze sobą towary–znaki. Dzieje się tak, ponieważ w samej logice, którą rządzą się towary, zawarta jest logika znaków. Konsumpcja jako taka stanowi język, za pomocą którego komunikuje się współczesne społeczeństwo i w którym wyklada samo siebie. „Nasze społeczeństwo mówi o sobie jako o społeczeństwie konsumpcji. O ile cokolwiek konsumuje, to konsumuje samo siebie jako społeczeństwo konsumpcji, jako ideę. Reklama stanowi triumfalny

pean na cześć owej idei” [Baudrillard 2006: 271]. Ta właśnie okoliczność czyni z konsumpcji mit. Nie polega ona na nabywaniu, pochłanianiu i trawieniu, ani na biernym przyswajaniu dóbr i informacji, lecz jest aktywnym trybem realizowania się relacji człowieka względem przedmiotów i społeczności. Można zatem zdefiniować ją jako totalny, a zarazem quasi-mityczny i ideologiczny projekt egzystencjalny, realizujący się w życiu ludzi poprzez stałe nabywanie przedmiotów z uwagi na ich wartość znakową i w którym przedmioty te, będąc wiązkami informacji, zwrotnie kształtują ich egzystencję, podsycając pragnienie posiadania kolejnych przedmiotów, co wyraża się w imperatywie nabywania coraz to nowych towarów–znaków. W ramach tego projektu podmioty same podlegają określonemu typowi socjalizacji, a mianowicie socjalizacji przez indywiduację, której spełnieniem jest całkowita ich funkcjonalizacja: relacje, jakie ludzie mają względem samych siebie i innych, przybierają tu postać stosunków konsumpcyjnych – są konsumowane w przedmiotach oraz poprzez przedmioty, które zrazu pośredniczą w relacjach międzyludzkich, lecz wnet stają się substytutowymi znakami. Na koniec wypada przytoczyć powiastkę, którą Baudrillard posłużył się w *Spółceństwie konsumpcyjnym*: „Razu pewnego żył sobie człowiek w Niedostatku. Po wielu przygodach i długiej podróży przez nauki ekonomii, napotkał Spółceństwo Obfitości. Wzięli ze sobą ślub i [odtąd] mieli wiele potrzeb” [Baudrillard 1992: 36].

BIBLIOGRAFIA

- Baudrillard J.**, 1981, *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, przekł. Levin Ch., Nottingham: Telos Press.
- Baudrillard J.**, 1992, *Selected Writings*, red. Poster, M., Cambridge: Polity Press.
- Baudrillard J.**, 1996, *The System of Objects*, przekł. Benedict J., London, New York: Verso.
- Baudrillard J.**, 2006, *Spółceństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, przekł. Królak S., Warszawa: Sic!
- Baudrillard J.**, 2006, *Wymiana symboliczna i śmierć*, przekł. Królak S., Warszawa: Sic!
- Baudrillard J.**, 2009, *Przejrzystość zła*, przekł. Królak S., Warszawa: Sic!
- de Saussure F.**, 1961, *Kurs językoznawstwa ogólnego*, przekł. Kasprzyk K., Warszawa: PWN.
- Eco U.**, 1996, *Nieobecna struktura*, przekł. Weisenberg A., Warszawa: KR.
- Eliade M.**, 1993, *Sacrum, mit, historia. Wybór esejów*, przekł. Tatarkiewicz A., Warszawa: PIW.
- Foucault M.**, 2000, *Słowa i rzeczy*, przekł. Komendant T., Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Hegarty P.**, 2004, *Jean Baudrillard. Live Theory*, London, New York: Continuum.
- Heidegger M.**, 2013, *Bycie i czas*, przekł. Baran B., Warszawa: PWN.
- Marks K.**, 1966, *Przyczynek do krytyki ekonomii politycznej*, przekł. Lipiński E., (w:) Marks K., Engels F., *Dziela*, t. 13, Warszawa: Książka i Wiedza.

- Marks K.**, 1968, *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej*, oprac. Szechter O., (w:) Marks K., Engels F., *Dziela*, t. 23, Warszawa: Książka i Wiedza.
- Marks K.**, 1975, *Ideologia niemiecka* (w:) Marks K., Engels F., *Dziela*, t. 3, Warszawa: Książka i Wiedza.
- Mauss M.**, 2009, *Szkic o darze. Forma i podstawa wymiany w społeczeństwach archaicznych* (w:) Głowacka-Grajper M., Nowicka E. (red), *Świat człowieka – świat kultury. Antologia tekstów klasycznej antropologii*, Warszawa: PWN.
- Malinowski B.**, 1987, *Argonauci Zachodniego Pacyfiku. Relacje o poczynaniach i przygodach krajowców z Nowej Gwineji*, przekł. Olszewska-Dyoniziak B., Szynkiewicz S., Warszawa: PWN.
- Nietzsche F.**, 2008, *Wiedza radosna*, przekł. Łukasiewicz M., Gdańsk: słowo/obraz, terytoria.
- Pawlett W.**, 2007, *Jean Baudrillard: Against Banality*, London, New York: Routledge.
- Peirce Ch.S.**, 1994, *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Cambridge: Harvard: Harvard University Press.
- Ricoeur P.**, 2003, *Egzystencja i hermeneutyka. Rozprawy o metodzie*, przekł. Bieńkowska E., Bortnowska H., Cichowicz S., Godzimierski J.M., Igalson H., Skoczylas J., Tarnowski K., Warszawa: De Agostini & Instytut Wydawniczy PAX.
- Strenski I.**, 1987, *Four Theories of Myth in Twentieth-Century History*, Houndmills, Basingstoke and London: The Macmillan Press.

Robert Rogoziński

CONSUMPTION AS A MYTH OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY. ON THE BAUDRILLARDIAN CONCEPT OF CONSUMPTION

Abstract

The text is an analysis of the contemporary notion of consumption. Its basis are Jean Baudrillard's considerations, according to which consumption is an appearance characteristic of postindustrial culture. Baudrillard claims that consumption is a myth which organizes consumer society. Consumption as such has emerged in the course of centuries-old process of reduction of symbolic exchange. As the modern era begins, signs are liberated from the symbolic limitations and liberation of the individual from feudal social order. Thus, the epoch of industrialism was born – tional logic of the sign is inscribed into the logic of commodities. He arrives at the contemporary concept of consumption by drawing an analogy between the system of signs and system of commodities. He has developed it by criticizing the basic presupposition of Marxist thought. Marks did not see that the system of market goods created the kind of language and that every commodity was in fact a sign which always bore some information. Ideology does not belong to the sphere of superstructure but it is kern of production and market exchange. Imposing the marked code is its sense, by virtue of which commodities create more or less coherent discourse, by the means of which the members of contemporary postindustrial society communicate with one another and interpret themselves.

Keywords: consumption, ideology, myth, structure, arbitrariness, code

MICHAŁ CEBULA
Uniwersytet Wrocławski*

DYSTYNKCJA NA SZKLANYM EKRANIE? TELEWIZJA, PRAKTYKI ODBIORCZE A STRUKTURA SPOŁECZNA

Streszczenie

W artykule autor rozważa, na ile telewizja jest polem praktyk dystynktywnych. Postawione zostaje pytanie, w jakim stopniu telewizyjny gust i praktyki korespondują z pozycjami zajmowanymi w strukturze społecznej. Telewizja może być traktowana jako element kultury masowej lub popularnej, jednakże oba ujęcia wydają się przyjmować założenie, iż praktyki odbiorcze tracą ugruntowanie w społecznej stratyfikacji. Artykuł odnosi się do bieżącej debaty nad adekwatnością klas społecznych do opisu życia społecznego. Bazując na danych ilościowych i jakościowych dotyczących preferowanych programów TV i gatunków, czasu spędzanego na oglądaniu telewizji i towarzyszących mu nawyków, wskazano, iż pozycja społeczna pozostaje ważnym czynnikiem wyjaśniającym zmienność praktyk odbiorczych. Bliższa analiza ujawnia, że ilość oglądanej telewizji zależy nie tylko od pozycji społecznej i wieku ale także od dostępu do sieci i kapitału społecznego, co sugeruje, iż telewizja może rekompensować deficyty w kontaktach społecznych. Ponadto wybór programów i gatunków telewizyjnych wiąże się z ugruntowanymi klasowo dyspozycjami i orientacjami. Publiczność z „dolnych” rejonów przestrzeni społecznej poszukuje treści „realistycznych” i emocjonalnych oraz traktuje telewizję jako „towarzysza” życia (telewizja strukturyzuje życie codzienne), podczas gdy użytkownicy mediów z wyższych warstw społecznych są zorientowani bardziej „kulturalnie” i instrumentalnie. Wyniki potwierdzają tezę, iż

* Dr, Instytut Socjologii; michcebula@gmail.com.pl

społeczna sytuacja widzów pozostaje w relacji z ich praktykami kulturowymi, nawet jeśli praktyki są „zwyczajne” i mają miejsce w sferze prywatnej.

Słowa kluczowe: oglądanie telewizji, kultura popularna, kultura masowa, dystynkcja, klasa społeczna, gust

Socjologiczna refleksja nad telewizją pozostaje w ścisłym związku z rozważaniami na temat kształtu współczesnej kultury, w których dwa modele – kultury masowej i popularnej wydają się dominujące. Każdy z nich w odmienny sposób projektuje odbiorcę, inaczej postrzega kwestię wpływu medium na społeczeństwo, strukturę społeczną i kulturę. Jednocześnie, jak wskazują Laura Grindstaff i Joseph Turow [2006], najbardziej znaczące i wpływowe badania nad telewizją ujmowały ją jako składnik procesu, w którym kultura bierze aktywny udział w ustanawianiu relacji władzy.

POMIĘDZY KULTURĄ MASOWĄ A POPULARNĄ

Początkowe zainteresowanie telewizją wyznaczał paradygmat „potężnych mediów” wynikający częściowo z bezprecedensowego jej rozpowszechnienia i centralnego miejsca, jakie telewizja zaczęła zajmować w codziennym życiu od lat 40. i 50. XX wieku [Grindstaff, Turow 2006: 104–105]. Jak pisali ówcześni badacze, żadna inna forma bezosobowej komunikacji nie umożliwiała tak szerokiego i intensywnego podzielenia doświadczeń przez ludzi. W perspektywie teorii kultury masowej (której krytykami byli przedstawiciele szkoły frankfurckiej: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse), telewizja odpowiadała za wyrównywanie i ujednolicanie gustów masowego odbiorcy, co wynikało wprost z logiki nastawionego na zysk kapitalistycznego systemu produkcji. Utowarowienie kultury – podporządkowanie jej regułom produkcji przemysłowej: standaryzacji, zasadzie „najmniejszego wspólnego mianownika”, ekonomii skali (tj. obniżania kosztu jednostkowego dzięki skali wytwarzania) miało skutkować uniformizacją przekazów i sposobów ich konsumowania. W rezultacie przedstawiciele różnych grup społecznych będą oglądać podobne programy, kupować podobne ubrania, mówić podobnym językiem. Rysem kultury masowej jest jej ideologiczny charakter, polegający na maskowaniu realnych sprzeczności klasowych, uśmierzaniu społecznych napięć, fabrykowaniu przyzwolenia poprzez stwarzanie namiastki wspólnoty doświadczenia – „demokratycznego” świata konsumpcyjnych przyjemności – stanowiących rekompensatę za alienujące stosunki w miejscu pracy i motywator do zwiększonego wysiłku jednostkowego

w sferze produkcji [Marcuse 1991; Pluciński 2013: 37–42]. Kiedy członkowie różnych klas spotykają się w czasie wolnym, mogą przemawiać wspólnym dla siebie językiem konsumeryzmu i poczuć, że nie ma zasadniczych sprzeczności interesów między nimi [Gartman 1991].

Nowsze spojrzenie na telewizję sytuuje ją raczej w obrębie kultury popularnej, tj. kultury, w której znaczenia są częściej tworzone i „negocjowane” przez ludzi aniżeli dane lub założone z góry. Zgodnie z podejściem prezentowanym przez brytyjskie studia kulturowe [Wróblewski 2012; Kowalska 2014; Fiske 2010], telewizja jest obszarem, w którym rozgrywa się symboliczna walka o ustanowienie danego systemu wartości i zasad dominującymi, gdzie ma miejsce delegowanie hegemonicznych znaczeń i narracji, uzyskiwanie przyzwolenia, definiowanie „zdrowego rozsądku”, ale także gdzie tworzone są kontrnarracje, enklawy oporu i alternatywne tożsamości. To odbiorca bowiem dysponuje ostatecznie władzą nadawania znaczeń, to on konstruuje i dopełnia sens przekazu, włączając go do systemu osobistych doświadczeń. W przeciwieństwie do kultury masowej, która jest tworzonym „przemysłowo” zbiorem tekstów, produktów i relacji między nimi (nasyconych dominującymi dyskursami), kultura popularna jest tym, co ludzie w swoim codziennym życiu „robią” z owymi tekstami, produktami i relacjami – jak je faktycznie odczytują, interpretują i wykorzystują (np. czy zgodnie z intencjami nadawcy, czy też nie) [por. Hall 1987] w różnych społecznych kontekstach [Grindstaff, Turow 2006: 113].

Zarówno koncepcja kultury masowej jak i kultury popularnej wydaje się podważać (lub przynajmniej osłabiać) tezę, zgodnie z którą sposoby odbioru telewizji różnicują się klasowo, a samo medium pełni funkcję odtwarzania i reprodukcji społecznych granic i stosunków dominacji zawartych we władzy sądenia za pomocą smaku [por. Bourdieu 2005]. Dostrzec można odmienne linie argumentacji: twierdzenie o ujednoceniu się gustów w ramach społeczeństwa masowego czy też o dywersyfikacji treści i sposobów „odczytań”. Przyjmuje się, iż telewizja jako medium „demokratyczne”, dostępne dla szerokiej publiczności, znosi tradycyjne bariery w dostępie do kulturowych doświadczeń, podważa „unikatowość” kulturowych wytworów i redukuje ostrość granic oddzielających kulturowe style i gusty. W konsekwencji telewizja stwarza ramy dla swobodnych i zindywidualizowanych wyborów, „eksperymentowania” z różnymi treściami, eklektycznego łączenia gatunków, co oddala ją od tradycyjnych hierarchii smaku. Co więcej prywatny charakter konsumpcji osłabia statusotwórczy potencjał telewizji. W rezultacie przedstawiciele różnych grup społecznych mogą oddawać się popularnym przyjemnościom bez szkody dla swojego publicznego wizerunku i tożsamości, a nawet wkraczać w rejony zarezerwowane dotąd dla innych grup

społecznych [Bennett 2006: 195]. Akcentowany w koncepcji kultury popularnej różnicowany i polisemiczny charakter recepcji, sprawia iż przekazy TV mogą stanowić „pożywkę” dla wielu mikro-światów, wspólnot interpretacyjnych i subkultur o niekoniecznie klasowym charakterze, z których każda dysponuje własnym kapitałem i wiedzą „ekspercką”. Tradycyjne podziały w kulturze ulegają więc erozji pod wpływem wielu oddolnych, „lokalnych odczytań” i niezależnie tworzonych hierarchii [Wright 2012: 279–281; Kuipers 2006: 374–376].

W nieco innym ujęciu telewizja łączy się ze statusem w szerszym polu kulturowym, jako przeciwwaga dla „szlachetniejszych” odmian kulturalnych aktywności, natomiast praktyki podejmowane w jej obrębie pozbawione są klasowych konotacji [Bennett 2006: 195; Kuipers 2006: 359].

TELEWIZJA A ANALIZA KLASOWA

Dyskusja o telewizji odsłania szerszą problematykę aktualności związku między pozycjami społecznymi a uczestnictwem w kulturze czy stylami życia (między strukturą a kulturą) [por. Cebula 2013a; Chan, Goldthorpe 2007], której parametry wyznaczała swego czasu teza „śmierci klas”, tj. utraty przez nie centralnego miejsca w tworzeniu podziałów i nierówności oraz wyznaczaniu współrzędnych dla tożsamości [Pakulski, Waters 1996]. Wysiłki badaczy podążały w stronę coraz bardziej złożonych analiz stylów życia, traktowanych jako względnie samodzielna kategoria opisu społecznej rzeczywistości późnonowoczesnego kapitalizmu. Materialny dobrobyt, symboliczna dywersyfikacja, ogólny dostęp do dóbr konsumpcyjnych miał podkopywać społeczne hierarchie ery przemysłowej, uwalniać, jeśli nie same jednostki, to ich potencjał tworzenia i wyrażania tożsamości w poprzek wielorakich społecznych wymiarów [Petev 2013: 634]. W odpowiedzi na takie argumenty, rehabilitacja klas szła w kierunku ich redefinicji, aby w większym stopniu włączyć w ich obręb kwestię kultury i stylu życia. Twórczość Pierre’a Bourdieu [2005] stanowi główną inspirację dla tych wysiłków [por. Holt 1998; Prieur, Rosenlund, Skjott-Larsen 2008; Savage i in. 2013]. W jakiej jednak mierze „socioanalityczna” teoria P. Bourdieu nadaje się do opisu współczesnych realiów kultury i struktury?

Podjmując wątek aktualności analiz francuskiego socjologa, David Wright [2012] wskazuje na istotne przemiany, jakie dokonały się w polu produkcji i konsumpcji kultury, z których: a) poszerzenie i „skomplikowanie” kontekstu, puli, z której można czerpać wzorce (proces globalizacji) oraz b) dywersyfikacja źródeł, środków tworzenia i oceniania kultury (oddanie jej także w ręce „amatorów”, przez co wizja „konsekrowania” kultury, pilnowania jej „czystości” przez

„ekspertów”, elitę staje się anachroniczna) wydają się najbardziej jaskrawe. Czy rzeczywiście świadczą one o nieprzystawalności diagnoz zawartych w *Dystynkcji* [Wright 2012]? Jak konkluduje wspomniany autor: „Chociaż kwestia wyrafinowanego gustu mogła przesunąć się od estetycznej bezinteresowności w kierunku eklektycznej wszystkożerności, a środki kulturowej produkcji przemieścić od nobliwych ekspertów w ręce entuzjastycznych amatorów, nadal pozostaje dystans, naznaczony kapitałem kulturowym, między tymi, którzy włączają się do gry w kulturę i tymi, którzy stoją z boku” [s. 283].

Zdaniem Douglasa B. Holta [1998], tym, co pozwala ocalić klasowy paradygmat studiów nad konsumpcją, jest właśnie spojrzenie na nią z perspektywy habitusu – kultury „wcielonej” w praktykę, odruchy wobec świata, spontaniczne oceny i emocje. W społeczeństwach późnego kapitalizmu, jawne i ostentacyjne różnice w posiadaniu i zachowaniach ustępują miejsca subtelniejszym różnicom w stylu i smaku, sposobach „czytania” tekstów kultury, definiowania podmiotowości i wolności w świecie konsumpcji. Na dalszy plan odchodzi zobjektywizowany kapitał kulturowy a rośnie rola jego „ucieleśnionej” formy.

Inni badacze dowodzą z kolei, iż podziały w kulturze nie zanikają, lecz ulegają redefinicji w „żywym” polu gry kulturowej. Powstają nowe jakości kapitału i nowe linie podziałów: między „aktywnymi” a „nieaktywnymi” kulturalnie, „poinformowanymi” a „pozbawionymi wiedzy”, „kosmopolitami” a „tradycjonalistami” [Prieur, Savage 2011]. Różnic klasowych należy dziś poszukiwać nie tylko i nie tyle w tradycyjnych obszarach „kultury wysokiej”, ale właśnie na polu coraz bardziej złożonej i zniuansowanej „kultury popularnej” [Pluciński 2013]: w obszarze „ulubionych” seriali, nowych technologii, w praktykach kulinarnych, stosunku do zwierząt, sposobach korzystania z przestrzeni miejskiej [por. Gdula, Sadura 2012].

Z kolei żywo dyskutowana w socjologii koncepcja „wszystkożerności” – asymilowania w obrębie własnych wyborów tego co „niskie” i „wysokie” [por. Peterson, Kern 1996; Cebula 2013b], mająca w pierwszym odruchu dowodzić zacierania się granic podziałów między klasami, może być interpretowana jako kolejna odsłona gry w kulturę, skrojona na potrzeby nowej klasy średniej, gry, w której w akcie „pozorowanej” kapitulacji, odstąpienia od jawnej rywalizacji symbolicznej, dokonuje się przewrotnego „zaklasyfikowania” (wyróżnienia) tych, którzy usiłują być ponad wszelkimi klasyfikacjami [Jacyno 2014: 42–47].

W jakim stopniu przywoływane zagadnienie gustu, władzy sądenia, podziałów klasowych znajdują zastosowanie w polu preferencji i aktywności telewizyjnych? Czy i jak telewizja może być polem symbolicznej batalii, w której stawką jest tożsamość, panowanie i czystość społecznych granic?

KLASA, STATUS A TELEWIZJA – PRZEGLĄD BADAŃ

Z dotychczasowych analiz empirycznych wynika, iż wbrew przyjmowanym założeniom o płynności, fragmentaryzacji przekazu czy „demokratyzacji” w dostępie do mediów, dostrzec można wyraźny związek telewizji ze sferą statusu społecznego, a także powiązanie praktyk i upodobań związanych z odbiorem treści ze społeczną (w tym klasową) sytuacją telewidzów. Podejmując wątek statusowej funkcji środków masowego przekazu, badacze holenderscy [Kraaykamp i inni 2007] polemizowali z tezą, iż za zróżnicowanym poziomem ogólnego korzystania z mediów (w tym oglądania telewizji) przemawiają jedynie racje kompetencyjne i związane z socjalizacją (tj. nabyte preferencje oraz umiejętności odbioru i czerpania przyjemności z dekodowania przekazów). Dowodzili oni, że także status społeczny ma znaczenie. W potocznym odczuciu, prywatny i „domowy” charakter kontaktu z telewizją oddala ją od publicznej z natury gry o status. Jeśli jednak założymy, iż wybory stylu życia nie tylko zaopatrują jednostki w widoczne symbole statusu (emblematy) stanowiące podstawę wzajemnego komunikowania i społecznego identyfikowania, lecz także stanowią „pożywkę” dla nieformalnych interakcji i wymian doświadczeń, w których sygnały „statusowe” przekazywane są niejako „przy okazji” (gdy dyskutujemy o ulubionych książkach, obejrzanych filmach czy serialach), to okaże się, iż teza o statusie ma solidne uzasadnienie. Faktycznie, badania empiryczne pokazały, iż pozycja respondenta była negatywnie skorelowana z ilością oglądanej telewizji a pozytywnie z czytelnictwem „poważnej” literatury, z uwzględnieniem takich czynników, jak wykształcenie czy dochody. Co istotne, na kontakt z mediami dodatkowy wpływ wywierał także status partnera (partnerki), dowodząc, iż gust kształtuje się w interakcjach z innymi, ważnymi dla respondentów osobami oraz że istnieje tendencja do zrównywania się upodobań w ramach tej samej grupy społecznej.

Czy jednak obok ogólnego związku telewizji z hierarchicznie rozpatrywaną pozycją społeczną dostrzec możemy wewnętrzne powiązania między konkretnymi treściami mediów a społecznym usytuowaniem odbiorców? Pozytywnej odpowiedzi na to pytanie dostarczają studia brytyjskie [Bennett 2006]. Analizując preferencje mieszkańców wielkiej Brytanii w zakresie ulubionych gatunków telewizyjnych (np. wiadomości, sitcomy, seriale policyjne), ulubionych programów (np. „Big Brother”, „Seks w wielkim mieście”, „Panorama”) oraz najczęściej oglądanych kanałów (np. BBC1, BBC2, ITV1), wskazano na „wewnętrzny ekonomiczny” aktywności telewizyjnych (tj. wzajemne powiązania wyborów), oddalając tym samym zarzut o fragmentaryzacji recepcji, przypadkowości odbioru czy radykalnej indywidualizacji w rozumieniu zanikania spójnych „kultur gustu”.

Na przykład wybierający kanał BBC1 częściej wskazywali na „prawomocne” gatunki telewizyjne (wiadomości, programy artystyczne, dokumenty historyczne i przyrodnicze) jako swoje ulubione, co szło w parze z oglądaniem czołowego programu informacyjnego – „Panorama”. Miłośnicy „reality TV” (w tym programu „Big Brother”) chętniej niż pozostali zwracali się w stronę gatunków „popularnej” rozrywki – oper mydlanych, quizów i teleturniejów czy talk show oraz kanałów komercyjnych, takich jak ITV1. Dalsze analizy wskazały, iż sposoby, w jakie odbiorcy odnoszą się do tak zrekonstruowanej przestrzeni telewizyjnej, zależą od różnych wymiarów ich społecznego położenia – płci, wieku, wykształcenia, klasy zawodowej czy przynależności etnicznej. Klasa i wykształcenie były istotnymi czynnikami stratyfikacji audytoriów i to zgodnie z tradycyjną dystynkcją na to co „wysokie” i „niskie”. Przykładowo wraz z wykształceniem rosła preferencja dla „poważnej telewizji” (np. wiadomości, programy dokumentalne) przy jednoczesnym odrzuceniu oper mydlanych. Jednocześnie dostrzec można było wyłanianie się nowych linii kulturowych podziałów (nowych wzorców wyróżnienia), np. w obrębie klas średnich, między młodszymi jej odłami (klasą: profesjonalistów i menedżerów), gustującymi w serialach spod znaku „nowej komedii” (np. „Przyjaciele”, „Seks w wielkim mieście”) i „nowego dramatu” (np. „Sześć stóp pod ziemią”), a starszymi jej reprezentantami (np. drobnymi przedsiębiorcami) przywiązaniymi do bardziej standardowych i poważnych treści (wiadomości, konwencjonalne seriale dramatyczne) [Bennett 2006: 207]. Odnajdujemy tu analogię z rozważaniami P. Bourdieu na temat „nowego drobnomieszczaństwa” poszukującego w kulturze popularnej, „średniej” i jeszcze nieskanonizowanej sposobu na zdefiniowanie własnej odrębności i wyjątkowości oraz dróg ucieczki od niepewności przypisanej średnim pozycjom w strukturze społecznej [Bourdieu 2005: 435–456; Jacyno 2014: 40–42].

Czy w obszarze telewizji możemy odnaleźć tradycyjne hierarchie smaku oparte na wyróżnieniu tego co „wysokie” i „niskie”? Czy i jak możliwe jest utrwalanie się „kultur gustu” i stabilizowanie „publiczności” w przypadku medium tak sfragmentaryzowanego, popularnego i dostępnego potencjalnie dla wszystkich? Podejmując te zagadnienia, Giselinde Kuipers [2006] zwróciła uwagę na teoretyczne napięcie, jakie towarzyszy rozważaniom na temat tzw. „kultur gustu”, szczególnie relacji, jakie zachodzą między nimi. Czy mamy do czynienia z pokojową koegzystencją różnych, ale równych modeli recepcji, czy też wspólnoty interpretacyjne sytuują się względem siebie hierarchicznie, przy użyciu dyskryminujących ocen i wykluczeń? Jak wskazuje autorka, w dotychczasowej praktyce badawczej koncentrowano się raczej na sposobach, w jakich kultura popularna może być „czytana” niż na strategiach, w jakich ludzie utrzymują swoje gusty

„nieczytelnymi” dla innych [Kuipers 2006: 363]. Jednak istotą gustu jest nie tyle ujawniona preferencja dla określonych obiektów (programów, treści), co raczej pewien ukryty system dyspozycji, kryteriów oceniania, schematów percepcji (składających się na tzw. habitus jednostki), który staje się podstawą selekcji i wykluczeń [Bourdieu 2005]. Co więcej dyspozycje estetyczne podbudowane są zasobami kompetencyjnymi w postaci znajomości kultury i umiejętności dekodowania przekazów. Wiedza i zrozumienie wyprzedza uznanie, stanowiąc potężną barierę między klasami.

Podążając tym wątkiem, G. Kuipers przedstawiła mechanizmy reprodukcji się hierarchicznie rozumianych kultur gustu, biorąc za przykład telewizyjną ofertę programów satyrycznych w Holandii. Analizując oceny różnych programów i postaci szklanego ekranu dokonywane przez respondentów, wskazano, między innymi, na dwa syndromy upodobań, skorelowane z wykształceniem. Osoby o większych zasobach kapitału kulturowego bardziej ceniły humor abstrakcyjny, oparty na aluzji, ironii, ambiwalencji, zabawie formą (np. udawanie powagi), ocierający się o absurd a niekiedy o niesmak (np. „Monty Python”), z drugiej strony, dostrzec można było humor bardziej „obfity” i dosadny: bazujący na przejaskrawieniu, stereotypach, wyraźnym akcentowaniu momentów humorystycznych (poprzez zabawne stroje i głosy, śmiech „z puszek”) (np. program typu „ukryta kamera”) – bliższy odbiorcom z niższym wykształceniem. Kluczowym mechanizmem dyferencjacji gustu była wiedza o uniwersum kulturowym. Osoby z wyższym wykształceniem posiadały ogólnie większą znajomość gatunków i programów, a tym samym częściej były w stanie zająć stanowisko (pozytywne lub negatywne) wobec oferty programowej (zwłaszcza tej bardziej wymagającej). Typową reakcją badanych zajmujących niższe pozycje społeczne było niezrozumienie i w rezultacie brak zainteresowania treściami „wysokimi”. Umiejętność zdekodowania przekazu warunkowała jego uznanie. Pewne programy znajdowały się jak gdyby poza obszarem zainteresowania i wyboru, dowodząc tym samym, iż modele decyzji zakładające pełną racjonalność i refleksyjność podmiotu (czerpanie z całej gamy dostępnych opcji) są iluzją. Zgodnie z teorią P. Bourdieu [2005], nasze postrzeganie świata jest predeterminowane schematami habitusu, który kształtuje nasze wyobrażenie o tym, co dla nas dostępne i możliwe do osiągnięcia.

W przypadku odbiorcy kompetentnego, wyraźnie zaznaczała się władza smaku – swoboda w odrzuceniu tego, co „niskie” podbudowana większą pewnością sądów (nawet jeśli były one oparte na powierzchownej i przestarzałej wiedzy o konkretnych programach). Podczas gdy bardziej „wysublimowana” rozrywka była przeważnie nieznana odbiorcom mniej wyedukowanym, respondenci wyedukowani posiadali pewną wiedzę o programach „popularnych”. Czuli się

oni także w obowiązku mieć na ich temat własną opinię. Ich oceny zawierały wyraźne odrzucenie gustów przeciwstawnych. Dostrzegamy więc tutaj pewną asymetrię sądów: gdy osoby z „klasy dominującej” wykazywały awersję wobec tego, co „niskie”, „zdominowani” prezentowali postawę obojętną wobec kultury „wysokiej” (nie stanowiła ona dla nich ani wartości uznawanej, ani odczuwanej, a tym bardziej realizowanej). Może to sugerować, iż hierarchie smaku, choć są oparte na ekskluzywności, to pomniejszają rolę gustu „prawomocnego” jako uniwersalnego wzorca kultury.

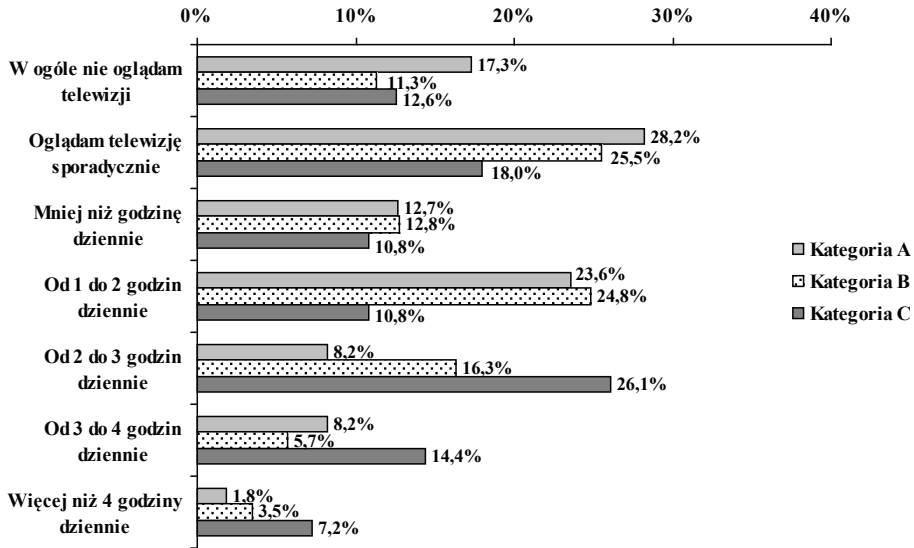
GUST TELEWIZYJNY W ŚWIETLE BADAŃ

Stawiając kwestię dystynkcji w polu telewizyjnym, odwołam się do wyników badań empirycznych zrealizowanych w 2011 r. na niereprezentatywnej próbie dorosłych, pracujących mieszkańców Wrocławia, dobieranych celowo, według kryterium wykonywanego zawodu¹. Celem badań było uchwycenie związku między przynależnością klasową, posiadanymi zasobami kapitałowymi a gustem i praktykami konsumpcyjnymi składającymi się na style życia. Mimo braku statystycznej reprezentatywności, redundancja otrzymanych wyników (z różnych dziedzin konsumpcji), podtrzymywała twierdzenie o strukturalnym zakotwiczeniu sądów estetycznych, preferencji czy aktywności konsumpcyjno – kulturalnych. Badanie „gustu telewizyjnego” należy uznać za znaczący test teorii klasowych w świetle poglądu, iż telewizja jako medium dostępne dla każdego nie powinna silnie różnicować społecznie odbiorców.

Jak wskazują badania sondażowe, oglądanie telewizji stanowi najpopularniejszy typ rozrywki Polaków w czasie wolnym (52% wskazań), obok życia rodzinnego (36%) i „siedzenia, leżenia, odpoczywania” (27%) [CBOS 2010]. Jednak sam fakt oglądania telewizji oraz przeciętna ilość czasu spędzanego przed telewizorem (dziennie) zależały, jak wskazują własne analizy, od przynależności do kategorii zawodowych (rys. 1).

¹ Projekt badawczy nr 4954/B/H03/2011/40, finansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki, obejmował wywiady kwestionariuszowe (N = 362) oraz nagrywane wywiady swobodne (n = 18) z przedstawicielami uprzednio zdefiniowanych kategorii „klasowych” (oznaczonych jako A, B i C). Kategorię A (n = 110) tworzyły: kadry kierownicze i menedżerowie, przedsiębiorcy i właściciele warsztatów pracy, w tym samozatrudniający się, jeśli byli jednocześnie specjalistami, inteligencja techniczna i nietechniczna. Kategoria B (n = 141) składała się z techników, pracowników administracyjno-biurowych oraz części pracowników handlu i usług (z kwalifikacjami). Kategorię C (n = 111) tworzyli: szeregowi pracownicy handlu i usług, pracownicy fizyczni oraz niewykwalifikowani pracownicy usług. Dodatkowo obok modelu trójdzielczego zastosowano model z 9 grupami społeczno-zawodowymi [por. Domański, Sawiński, Słomeczyński 2007].

RYSUNEK. 1. Kategorie „klasowe” a ilość oglądanej telewizji (% badanych w danej kategorii – A, B, C)



Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej telewizji oglądali przedstawiciele kategorii C (pracownicy fizyczni wraz z pracownikami handlu i usług): 26,1% z nich zasiadała przed telewizorem na 2–3 godziny dziennie, 14,4% na 3–4 godziny, a 7,2% na więcej niż 4 godziny. Natomiast wśród reprezentantów górnych warstw zawodowych (grupa A) najwięcej było deklarujących, iż telewizji w ogóle nie oglądają (17,3%, a w kategorii inteligencja nietechniczna – 18,4%) i tych, którzy oglądają ją sporadycznie (28,2%). W sytuacji pośredniej znajdowali się członkowie grupy B: 12,8% z nich przed telewizorem spędzało mniej niż godzinę dziennie, a 24,8% od 1 do 2 godzin. Telewizja stanowiła więc rozrywkę przede wszystkim dla osób o niższych kwalifikacjach zawodowych, co tłumaczyć można nie tylko specyfiką zainteresowań i potrzeb kulturalnych tej grupy (kapitałem kulturowym), brakiem środków na inne aktywności (bariera cenowa), ale także inną niż u przedstawicieli kategorii A strukturą czasu wolnego (osoby z grupy A poświęcają najwięcej czasu na pracę).

Z drugiej strony za zaskakujący można uznać fakt, że aż 13,5% ogółu badanych deklaruowało brak kontaktu z telewizją, podczas gdy takich osób, w świetle badań ogólnopolskich [Diagnoza Społeczna 2011] było tylko 3,4% (3,7% w 2009 roku i 2,7% w 2007). Stwierdzone dysproporcje mogą być zarówno wynikiem niereprezentatywnego doboru próby (oraz ograniczenia jej tylko do

ludności jednego miasta), jak i skłonności badanych do zaniżania ilości oglądanej telewizji. Prawdopodobnie, na co wskazywały także inne badania [Burszta i inni 2010], samo oglądanie telewizji (jak i to, co jest oglądane) podlega znaczącemu wartościowaniu. Dla części badanych (tych z wyższymi aspiracjami kulturalnymi) telewizja stanowi medium „nieprawomocne” (kojarzące się z niewyszukaną i schlebującą niskim gustom rozrywką), stąd chęć respektowania wzoru „człowieka kulturalnego” wymagała od nich rzeczywistego lub przynajmniej deklarowanego odrzucenia telewizji. Z cytowanego badania CBOS [2010] wynikało, iż oglądanie telewizji jest dla 33% ankietowanych czynnością wykonywaną ale niepreferowaną! Na „nieprawomocny” charakter telewizji wskazywały także następujące wypowiedzi informatorów z części jakościowej badania: **M: Co lubi Pani oglądać w telewizji, a czego nie lubi?** *R: Oglądam parę seriali... niestety.* **M: A jakie to są P. ulubione serie? Czy może P. podać tytuły?** *R: No mogę (z pewną nieśmiałością). „M jak miłość”. Wstyd się przyznać, ale „Moda na sukces”. „Na dobre i na złe”. Było ich dużo więcej ale trzy czwarte skasowałam (respondentka, kobieta z grupy C, argumentowała, iż powodem oglądania seriali jest zaangażowanie w ich fabułę, akcję, życie bohaterów, co może wskazywać na ich funkcję socjalizacyjną – zaspokajania potrzeby bliskości i towarzystwa).* Inna rozmówczyni: **M: Czy ogląda P. telewizję?** *R: Niestety odkąd mieszkam w tym mieszkaniu, w którym mieszkam, tak.* **M: Niestety? Czyli nie lubi P. telewizji?** *R: Uważam, że nie jest mi ona do niczego potrzebna, że to jest tak naprawdę strata czasu. Przez jakieś 5 lat mieszkalam bez telewizora i było mi z tym bardzo dobrze. Kiedy wprowadzaliśmy się w tamtym roku do tego mieszkania aktualnego, to pierwsze co mi się rzuciło w oczy to taki duży, ogromny telewizor. Zapytałam się właściciela, czy on tutaj musi być? Po czym mój partner się uparł a że dobrze, że będzie, że niech se będzie, co ci przeszkadza itd. I tak ten telewizor został. A przez to że został, to po prostu powoduje to, że zdarza mi się go codziennie włączać. To znaczy że przychodzę do domu, cisza, nikogo nie ma, no to włączę telewizor, tak żeby się tam coś działo, żeby przynajmniej ktoś się po tym domu kręcił. No a jak już go włączę, to zawsze coś tam już polecą i pracując przy komputerze na coś zwrócę uwagę, oderwę się na chwilę od tego itd. Jak już ktoś przychodzi do domu, to mogę go wyłączyć (młoda kobieta, grupa B).*

Inną stosowaną przez badanych strategią dystansowania się od telewizji był wybór takiej oferty medialnej, która w świadomości społecznej wiązała się z wyższym prestiżem (np. filmy dokumentalne zamiast seriali, kanały tematyczne zamiast rozrywkowych, programy podróżnicze, przyrodnicze, naukowe w miejsce show czy teleturniejów itp.).

Wpływ na zaniżanie ilości czasu spędzanego przed telewizorem mogło mieć także to, iż sami badani mieli różne definicje tego, czym jest „oglądanie telewizji”:
M: A ile tak mniej więcej czasu w ciągu dnia czy tygodnia poświęcała Pani na oglądanie telewizji? *R: To znaczy tak – ja oglądałam telewizję w stylu włączałam BBC i sprzątałam mieszkanie, więc nie wiem, czy to jest oglądanie telewizji. Ale jeśli policzyć tak, na przykład, że zasiadałam przed telewizorem i coś obejrzałam, to myślę że dziennie mogła to być godzina (kobieta, grupa A).* Okazuje się, iż za pozornie jednoznacznym zachowaniem kryje się całe bogactwo różnorodnych praktyk i zwyczajów: np. „oglądanie” programów na zasadzie „tła” podczas wykonywania innych czynności. *Znaczy może są tacy ludzie, którym faktycznie telewizja tak jakoś tam pomaga. Dla mnie jest właściwie chyba bardziej takim narzędziem, które pracuje w tle i działa po części jako radio plus mam świadomość tego, że jest jakaś wizja, na którą mogę na chwilę rzucić okiem. Ale jest to właściwie program... telewizor istnieje zawsze w tle gdzieś, tak? To znaczy nigdy nie jest tak, że siedzę i oglądam telewizję po prostu (młody mężczyzna, zawodowo związany z kulturą).* Notabene z tego względu w badaniu ilościowym zadawano pytania także o sposób oglądania telewizji i zakres jej obecności w życiu codziennym (o czym dalej).

Rozwój nowych technologii komunikowania zmienia samą naturę telewizji. Cyfryzacja mediów sprzyja ich konwergencji, przenikaniu się, przez co „klasyczny” kontakt z odbiornikiem coraz częściej zastępowany jest przez kontakt z komputerem (np. dzięki takim usługom jak VOD, telewizja internetowa, przekaz w tzw. streamingu, możliwość pobierania programów: seriali, filmów itp.): **M: Jak już Pani wspomniała na początku, mówiła Pani, że nie ogląda telewizji, tak?** *R: Bądź też okazjonalnie, raz na jakiś, naprawdę na, na bardzo rzadko.* **M: Z czego to wynika?** *R: Wynika to z tego, że uważam, że telewizja bardzo pochłania wolny czas i chociaż nie mamy zamiaru oglądania konkretnego programu, to i tak zdarzy się tak, że łądujemy przed telewizorem, jeżeli on jest włączony. I można być w jakiś taki konkretny sposób tak troszkę oglupionym. Wolę na przykład znaleźć jakiś program telewizyjny w Internecie i obejrzeć konkretny program, tylko ten, który mnie interesuje i o danej godzinie, kiedy mam też na to czas (młoda kobieta kończąca studia, grupa C).* Jedną z zalet Internetu jest możliwość personalizacji, dostosowania przekazu do indywidualnych potrzeb i możliwości czasowych. Jednakże, jak zauważa inny rozmówca, siłą telewizji jest właśnie pozbawienie widza wysiłku związanego z poszukiwaniem oferty czy nawet artykulacją własnych preferencji: *To znaczy jeden aspekt telewizji, którego nigdy Internet czy tv cyfrowa na żądanie tego nie zastąpią, to jest to, że*

ktos decyduje za mnie, co oglądam, co sobie „leci” (młody mężczyzna, grupa B). Nie każdy ma chęć i zdolności, aby określić, co i kiedy chce oglądać.

Mimo poczynionych zastrzeżeń należy uznać, iż stosunek do telewizji pozostaje istotnym wyznacznikiem społecznych różnicowań i nierówności, na co wskazują wyniki analizy regresji (tabela 1). Jej celem było ukazanie zależności między ilością oglądanej telewizji (zmienna „zależna”) a wybranymi zmiennymi strukturalnymi i demograficznymi (predyktorami).

TABELA 1. Oglądanie telewizji a wybrane zmienne „niezależne” (wyniki analizy regresji hierarchicznej)

Zmienne	Model I		Model II	
	Beta	t	Beta	t
(Stała)		7,997		4,415
Wiek	0,283***	5,524	0,222***	4,157
Wykształcenie	-0,252***	-4,564	-0,199***	-3,630
Wyposażenie gospodarstwa domowego (zamożność)	0,180**	3,480	0,173**	3,419
Częstotliwość spotkań towarzyskich z rodziną	-	-	0,173***	3,566
Częstotliwość spotkań towarzyskich poza domem	-	-	-0,113*	-2,200
Kapitał społeczny (dostępny)	-	-	-0,211***	-4,064
Skorygowane R ²	0,177		0,237	

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Źródło: opracowanie własne.

W pierwszym modelu uwzględniono następujące czynniki: wiek, wykształcenie oraz wyposażenie gospodarstwa domowego w 11 dóbr trwałego użytku², będące przybliżoną miarą zamożności gospodarstwa. Model ten okazał się dobrze dopasowany do danych: $F(3,358) = 26,948$; $p < 0,001$ i wyjaśniał łącznie 17,7% wariacji zmiennej zależnej³. Dodanie w drugim kroku regresji (model II) czynników opisujących społeczne sieci i kapitał, w istotny sposób poprawiło jakość przewidywania ilości czasu spędzanego przed telewizorem ($\Delta F(3, 355) = 10,363$; $p < 0,001$), dowodząc tym samym, iż kontakty społeczne

² Uwzględniono m. in. takie dobra, jak: zmywarka do naczyń, komputer przenośny (laptop, notebook), odtwarzacz DVD, telefon komórkowy o wartości powyżej 300 zł itp.

³ Z uwagi na niereprezentatywny dobór próby, przedstawione poziomy istotności pełnią wyłącznie funkcję informacyjną, tj. wskazują na możliwe zależności o nieprzypadkowym charakterze.

mają znaczenie w wyjaśnianiu praktyk odbiorczych. Spoglądając na standaryzowane współczynniki regresji, możemy wskazać, iż to wiek najsilniej oddziaływał na ilość oglądanej telewizji ($\beta = 0,222$; $p < 0,001$). Im starsza osoba, tym przeważnie więcej telewizji oglądała. Więcej niż 3 godziny dziennie telewizję oglądało 27,9% respondentów w grupie wiekowej powyżej 55 lat oraz 6% w grupie 18–25 lat. Warto zwrócić uwagę, że wpływ wieku utrzymywał się niezależnie od wielkości kapitału społecznego, co wyklucza interpretację, iż za wzmożoną ekspozycją na telewizję stoją jedynie deficyty w zakresie kontaktów społecznych (np. osamotnienie) u osób starszych. Prawdopodobnie w grę wchodzi także przyzwyczajenia, dostępność wolnego czasu, brak alternatywnej oferty spędzania czasu poza domem. Na negatywny związek między kapitałem społecznym a oglądaniem telewizji wskazywały już wcześniejsze badania [np. Putnam 2008: 363–409; van Ingen 2008; van Ingen, van Eijck 2009]. W analizowanym modelu większy zasób tego kapitału (określanego tutaj jako kapitał „dostępny”⁴) i większa częstotliwość spotkań towarzyskich poza domem⁵, zmniejszały czas spędzany przed odbiornikiem (odpowiednio $\beta = -0,211$; $p < 0,001$ i $\beta = -0,113$; $p < 0,05$). Z drugiej strony nie jest znana zależność kierunkowa między rozpatrywanymi wielkościami. Zarówno społeczna izolacja może skłaniać do intensywniejszego korzystania z medium (jako „wypełniacza” czasu wolnego i substytutu więzi społecznych), jak i „uzależnienie” od telewizji wpływać na ograniczenie uczestnictwa w sieciach społecznych (poprzez np. zmniejszanie puli wolnego czasu, wywieranie skutków psychologicznych, które przeciwdziałają partycypacji społecznej czy też eksponowanie treści, które podkopują motywację prospołeczną – np. kreowanie atmosfery nieufności) [Putnam 2008: 395–362]. Co ważne, różne typy kontaktów mogą mieć przeciwny wpływ na wielkość kapitału społecznego. Z tabeli 1 wynika, iż spotkania z rodziną⁶ pozytywnie korelują z ilością oglądanej

⁴ Kapitał społeczny (dostępny) powstał jako syntetyczna zmienna odpowiedzi na pytanie: „Czy i na pomoc ilu osób mógłby/mogłaby P. liczyć, gdyby zaistniała opisana niżej sytuacja?”. Przedstawione sytuacje to m.in. poszukiwanie pracy, potrzeba pożyczania znacznej sumy pieniędzy. Odpowiedzi badanych poddano analizie głównych składowych (KMO = 0,785, rotacja Varimax), uzyskując rozwiązanie jednoczynnikowe, wyjaśniające 61,3% wariancji 4 zmiennych wejściowych. Analiza rzetelności metodą α Cronbacha wykazała wysoką rzetelność skali (0,788). Skonstruowana zmienna wskazywał więc na dostępność pewnych świadczeń społecznych dzięki posiadaniu sieci kontaktów.

⁵ Badani odpowiadali, jak często spotykają się w celach towarzyskich z rodziną czy też znajomymi poza domem: w pubach, restauracjach, klubach itp. Odpowiedzi były udzielane na skali od 5 – „bardzo często” do 1 – „nigdy”.

⁶ Badani odpowiadali, jak często spotykają się w celach towarzyskich z rodziną, mając do wyboru odpowiedzi na skali od 6 – „raz w tygodniu lub częściej” do 1 – „rzadziej niż raz na rok”.

telewizji. Być może oglądanie tego medium ma charakter rodzinny, jak wskazuje wypowiedź jednego z badanych: *No i też często oglądam telewizję wtedy kiedy jestem w domu, z rodziną, bardziej tak towarzysko niż, niż dla samego oglądania telewizji* (młoda kobieta, grupa C). Z drugiej strony, jak sugerowały inne analizy, to osoby spoza rodziny są źródłem bardziej zróżnicowanych zasobów i informacji niż osoby z najbliższego kręgu społecznego, przez co kontakt z nimi wiąże się z uczestnictwem w większej liczbie bardziej różnorodnych form aktywności. Współczynnik korelacji między liczbą przyjaciół spoza rodziny a ilością oglądanej telewizji wyniósł: $\rho = -0,210$ ($p < 0,001$), podczas gdy wpływ liczby przyjaciół z rodziny był nieistotny statystycznie. Potwierdzałoby to hipotezę, według której aktywność w czasie wolnym (którego przeciwieństwem jest oglądanie telewizji) jest w większej mierze dodatnią funkcją tworzącą w większym stopniu więzi pozarodzinne niż rodzinne.

Zgodnie z przypuszczeniami i wynikami innych badań [Diagnoza Społeczna 2011: 260–261], wzrost wykształcenia powoduje zmniejszenie ilości czasu spędzanego przed telewizorem ($\beta = -0,199$; $p < 0,001$). Wyższe wykształcenie stymuluje rozwój potrzeb kulturalnych i zainteresowań, co w połączeniu z większą znajomością form kultury sprzyja intensywniejszemu uczestnictwu w innych niż domowe formach rozrywki. Na uwagę zasługuje fakt, iż zamożność gospodarstwa domowego (mierzona stanem posiadania) sprzyjała oglądaniu telewizji ($\beta = 0,173$; $p < 0,01$), zaś sam dochód – nie ($\rho = -0,163$; $p < 0,01$). Być może przyjęta miara bogactwa w większym stopniu definiowała skłonność ludzi do otaczania się dobrami materialnymi świadczącymi o komforcie życia domowego (lepszy telewizor, zmywarka, dobrej klasy samochód itp.), natomiast dochód pozostawiał swobodę wyboru w zakresie kulturalnych aspiracji.

SPOSOBY UŻYTKOWANIA TELEWIZJI

Oglądanie telewizji jest czynnością złożoną i wieloaspektową, stąd w badaniu podjęto próbę uchwycenia różnych aspektów czy sposobów „odbioru” telewizji. Zgromadzone dane pozwoliły na wyodrębnienie 3 typów konsumentów mediów, zgodnie z przejawianymi przez nich nawykami i przyzwyczajeniami (tabela 2)⁷.

⁷ Dane o nawykach odbiorczych mierzono na skalach 5-punktowych (od 5 – „zdecydowanie tak” do 1 – „zdecydowanie nie”). Dla wyodrębnienia segmentów wykorzystano metodę analizy skupień (k – średnich). Rozwiązanie dla trzech grup uzyskano po 6 iteracjach.

TABELA 2. Typy odbiorców TV według rodzaju praktyk (% zsumowanych odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”)

Rodzaje praktyk	Typy odbiorców TV			Ogółem
	Uzależnieni	Umiarkowani	Przypadkowi	
Często oglądam to, co akurat „leci” w TV	28,0% (33)	20,5% (16)	84,5% (98)	47,1% (147)
Planuję, co będę oglądał(a) w TV	78,0% (92)	52,5% (41)	0,9% (1)	42,9% (134)
Przeważnie oglądam TV razem z rodziną	48,3% (57)	37,2% (29)	44,0% (51)	43,9% (137)
Oglądam codziennie mniej więcej te same programy, telewizja wyznacza mój rytm dnia	42,4% (50)	0,0% (0)	16,4% (19)	22,1% (69)
Często wykonuję różne czynności, gdy jest włączony odbiornik telewizyjny	70,3% (83)	1,3% (1)	82,8% (96)	57,7% (180)
Liczebność segmentu	118	78	116	312

Źródło: opracowanie własne.

Najliczniejszy segment badanych stanowili „uzależnieni od telewizji” (37,8% badanych), którzy w porównaniu do pozostałych typów wyróżniali się planowaniem tego, co będą oglądać (78%). Częściej także telewizja wyznaczała ich rytm dnia, dostarczając stałych punktów porządkujących i organizujących życie codzienne (42,4%). Dla niektórych osób telewizja pełniła funkcję swego „towarzysza” życia, zaspokajając nie tylko potrzeby informacji, rozrywki, ale także afiliacji i kontaktów: *M: A czy oglądanie telewizji jest związane z Pani rytmem dnia? To znaczy, czy ogląda Pani telewizję o określonych porach? R: Tak, rano jak wstaję to włączam, ale to chodzę się myję, kawkę przy telewizorku, ale to takie podglądanie tylko. No już tak dla... Jak w dzień jestem, bywa że nie idę do pracy, to telewizor bywa włączony, ja chodzę coś robię to też podglądam. A wieczorem już siadam przed telewizorem i oglądam* (kobieta, grupa C).

Choć konsumenci „przypadkowi” (37,2%) również wykazywali cechy miłośników telewizji, to jednak w ich przypadku medium to pełniło głównie rolę tła dźwiękowego dla wykonywanych czynności (82,8%). Jednocześnie 84,5% badanych z tego segmentu deklarowało, w odróżnieniu od przedstawicieli grupy „uzależnionych”, iż telewizję ogląda nieselektywnie (to, co akurat jest nadawane), nie planując oglądania konkretnych programów. Widzimy więc, iż „przypadkowych” od „uzależnionych” różnił mniej zdyscyplinowany i celowy charakter odbioru. Bardziej niż na oglądaniu konkretnych programów zależało

im na zapewnieniu sobie towarzystwa. Cechą wspólną było natomiast oglądanie telewizji razem z rodziną, co można interpretować w kategoriach rytuału: symbolicznego podtrzymywania wspólnoty poprzez wspólne uczestnictwo. Telewizja może więc pełnić różne funkcje, zarówno substytuowania kontaktów, jak i integrowania grupy.

Najmniej liczny segment stanowili „umiarkowani” (25%), którzy nie wykorzystywali telewizji jako kontekstu dla innych czynności, ani też nie oglądali tego, co akurat było nadawane. W ich przypadku telewizja zdecydowanie nie pełniła funkcji strukturalizowania codzienności i relatywnie rzadziej była „zwornikiem” życia rodzinnego (37,2%).

Za trafnością przyjętej klasyfikacji przemawia fakt, iż wyróżnione grupy istotnie różniły się pod względem ilości czasu spędzanego przed odbiornikiem ($\text{Eta} = 0,384$). „Uzależnieni” oglądali zdecydowanie najwięcej telewizji, a „umiarkowani” najmniej.

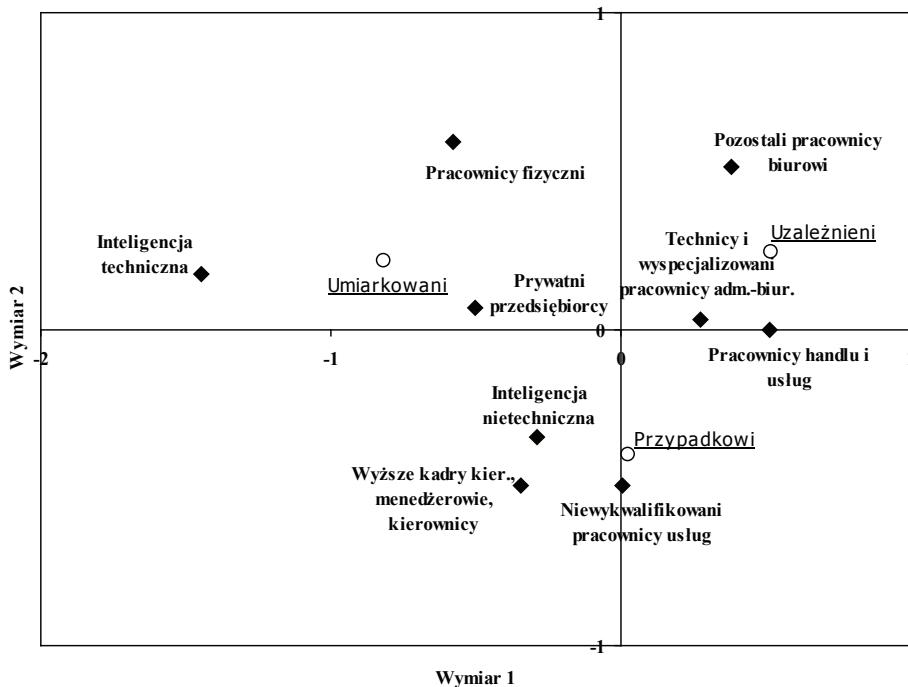
Uzasadnione staje się pytanie, czy odmiennym typom recepcji odpowiada inne położenie społeczne badanych? W badaniach brytyjskich [Warde, Bennett 2008] wskazywano, iż górnym warstwom społecznym bliższy jest celowy i selektywny, tj. ukierunkowany na wybrane programy, typ odbioru („oglądanie poprzez telewizję”), podczas gdy niższe warstwy preferowały „spędzanie czasu przed telewizorem”. Zbliżony obraz wyłania się z analiz własnych. Otóż częstsze oglądanie tego, co akurat jest emitowane, deklarowali przedstawiciele kategorii C, w przeciwieństwie do reprezentantów segmentu A ($\text{Eta} = 0,213$). Dla tej pierwszej grupy bardziej typowe było także „życie z telewizorem” – tj. sytuacja, w której oglądane programy wyznaczały rytm dnia, stanowiły punkty strukturalizujące życie codzienne ($\text{Eta} = 0,323$). Widzimy więc, iż nawykowość, nieselektywność i rytualizm w obcowaniu z mediami w większej mierze opisywało jednostki z dolnych rejonów przestrzeni społecznej. Bardziej złożony obraz zależności między pozycją społeczną a typem odbioru przedstawia wykres analizy korespondencji (rys. 2). Bliskość punktów reprezentujących segmenty odbiorców i grupy społeczno- zawodowe informuje o stopniu współwystępowania (korespondencji) zmiennych⁸.

Wyższe kadry kierownicze wraz z menedżerami, inteligencja nietechniczna oraz niewykwalifikowani pracownicy usług częściej niż pozostałe kategorie przejawiali przypadkowy typ odbioru (ponad 40% osób z każdej z tych grup). Natomiast najwyższy odsetek „umiarkowanych” odnotowano wśród inteligencji

⁸ Pierwszy wymiar na wykresie wyjaśniał 89,5% bezwładności, a drugi 10,5%.

technicznej (55,6%), pracowników fizycznych (40%) oraz prywatnych przedsiębiorców (35,7%).

RYSUNEK 2. Kategorie społeczno-zawodowe a typy odbiorców telewizji – analiza korespondencji (normalizacja symetryczna).



Źródło: opracowanie własne.

Największe przywiązanie do telewizji przejawiali pozostali pracownicy biurowi (50% „uzależnionych”), pracownicy handlu i usług (47,8%) oraz technicy i wyspecjalizowani pracownicy administracyjno-biurowi (43,5%). Choć dane potwierdzają zbieżność między położeniem społecznym a typem odbioru, to jednocześnie związek ten nie zawsze był jednoznaczny. Np. typ umiarkowany spotykany był zarówno wśród wyżej sytuowanych na drabinie stratyfikacyjnej przedsiębiorców, jak i wśród niżej sytuowanych pracowników fizycznych. Zgodnie z badaniami brytyjskimi, spędzanie czasu przed telewizorem powinno w największej mierze charakteryzować „niższe” warstwy społeczne, co potwierdziło się tylko częściowo, w odniesieniu do pracowników handlu i usług

(nie dotyczyło natomiast pracowników fizycznych czy niewykwalifikowanych). To raczej wśród osób zajmujących średnie pozycje społeczne spotkać można wysoki stopień uzależnienia od telewizji.

Niemniej jednak, jeśli weźmiemy pod uwagę podział na trzy kategorie „klasowe”, to okazuje się, iż największy odsetek „umiarkowanych” sytuuje się w grupie osób zajmujących najwyższe pozycje społeczne (A: 35,9% wobec 18,7% w grupie B i 22,7% w grupie C), podczas gdy relatywnie najwięcej „uzależnionych” jest w grupach B (44,7%) i C (43,3%) wobec 22,8% w grupie A. Na nieco niższy status społeczny „uzależnionych” wskazują także zmienne dochodu i wykształcenia. Wśród tego segmentu badanych odnotowano największy udział osób z wykształceniem mniej niż średnim (15,3% wobec 5–8%) i średnim (22,9% wobec 15–17%) oraz o dochodzie *per capita* poniżej 1000 zł (22% wobec 10% w pozostałych segmentach). Ponadto potwierdzono wcześniej sformułowaną zależność, że im większy kapitał społeczny, tym mniejsze przywiązanie do telewizji. To wśród „uzależnionych” najwięcej było osób nieaktywnych towarzysko w domu i poza domem (29,7% wobec 14% w pozostałych grupach). Także kategorie wiekowe różniły się pod względem typu recepcji medialnej. Młodszy (18–25 lat) byli raczej umiarkowanymi odbiorcami przekazów, natomiast starsi (46 lat i więcej) – zaangażowanymi. Podobny układ zależności dotyczył mężczyzn i kobiet. To raczej kobiety są bardziej przywiązane do telewizji (42,4% wobec 29,2%), podczas gdy mężczyznom bliższy jest umiarkowany typ kontaktu (32% wobec 21%).

WYBÓR PROGRAMÓW I GATUNKÓW

Nie tylko sam rodzaj relacji z mediami ale także typ percypowanych treści może charakteryzować ludzi odmiennie ulokowanych w przestrzeni społecznej. W badaniu poproszono respondentów o wskazanie z listy programów telewizyjnych tych, które zdarzało im się oglądać. Rezultaty tego testu ujawniły odmienną preferencję kulturowych trzech głównych kategorii „klasowych” (tabela 3).

Zauważmy, że choć programy informacyjne cieszyły się największą popularnością, to jednocześnie każdy z nich miał nieco inny profil widowni. „Teleexpress” częściej przyciągał widzów z kategorii C (60,8%) niż z kategorii A (54,3%), podczas gdy „Fakty TVN” interesowały bardziej osoby zajmujące najwyższe pozycje zawodowe (66,3%) niż przedstawiciele „najniższego segmentu” (42,3%). Być może dynamiczna i nowoczesna formuła tego programu (wzorowana na mediach zachodnich) jak i rodzaj przekazywanych treści bardziej odpowiadały reprezentantom rodzącej się klasy średniej, białym kołnierzykom o raczej liberalnym nastawieniu do rzeczywistości (zarówno pod względem gospodarczym

jak i obyczajowym). W ten sam sposób tłumaczyć można większe upodobanie do programu Tomasza Lisa widoczne wśród inteligencji, menedżerów czy prywatnych przedsiębiorców (21,7%).

Gust przedstawicieli kategorii C zdradzał ich zainteresowanie tematami obyczajowymi, emocjonalnymi, historiami zwykłych ludzi, dramatycznymi losami bohaterów, stąd wybór serialu „M jak miłość” (29,9%), talk show „Rozmowy w toku” (23,7%), czy programu interwencyjnego „Uwaga!” (15,5%).

TABELA 3. Kategorie „klasowe” a gust telewizyjny (% w kolumnach)

Tytuł programu	Kategoria „klasowa”			Ogółem
	Kategoria A	Kategoria B	Kategoria C	
„Teleexpress”	54,3% (50)	55,2% (69)	60,8% (59)	56,7% (178)
„Tomasz Lis na żywo”	21,7% (20)	11,2% (14)	7,2% (7)	13,1% (41)
Mecz piłki nożnej	39,1% (36)	16,8% (21)	19,6% (19)	24,2% (76)
„M jak miłość”	3,3% (3)	20,8% (26)	29,9% (29)	18,5% (58)
„Kuba Wojewódzki”	33,7% (31)	30,4% (38)	23,7% (23)	29,3% (92)
„Jeden z dziesięciu”	17,4% (16)	24,8% (31)	9,3% (9)	17,8% (56)
„Rodzinka.pl”	8,7% (8)	17,6% (22)	19,6% (19)	15,6% (49)
„Świat według Kiepskich”	3,3% (3)	4,8% (6)	10,3% (10)	6,1% (19)
„Top Gear”	13,0% (12)	6,4% (8)	2,1% (2)	7,0% (22)
„Uwaga!”	7,6% (7)	13,6% (17)	15,5% (15)	12,4% (39)
„Mam talent”	19,6% (18)	22,4% (28)	17,5% (17)	20,1% (63)
„Rozmowy w toku”	4,3% (4)	9,6% (12)	23,7% (23)	12,4% (39)
„CSI. Kryminalne zagadki...”	10,9% (10)	17,6% (22)	13,4% (13)	14,3% (45)
„Galileo”	16,3% (15)	19,2% (24)	14,4% (14)	16,9% (53)
„Fakty TVN”	66,3% (61)	52,0% (65)	42,3% (41)	53,2% (167)
„Jaka to melodia?”	9,8% (9)	12,8% (16)	14,4% (14)	12,4% (39)
Liczebność	92	125	97	314

Źródło: opracowanie własne.

Reprezentanci kategorii B, częściej niż pozostali, wybierali programy zdradzające ich ambicję i „dobrą wolę kulturową” [por. Bourdieu 2005]: teleturniej „Jeden z dziesięciu” (24,8%) oraz program edukacyjno-rozrywkowy „Galileo” (19,2%). Ten ostatni program jest przykładem specyficznego połączenia poważnych treści z lekką formułą przekazu.

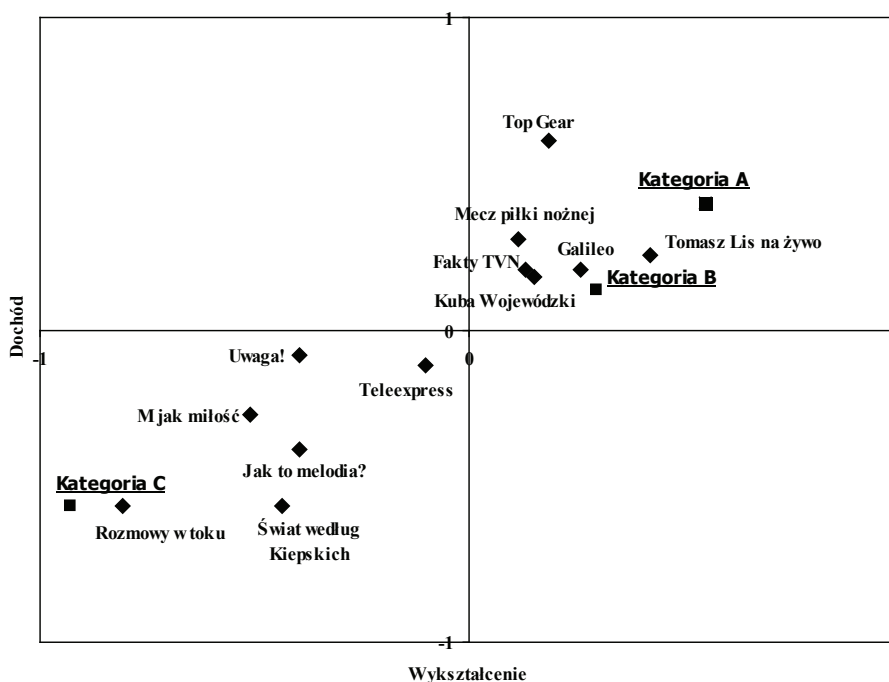
Z programów rozrywkowych największym relatywnie powodzeniem wśród kategorii A cieszyły się programy: „Kuba Wojewódzki” wybierany przez 33,7% respondentów oraz „Top Gear” (13%), wskazujące na upodobanie do wyrazistych osobowości telewizyjnych i nietuzinkowych opinii. W tym względzie wybór programu „Jaka to melodia?” przez 14,4% reprezentantów kategorii C był raczej wskaźnikiem gustu popularnego – preferencji dla melodii znanych, lekkich i przyjemnych dla ucha.

Warto nadmienić, iż nie wszystkie programy różnicowały badanych odmiennie ulokowanych w strukturze społecznej. Takie tytuły jak „Dr House”, „Mam talent” czy „Ranczo” cieszyły się podobnym uznaniem we wszystkich segmentach społecznych (co niewątpliwie było źródłem ich sukcesu) (odpowiednio 22%, 20% oraz 15,6%). Ale nawet fakt oglądania podobnych treści nie musi oznaczać, iż są one tak samo odbierane. Wypowiedź jednej z respondentek na temat serialu „Dr House” sugeruje, jak różne mogą być motywy oglądania: *„Dr House’a” oglądałam ze względu na, nie tylko na jego poczucie humoru, ale na daleko idącą logikę wypowiedzi, której ja nie łapię i wymaga to ode mnie naprawdę dużego wysiłku żeby zrozumieć o czym oni rozmawiają, także bardzo się angażowałam w te odcinki* (kobieta, specjalistka z grupy A). W wypowiedzi tej dostrzegamy skłonność do traktowania serialu jako rodzaju intelektualnej gry. Okazuje się więc, iż nawet czysta rozrywka może być pretekstem do rozwoju osobistych zdolności i umiejętności. Prawdopodobnie mamy tu do czynienia z bardziej ogólnym nastawieniem utylitarnym wobec kultury i czasu wolnego, tj. traktowaniem ich jako okazji do uczenia się nowych rzeczy, samorealizacji czy gromadzenia potencjalnie przydatnych informacji [por. Holt 1998]: **M: Czy może są jakieś programy telewizyjne, które Panią interesują, które czasem zdarza się Pani obejrzeć?** *R: Hmm tak, to są związane z domem, związane z budownictwem, z wzornictwem... takie designerskie – to takie oglądam.* **M: I to wynika jakoś z Pani zainteresowań, tak? Dlaczego pani akurat takie programy lubi?** *R: Zawsze czegoś nowego się mogę dowiedzieć, zawsze coś tam przemycę, co będę mogła wykorzystać u siebie. I to się tak jakoś wdzięcznie ogląda. Nie lubię żadnych jakichś takich telenowel, seriali, czy jakichś programów rozrywkowych, a właśnie takich gdzie coś jest związane ze społeczeństwem, gdzie coś budują albo coś odkrywają, jakieś takie rzeczy dokumentalne – to jak najbardziej* (kobieta, grupa A).

Pewne dane wskazują, iż to osoby lepiej wykształcone (o wyższym kapitale kulturowym) przejawiają bardziej zdystansowany stosunek do przekazów medialnych (np. częściej uświadamiają sobie konwencjonalny i umowny charakter mediów).

Wybór programów telewizyjnych związany był z cechami stratyfikacyjnymi ludzi, co obrazuje mapa percepcji (rys. 3). Odległość punktów reprezentujących audycje telewizyjne informuje o stopniu, w jakim ich oglądanie zależało od cech społecznych badanych⁹. Można zauważyć, iż na przeciwstawnych pozycjach lokują się takie tytuły jak „Rozmowy w toku”, „Świat według Kiepskich”, „Jaka to melodia?” czy „M jak miłość” (wyróżniające gust reprezentantów kategorii C) oraz „Top Gear”, „Tomasz Lis na żywo” czy choćby mecz piłki nożnej, bliższe osobom o ponadprzeciętnych wartościach kapitału ekonomicznego i kulturowego (kategoria A) oraz mężczyznom.

RYSUNEK 3. Przestrzeń społeczna a gust telewizyjny (wybór programów TV w zależności od wykształcenia i dochodu).



Źródło: opracowanie własne.

Położenie „Teleexpressu” blisko środka układu wskazuje natomiast na dużą popularność tego programu we wszystkich badanych segmentach. Jednocześnie

⁹ Wykształcenie i dochód na mapie przedstawiono w formie wystandaryzowanej (gdzie wartość „0” oznacza średnią wartość cechy, a „1” – odchylenie standardowe). Punkty na mapie wyznaczono przy pomocy średnich wartości w obu wymiarach mapy.

preferencje telewizyjne uzależnione były od struktury kapitału, o czym świadczy fakt, iż wybór magazynu motoryzacyjnego „Top Gear” w większym stopniu wiązał się z dochodem ($\eta^2 = 0,161$), a programu publicystycznego Tomasza Lisa z wykształceniem ($\eta^2 = 0,171$).

Bogactwo i zróżnicowana zawartość mediów stanowią repertuar, który może być odmiennie wykorzystywany przez jednostki w zależności od ich sytuacji psychologicznej i społecznej [Mrozowski 1987]. Jeśli uznać typy oglądanych programów za przybliżenie motywów wykorzystania mediów (np. motywy poznawcze, związane z redukcją napięć, statusowe, integracyjno – tożsamościowe, socjalizacyjne itp.), to możliwe jest określenie, czy osobom odmiennie ułożonym w strukturze społecznej odpowiada inna struktura poszukiwanych korzyści i gratyfikacji. W badaniach nad społeczeństwem hiszpańskim [López-Sintas, García-Álvarez 2006] zaobserwowano, iż osoby „uzależnione” od telewizji (a wywodzące się z klasy niższej) przejawiały silną orientację na towarzystwo, stąd wybór oper mydlanych, sitcomów, reality shows, magazynów obyczajowych itp., podczas gdy np. fani filmu (klasa służby) łączyli potrzeby kulturalno – statusowe (muzyka klasyczna, balet, teatr, audycje literackie itp.) z nastawieniem na redukcję napięć (filmy i seriale dramatyczne). Dla osób o niższym statusie telewizja pełniła funkcje kompensacyjne w zakresie wiedzy, towarzystwa i społecznej integracji.

Dla zobrazowania preferencji i orientacji telewizyjnych badanych wrocławian poproszono o określenie na 5-punktowej skali jak chętnie lub niechętnie oglądają każdy z 19 wymienionych rodzajów programu (np. serwisy informacyjne, filmy, programy przyrodnicze, dokumenty, teatr, *talk show* itp.). Uzyskane odpowiedzi poddano następnie analizie głównych składowych, otrzymując rozwiązanie z 6 czynnikami stanowiącymi podstawę typologii¹⁰.

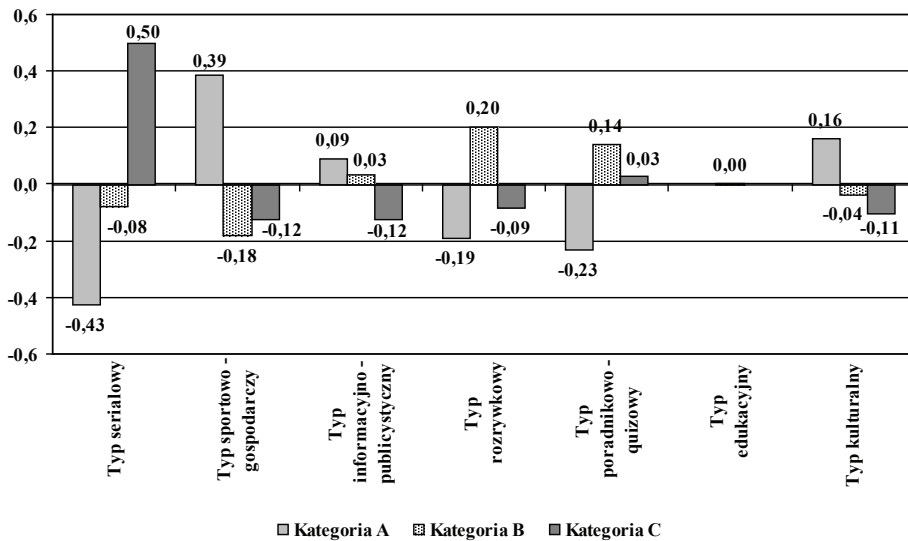
Typ pierwszy, określony jako „**serialowy**” wyjaśniał największy procent wariancji pierwotnego zbioru danych (19,7%) i obejmował następujące rodzaje zmiennych: seriale komediowe (tzw. *sitcomy*), inne seriale – np. sensacyjne, obyczajowe (tzw. dramatyczne), telenowele oraz filmy. **Typ sportowo – gospodarczy** łączył upodobanie do sportu (relacje sportowe) i motoryzacji z zainteresowaniem doniesieniami gospodarczymi i giełdą, natomiast **typ informacyjno – publicystyczny** skupiał miłośników dzienników i serwisów informacyjnych, prognozy pogody oraz publicystyki (debat i dyskusji politycznych). Motyw rekreacji leżał u podstaw **typu rozrywkowego**, zawierającego takie programy jak: muzyka

¹⁰ Współczynnik KMO = 0,689. Rotacja Varimax. Wielkość wyjaśnionej wariancji: 64,2% (1. czynnik = 19,7%, 2. czynnik = 14,4%, 3. czynnik = 9,6%, 4. czynnik = 7,6%, 5. czynnik = 6,8%, 6. czynnik = 6,1%).

i teledyski, programy satyryczne i kabarety, rozmowy i *talk show* oraz widowiska rozrywkowe z gatunku *talent show*. Preferencje dla teleturniejów, quizów i gier z jednej strony oraz programów kulinarnych, poświęconych aranżacji domu i pielęgnacji ogrodu z drugiej strony, utworzyły **typ poradnikowo – quizowy**. Natomiast zainteresowanie programami podróżniczymi i przyrodniczymi oraz dokumentem, reportażem i historią były wskaźnikiem **typu edukacyjnego**. Osobno potraktowano widzów teatru TV (odbiorców kultury wysokoartystycznej), tworząc **typ kulturalny**. Choć omawiana zmienna nie tworzyła w analizie odrębnego syndromu, zdecydowano się uwzględnić ją w dalszych badaniach ze względu na potencjalne właściwości dyskryminacyjne i symboliczne [Domański 2000: 151].

Odpowiedzi na pytanie, czy wybór określonych typów programów telewizyjnych uzależniony jest od przynależności do podstawowych kategorii społecznych, dostarcza rys. 4. Przedstawia on średnie wartości wag informujących, jak dalece dany typ telewizyjny odbiega od średniej dla całego zbioru danych w ramach poszczególnych kategorii „klasowych” (A, B i C)¹¹.

RYSUNEK 4. Kategorie „klasowe” a typy oglądanych programów telewizyjnych (wartości średnie standaryzowane).



Źródło: opracowanie własne.

¹¹ Wartość „0” oznacza średnią wartość cechy a „1” – odchylenie standardowe.

Największe rozbieżności międzygrupowe dotyczyły typu serialowego (Eta = 0,363). Przedstawiciele kategorii A wykazywali najsłabsze zainteresowanie serialami (średnio o 0,43 odchylenia standardowego poniżej wartości przeciętnej), natomiast reprezentanci segmentu C – najwyższe (0,50). Stosunek do seriali, zwłaszcza obyczajowych czy wieloodcinkowych (telenowel) pełnił wyraźne funkcje dystynktywne i tożsamościowe. Reprezentanci wyższych kategorii zawodowych wyraźnie zaznaczali swój dystans do tej formy uczestnictwa w kulturze, będącej implicite elementem kultury „nieprawomocnej”.

Elementem wyróżniającym jednostki z górnych pięt uwarstwienia było także upodobanie dla sportu, motoryzacji i informacji gospodarczych, mające znamiona stylu *yuppie* (połączenia rozrywki z nastawieniem utylitarnym i biznesowym) [Domański 2000: 136–137]. Jednocześnie typ sportowo – gospodarczy nie był stylem bliskim przedstawicielom kategorii B i C, na co wskazują ujemne wartości zmiennej.

Umiarkowany potencjał dyskryminacyjny miały natomiast typy: rozrywkowy (Eta = 0,172) oraz poradnikowo – quizowy (Eta = 0,153), które najbardziej odpowiadały osobom zajmującym „średnie” pozycje społeczne (grupa B). Warto zauważyć, iż typ edukacyjny zupełnie nie różnicował badanych wywodzących się z trzech kategorii społecznych (stał wartości bliskie zeru).

Bardziej szczegółowych danych dostarcza tabela 4. Na jej podstawie możemy określić, jaki „styl” telewizyjny przejawiają poszczególne kategorie społeczno – zawodowe.

Okazuje się, iż szczegółowy schemat struktury społecznej jeszcze lepiej wyjaśnia różnorodność korzyści i gratyfikacji, jakie dostarczają media, niż podział 3-stopniowy. Największe dystanse społeczne kreował typ serialowy (Eta = 0,423). W pewnym uproszczeniu można powiedzieć, że im wyższa pozycja w hierarchii społeczno – zawodowej tym silniejsze odrzucenie seriali, łączących się w świadomości społecznej z niezbyt wyszukany gustem. Zarazem traktowanie seriali *en block* stanowi pewne uproszczenie, jako że konkretne tytuły i typy seriali mogą odpowiadać zapotrzebowaniu różnych grup społecznych. Już samo zestawienie profilu społecznego miłośników serialu „M jak miłość” i „Dr House” zdradza istotne różnice. Pierwszy serial częściej oglądały kobiety, reprezentantki kategorii B i C, w wieku powyżej 46 lat z wykształceniem średnim i niższym, natomiast widzami drugiego częściej były osoby młodsze, z wykształceniem wyższym i względnie lepiej zarabiające (choć wywodzące się z różnych kategorii „klasowych”).

TABELA 4. Kategorie społeczno – zawodowe a typy oglądanych programów (wartości średnie standaryzowane wyrażone w % odchylenia standardowego)

Kategorie społeczno – zawodowe	Typ serialowy	Typ sportowo – gospodarczy	Typ informacyjno – publicystyczny	Typ rozrywkowy	Typ poradnikowo – quizowy	Typ edukacyjny	Typ kulturalny
Wyższe kadry kierownicze, menedżerowie, kierownicy	-28,7%	12,3%	30,4%	7,6%	-28,1%	-13,0%	19,1%
Prywatni przedsiębiorcy	-25,8%	60,6%	42,0%	-35,1%	-15,4%	47,1%	45,6%
Inteligencja techniczna	-63,9%	61,7%	-76,5%	-16,2%	-36,7%	-0,7%	-9,4%
Inteligencja nietechniczna	-58,4%	21,1%	33,1%	-28,5%	-4,9%	5,9%	26,7%
Technicy i wyspecjalizowani pracownicy adm. – biur.	-13,6%	-24,8%	-0,7%	9,1%	12,4%	6,4%	-4,3%
Pozostali pracownicy biurowi	-15,7%	14,5%	26,3%	59,1%	47,3%	-27,4%	9,1%
Pracownicy handlu i usług	58,7%	-21,8%	-9,2%	-14,5%	7,6%	3,4%	3,2%
Pracownicy fizyczni	47,1%	34,8%	-31,8%	33,8%	-35,8%	10,8%	-57,1%
Niewykwalifikowani pracownicy usług	58,0%	-37,9%	-25,4%	-63,8%	19,2%	-102,0%	-59,5%
Współczynnik Eta	0,423	0,298	0,281	0,259	0,223	0,223	0,242

Źródło: opracowanie własne.

Warto wskazać również na różne preferencje związane z programami telewizyjnymi, charakterystyczne dla różnych grup badanych, np. typ kulturalny, co może być nieco zaskakujące, najbardziej odpowiadał prywatnym przedsiębiorcom oraz zgodnie z przewidywaniami inteligencji nietechnicznej, natomiast zupełnie daleki był od preferencji pracowników fizycznych i niewykwalifikowanych pracowników usług. Również nastawienie na edukację w wyraźny sposób oddziało ludzi biznesu od niewykwalifikowanych pracowników zatrudnionych w usługach. Typ poradnikowo – quizowy oraz rozrywkowy najbliższy był pracownikom biurowym. Widzimy więc, iż wyższe warstwy społeczne rzadko kiedy poszukiwały w telewizji wartości hedonistycznych i zabawowych (za wyjątkiem sportu), częściej natomiast wartości artystycznych, informacji i publicystyki. Pewnym wyjątkiem od tej reguły był niski wskaźnik typu informacyjno – publicystycznego ($-76,5\%$) dla kategorii inteligencji technicznej. Widocznie zagadnienia ze sfery społecznej bardziej interesowały osoby z wykształceniem humanistycznym (np. inteligencję nietechniczną).

Obok zawodu także wykształcenie i dochód wpływały na typ przejawianych preferencji, choć w różnym stopniu w zależności od struktury kapitału. Np. wybór teatru telewizji znamionował raczej „intelektualną” frakcję „klasy dominującej”, tj. osoby o przewadze kapitału kulturowego nad ekonomicznym (współczynnik korelacji rho między wykształceniem a preferencją dla treści kulturalnych wyniósł 0,168; $p < 0,01$), podczas gdy zainteresowanie sportem, motoryzacją i gospodarką zależało w większym stopniu od dochodu ($\rho = 0,235$; $p < 0,001$) niż kwalifikacji ($\rho = 0,129$; $p < 0,05$). Ze szczególnie niskim statusem związany był typ serialowy. Im niższy kapitał ekonomiczny ($\rho = -0,257$; $p < 0,001$) i kulturowy ($\rho = -0,350$; $p < 0,001$), tym większe upodobanie do seriali telewizyjnych.

Porównanie trzech typów odbiorców telewizji, tj. „uzależnionych”, „umiarkowanych” i „przypadkowych” ujawniło, iż szczególnie silne przywiązanie do seriali, informacji i publicystyki oraz poradnictwa i quizów było udziałem reprezentantów grupy „uzależnionych”. Ilość oglądanej telewizji korelowała z oglądaniem seriali na poziomie $\rho = 0,328$ ($p < 0,001$), co należy uznać za wartość dość wysoką. Można domniemywać, iż w przypadku „uzależnionych” telewizja pełniła rolę substytutu kontaktów towarzyskich, wiedzy o świecie i poradnictwa.

Jeśli telewizja rzeczywiście rekompensuje deficyty powstałe w życiu społecznym, to szczególnym predyktorem orientacji telewizyjnych powinien być kapitał społeczny. Faktycznie, największymi miłośnikami seriali były osoby scharakteryzowane jako „nieaktywne towarzystwo” (tzn. rzadziej niż przeciętnie spotykające się z przyjaciółmi i z rodziną). W ich przypadku śledzenie losów bohaterów telewizyjnych mogło stwarzać namiastkę społecznego zakorzenienia i zaspokajać potrzeby interakcji i bliskości. Inaczej wykorzystywały media osoby intensywnie udzielające się społecznie. Dla nich oferta telewizyjna stanowiła głównie źródło rozrywki i zabawy, stąd preferencja dla muzyki, programów satyrycznych czy widowisk promujących talenty¹². Niewykluczone, iż towarzyskość łączy się z potrzebą dobrej zabawy i pozytywnych emocji a nawet, że wspólne oglądanie programów może działać integrująco na wspólnotę (nie zawsze więc większa ekspozycja medialna niszczy kapitał społeczny, jak sugerował R. Putnam). Konkludując, odbiór mediów i oczekiwanych korzyści wynikających z ich użytkowania pozostaje w istotnym związku z sytuacją społeczną badanych, wyznaczoną zarówno przez dostęp do zasobów ekonomicznych i kulturowych, jak i sieci społecznych.

¹² Zaobserwowano pozytywną korelację między „typem rozrywkowym” a częstotliwością spotkań z rodziną ($\rho = 0,172$; $p < 0,01$), z przyjaciółmi spoza rodziny ($\rho = 0,253$; $p < 0,001$) i liczbą przyjaciół spoza rodziny ($\rho = 0,154$; $p < 0,01$).

ZAKOŃCZENIE

Prowadzone rozważania wpisują się w ten nurt badań nad telewizją, który badacze L. Grindstaff i J. Turow [2006] określają mianem podejścia kulturowego. Jego wyróżnikiem jest zwrócenie uwagi na symboliczne i ekspresywne wymiary mediów (w tym na procesy „programowania”, strukturę i treść przekazów) oraz na praktyki ich użytkowania i interpretowania (receptji). Dotychczasowe badania sytuowały telewizję w obrębie kultury masowej lub „polisemicznej” kultury popularnej, czemu towarzyszyło, przyjmowane często *implicite*, założenie o słabnącej roli statusu i klasy społecznej w wyznaczaniu preferencji i praktyk odbiorczych. Wydaje się jednak, iż teza o końcu klas ogłoszona była przedwcześnie. Spojrzenie na TV z perspektywy teorii P. Bourdieu pozwala tchnąć nowego ducha w analizę wzajemnych relacji między kulturą a strukturą społeczną. Szczególnie inspirująca jest myśl, iż konsumpcja nie musi być ostentacyjna by mieć jednocześnie charakter symboliczny (dystynktywny). To w najzwyklejszych wyborach dnia codziennego (sposobie ubierania, przygotowywania posiłków czy oglądania telewizji) odnaleźć możemy pokłady klasowego habitusu – historii struktury zapisanej w dyspozycjach i schematach rozumienia i percypowania rzeczywistości – które stanowią płaszczyznę wzajemnego rozpoznawania i uznawania tożsamości, kreowania subtelnych podziałów i nierówności, więzi i dystansów. Przytoczone badania pokazują, jak telewizja stanowi element praktyk dystynktywnych – o częściowo niejawnym i nieuświadamianym charakterze. Wyróżnia nie tylko ilość oglądanej telewizji (największa u reprezentantów „niższych” klas) czy rodzaj wybieranych programów (gatunków i tytułów), a także sposób „obcowania” z odbiornikiem czy też „mówienia” o medium. W świadomości badanych oglądanie telewizji nie jest praktyką społecznie neutralną, lecz stanowi element tożsamościotwórczy. Osoby aspirujące do miana polskiej klasy średniej odrzucały jawnie rozrywkowy i masowy charakter tego medium, akcentując raczej swoją wrażliwość na tematy edukacyjne, hobbystyczne, rozwijające osobiste zdolności i wiedzę.

Wyrażna linia podziału między rytualizmem i nawykowością w odbiorze a celowością i dystansem, między upodobaniem dla tematów obyczajowych a preferencją dla treści kulturalnych, publicystyki i rozrywki w rodzaju „Kuby Wojewódzkiego”, „Top Gear” czy meczów piłki nożnej, dowodzi żywotności analiz opartych na poszukiwaniu symbolicznych korelatów zróżnicowań społecznych. Użytkowanie mediów pozostaje w istotnym związku z sytuacją społeczną badanych, wyznaczoną zarówno przez dostęp do zasobów ekonomicznych i kulturowych, jak i sieci społecznych. W tym ostatnim przypadku dostrzega się negatywną korelację między kapitałem społecznym a ilością oglądanej telewizji

(w tym szczególnie seriali), co może sugerować, iż kontakt z odbiornikiem działa jako „zastępnik” realnych powiązań i interakcji.

Jednocześnie dostrzec można nowe wątki analiz telewizyjnych, np. związane ze zmianą praktyk użytkowania mediów (co to znaczy „oglądać telewizję”), m.in. pod wpływem ich konwergencji i rozwoju nowych technologii komunikowania. Ważne pozostaje także bardziej szczegółowe opisanie rodzajów wybieranych treści medialnych (ujawniające ukryte orientacje i dyspozycje), funkcji pełnionych przez telewizję w życiu codziennym, struktury czasu poświęconego mediom czy też praktyk odbiorczych w kontekście życia rodzinnego. Spojrzenie na telewizję może być istotnym źródłem inspiracji dla współczesnych debat nad naturą społecznych podziałów i mechanizmów rządzących ich reprodukcją.

BIBLIOGRAFIA

- Bennett T.**, 2006, *Distinction on the Box: Cultural Capital and the Social Space of Broadcasting*, „Cultural Trends”, vol. 15, no. 2/3, pp. 193–212.
- Bourdieu P.**, 2005, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzona*, Warszawa: Scholar.
- Burszta W.J.** i in., 2010, *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- CBOS**, 2010, *Czas wolny Polaków. Komunikat z badań*, Warszawa: CBOS.
- Cebula M.**, 2013a, *Społeczne uwarunkowania gustów i praktyk konsumpcyjnych. Zbieżność pozycji społecznych i stylów życia czy autonomizacja kultury?*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (209), ss. 97–125.
- Cebula M.**, 2013b, *Współczesne formy kulturowych zróżnicowań. Przypadek „wszystkożerności”*, „Forum Socjologiczne”, nr 4, ss. 111–131.
- Chan T.W., Goldthorpe J.H.**, 2007, *Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England*, „European Sociological Review”, vol. 23, no. 1, pp. 1–19.
- Diagnoza Społeczna, 2011, *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, J. Czapiński, T. Panek (red.), Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
- Domański H.**, 2000, *Hierarchie i bariery społeczne w latach dziewięćdziesiątych*, Warszawa: ISP.
- Domański H., Sawiński Z., Słomczyński K.M.**, 2007, *Nowa klasyfikacja i skale zawodów. Socjologiczne wskaźniki pozycji społecznej w Polsce*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Fiske J.**, 2010, *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Gartman D.**, 1991, *Culture as Class Symbolization or Mass Reification? A Critique of Bourdieu's Distinction*, „American Journal of Sociology”, vol. 97 (2), pp. 421–447.
- Gdula M., Sadura P.** (red.), 2012, *Style życia i porządek klasowy w Polsce*, Warszawa: Scholar.
- Grindstaff L., Turow J.**, 2006, *Video Cultures: Television Sociology in the „New TV” Age*, „Annual Review of Sociology”, vol. 32, pp. 103–125.
- Hall S.**, 1987, *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie”, nr 1–2, s. 58–71.
- Holt D.B.**, 1998, *Does Cultural Capital Structure American Consumption?*, „Journal of Consumer Research”, vol. 25, no. 1, pp. 1–25.

- Jacyno M.**, 2014, *Kultury klasowe i złoto „nieklasyfikowalności”*, (w:) M. Gdula, L.M. Nijakowski (red.), *Oprogramowanie rzeczywistości społecznej*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Kowalska A.**, 2014, *Nowy odbiorca? Przemiany obrazu odbiorcy w wybranych koncepcjach współczesnej kultury*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kraaykamp G., van Eijck K., Ultee W., van Rees K.**, 2007, *Status and Media Use in the Netherlands. Do partners Affect Media Tastes?*, „Poetics”, vol. 35, no. 2/3, pp. 132–151.
- Kuipers G.**, 2006, *Television and Taste Hierarchy: The Case of Dutch Television Comedy*, „Media, Culture & Society”, vol. 28, no. 3, pp. 359–378.
- López-Sintas J., García-Álvarez E.**, 2006, *Patterns of Audio-Visual Consumption: The Reflection of Objective Divisions in Class Structure*, „European Sociological Review”, vol. 22, no. 4, pp. 397–411.
- Marcuse H.**, 1991, *Człowiek jednowymiarowy. Badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*, Warszawa: PWN.
- Mrozowski M.**, 1987, *Podejście użytkownika i korzyści w badaniach komunikowania masowego. Podstawowe zagadnienia*, „Przekazy i Opinie”, nr 3–4, ss. 78–95.
- Pakulski J., Waters M.**, 1996, *The Reshaping and Dissolution of Social Class in Advanced Society*, „Theory & Society”, vol. 25, no. 5, pp. 667–691.
- Peterson R.A., Kern R.M.**, 1996, *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*, „American Sociological Review”, vol. 61, no. 5, pp. 900–907.
- Petev I.D.**, 2013, *The Association of Social Class and Lifestyles: Persistence in American Sociability, 1974 to 2010*, „American Sociological Review”, vol. 78, no. 4, pp. 633–661.
- Pluciński P.**, 2013, *Dwie kultury? O kłopotach z „kulturą masową” i „kulturą popularną” z perspektywy teorii krytycznej społeczeństwa (na marginesie Dialektyki Oświecenia)*, (w:) P. Żuk (red.), *Kulturowo-polityczny AVATAR? Kultura popularna jako obszar konfliktów i wzorów społecznych*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Priour A., Rosenlund L., Skjøtt-Larsen J.**, 2008, *Cultural Capital Today. A Case Study from Denmark*, „Poetics”, vol. 36, no. 1, pp. 45–71.
- Priour A., Savage M.**, 2011, *Updating Cultural Capital Theory: A Discussion Based on Studies in Denmark and in Britain*, „Poetics”, vol. 39, no. 6, pp. 566–580.
- Putnam R.D.**, 2008, *Samotna gra w kręgle: upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa: WAIp.
- Savage M. et al.**, 2013, *A New Model of Social Class? Findings from the BBC’s Great British Class Survey Experiment*, „Sociology”, vol. 47, no. 2, pp. 219–250.
- Van Ingen E.**, 2008, *Social Participation Revisited: Disentangling and Explaining Period, Life-Cycle and Cohort Effects*, „Acta Sociologica”, vol. 25, no. 2, pp. 103–121.
- Van Ingen E., van Eijck K.**, 2009, *Leisure and Social Capital: An Analysis of Types of Company and Activities*, „Leisure Sciences”, vol. 31, nno. 2, pp. 192–206.
- Warde A., Bennett T.**, 2008, *A Culture in Common: The Cultural Consumption of the UK Managerial Elite*, „Sociological Review”, vol. 56, Special Issue, pp. 240–259.
- Wright D.**, 2012, *Cultural Capital and Tastes. The Persistence of “Distinction”*, (in:) J.R. Hall, L. Grindstaff, M.-Ch. Lo (eds.), *Handbook of Cultural Sociology*, London and New York: Routledge.
- Wróblewski M.**, 2012, *Od Kultury do tego, co kulturowe – o szkole z Birmingham*, (w:) M. Wróblewski (red.), *Kultura i hegemonia. Antologia tekstów szkoły z Birmingham*, Toruń: Wydawnictwo UMK.

Michał Cebula

**DISTINCTION ON THE TV SCREEN? TELEVISION,
VIEWING PRACTICES AND SOCIAL STRUCTURE**

Abstract

This article examines the respects in which television operates as the site for practices of distinction. It raises a question to what extent our television tastes and practices correspond to the positions we occupy in the social structure? Television can be framed as mass as well as popular culture, but both approaches seem to share an underlying assumption that television viewing practices are losing their grounding in social stratification. The paper refers to current debate on the relevance of social classes to a description of present social life. Drawing on quantitative and qualitative data relating to preferred TV-programmes and genres, time spent on watching television and habits accompanying it, it is argued that social position remains an important factor explaining the variability of viewing practices. A closer analysis reveals that the amount of television viewing depends not only on social position and age but also on an access to social networks/capital, suggesting that television may compensate for deficiencies in social contacts. Additionally, the choice of programs and TV genres reveals different class-based dispositions and orientations. Downscale audiences seek “realistic”, emotional TV fare and treat television as a companionship (television structures their everyday life) while upscale users of the media are more culturally and instrumentally oriented. The results support the contention that social background of viewers remains linked to cultural practices, even if the practices under study are “ordinary” and take place in private environment.

Keywords: television watching, popular culture, mass culture, distinction, social class, taste

ZIEMOWIT SOCHA
Uniwersytet Wrocławski*
Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu**

KONDYCJA SOCJOLOGII MUZYKI W POLSCE. PRZESZŁOŚĆ, TERAŹNIEJSZOŚĆ I PERSPEKTYWY

Streszczenie

Podstawowym celem tekstu jest prezentacja i próba klasyfikacji dorobku socjologii muzyki w Polsce na tle socjologii. Ponadto tekst ma na celu przyjrzenie się prawidłowościom jej rozwoju oraz podjęcie próby wyjaśnienia przyczyn aktualnego stanu rzeczy. Omówione zostały zastane w literaturze diagnozy kondycji socjologii muzyki, kontakty i obecność międzynarodowa badaczy, ich więzi i platformy dyskusji oraz prowadzenie dydaktyki. Informacje zawarte w niniejszym tekście są efektem ponad dwuletnich badań, na które złożyły się pogłębione kwerendy biblioteczne, analizy zebranych tekstów oraz seria wywiadów z badaczami. Do podsumowania sytuacji socjologii muzyki w Polsce wykorzystano krążeniowy model B. Latoura.

Słowa kluczowe: socjologia muzyki, socjologia w Polsce, historia socjologii, socjologia wiedzy, metasocjologia

Zapoznając się z propedeutyczną polskojęzyczną literaturą dotyczącą socjologii ogólnej, można odnieść wrażenie, że muzyka nie była nigdy przedmiotem badań socjologicznych, zwłaszcza w polskiej socjologii. W *Encyklopedii Socjologii*¹

* Mgr, doktorant; e-mail: ziemowit.socha@uni.wroc.pl

** Mgr, doktorant; e-mail: ziemowit.socha@wsb.bydgoszcz.pl

¹ Przyjmując, że *Encyklopedia Socjologii* to „kompilacja podejmowanych obecnie przez socjologię w skali światowej, ze szczególnym uwypukleniem problemów żywych w polskim środowisku socjologicznym (...). Przy całym poparciu dla działań innowacyjnych w socjologii, komitet redakcyjny zdecydował się skupić na tych treściach, które mają ugruntowaną pozycję w socjologii” [Kwaśniewicz 1998: 6].

nie ma hasła „muzyka”, zaś przy hasle „sztuka”, w kontekście muzyki wymieniona jest tylko praca Theodora Adorno [por. Sułkowski 2002]. We wszystkich polskojęzycznych słownikach socjologicznych [por. Marshall 2004, Olechnicki, Załęcki 1997², Pacholski, Słaboń 1997] także nie ma takich haseł jak „muzyka” czy „socjologia muzyki”. Podobnie w polskich podręcznikach socjologicznych wątki muzyczne nie występują [zob. Szacka 2003, Sztompka 2002, Szczepański 1970]. W przetłumaczonych zagranicznych podręcznikach rzecz wygląda podobnie. Norman Goodman do kwestii muzycznych nie nawiązuje [por. 1997], zaś Anthony Giddens przywołuje tę tematykę na niepełnych dwóch stronach [zob. 2004: 48–49]. Można eksplikować, iż tematyka muzyczna w polskiej socjologii nie występuje, gdyż polskich socjologów zajmują istotniejsze sprawy, takie, jak struktura społeczna, transformacja ustrojowa, przemiany obyczajowości itd. Sądzę jednak, że nie jest to pełne wyjaśnienie, choć tłumaczyć może, dlaczego tematyka muzyczna nie przebiła się do głównego obiegu i publicznej reprezentacji polskiej socjologii. Opinia ta do pewnego czasu była na tyle ugruntowana, że wybitny polski muzykolog Michał Bristiger mówił wprost, że „Polska jest krajem, który nie ma socjologii muzyki” [por. Bristiger 2003]. Uczonemu nie chodziło jednak o brak badań i publikacji, lecz o przypadkowość podejmowania problemów badawczych i działanie badaczy w odosobnieniu. Nie będę w niniejszym tekście streszczał tego, co w socjologii muzyki w Polsce kiedykolwiek się stało, gdyż już to wynotowano [zob. Socha 2011].

ZASTANE DIAGNOZY KONDYCJI SUBDYSCYPLINY

Na konferencji Sekcji Muzykologów Polskiego Związku Kompozytorów w 1975 roku Elżbieta Skotnicka-Illasiewicz mówiła, że nie ma potrzeby, aby socjologia muzyki istniała jako osobna dyscyplina, bo to pole badawcze skutecznie może być eksplorowane przez socjologię kultury. Wskazywała, że stworzenie socjologii muzyki „jako autonomicznej dyscypliny na pograniczu socjologii i muzykologii” jest utrudnione z powodów merytorycznych. Innymi słowy, „zarówno socjologiczny punkt widzenia w muzykologii, jak i muzykologicznie uwarunkowane badania z zakresu socjologii kultury nie mogą przynieść pożądaných wyników” ze względu zarówno na „obecny stan wiedzy”, jak i „charakter wyników określony metodologią, warsztatem pojęciowym i narzędziami badawczymi”,

² Autorzy jednak umieszczają hasło „etnomuzykologia”, które odpowiada w pewnym stopniu streszczeniu wizji etnomuzykologii zaprezentowanej przez Bogusława Linette w *Słowniku etnologicznym* [1987].

który sprawia, że muzykologia zajmuje się wartościowaniem dzieł muzycznych, zaś socjologia unika wartościowania [Skotnicka-Illasiewicz 1975: 12]. Inaczej parę lat później problem stawiali Mieczysław Gałuszka i Kazimierz Kowalewicz. Uznali, że badania nad muzyką miały miejsce w Polsce „wielokrotnie” [Gałuszka i Kowalewicz 1979: 3]. Jednak na przykładzie badań prowadzonych od pierwszej połowy lat 60. przez Ośrodek Badań Opinii Publicznej i Studiów Programowych w Warszawie konstatowali, że „prawie nigdy nie wychodzono poza ustalenia statystyczne”, bądź poza ustalenia o charakterze teoretycznym [Gałuszka i Kowalewicz 1979: 3].

Tomasz Misiak wskazywał, że problemem socjologii muzyki nie był brak zainteresowania problematyką muzyczną lub brak publikacji, a przede wszystkim „niedorozwój instytucjonalnych form uprawiania” jej i „nieodstateczna wymiana informacji pomiędzy uprawiającymi ją ośrodkami” oraz brak precyzyjnego namysłu teoretycznego [Misiak 1983: 3–4]. W pewien sposób wtórowała mu podejmująca badania publiczności górnośląskich audytoriów muzycznych Bogumiła Mika, pisząc, że socjologia muzyki jako subdyscyplina dopiero „od kilkudziesięciu lat (...) dąży do uzyskania samodzielności badawczej”. Ponadto, „nadal przedmiot i metody socjologii muzyki nie są dość jasno sprecyzowane” [Mika 2000: 13]. Mocniej wypowiedział się Adam Czech, autor pracy magisterskiej nagrodzonej przez Polskie Towarzystwo Socjologiczne nagrodą Floriana Znanieckiego, w której przefiltrował ustalenia etnomuzykologiczne przez słownik teorii socjologicznej. W wywiadzie mówił: „z tego co się orientuję, to nikt w polskiej socjologii nie zajmował się poważnie pisaniem o muzyce, więc w macierzystej dziedzinie nie znajduję niestety wzorów” [Czech 2008a: on-line]. Prowadząca w 2006 roku badania gustów muzycznych w kontekście recepcji muzyki i postaci Fryderyka Chopina Barbara Pabjan zauważała, że „nie prowadzono dotąd w naszym kraju szerzej zakrojonych badań empirycznych z zakresu tematycznego związanego z muzyką. Socjologia muzyki bowiem nie istnieje jako specjalizacja w obrębie akademickiej muzykologii” [Pabjan 2009: 70].

Pytanie o istnienie socjologii muzyki w Polsce stawiane było więc niejednokrotnie. Jednak udzielane na nie odpowiedzi nie należały do precyzyjnych i odnoszących się całościowo do zastanej literatury oraz nie miały ambicji omówienia przyczyn diagnozowanego stanu rzeczy. W niniejszym tekście uznano, że przekonanie o całkowitym niebycie rodzimej socjologii muzyki jest nieuprawnione. Zatem warto uściślić i uaktualnić diagnozy.

NURTY SOCJOLOGII MUZYKI W POLSCE

Traktując powyższe diagnozy jako hipotezy robocze, podjęto się ich weryfikacji, projektując badania archiwistyczne, analizę tekstów oraz serię wywiadów pogłębionych z uczonymi zajmującymi się socjologią muzyki.

Przejrane zostały ogólnopolskie katalogi biblioteczne w celu wyszukania haseł „socjologia muzyki” oraz „muzyka–aspekt społeczny”. Przejrano również wiodące periodyki muzykologiczne i socjologiczne – „Kultura i Społeczeństwo”, „Muzyka”, „Przegląd Socjologiczny”, „Ruch Muzyczny”, „Studia Socjologiczne”. Wykorzystując przeglądarkę Google, wyszukano następujące frazy: socjologia muzyki, antropologia muzyki, etnomuzykologia czy społeczna historia muzyki, muzyka i społeczeństwo, muzyka w kulturze³.

Następnie, po ustaleniu listy publikacji, ustalono listę adresową autorów. W celu jej poszerzenia, użyto wyszukiwarki ludzi nauki na portalu Nauka-Polska.pl, gdzie wyszukano uczonych deklarujących socjologię muzyki jako swoją specjalizację. Przejrano również strony internetowe akademickich instytutów socjologicznych i muzykologicznych. Następnie nawiązano kontakt mailowy z badaczami, przedstawiając ideę i cel swych badań oraz umówiono się ze znaczną częścią z nich na wywiady osobiste⁴.

Każdy z wywiadów poprzedzony był analizą tekstów danego autora i po każdym wywiadzie analizowane były dodatkowo wskazane przez rozmówców publikacje. Analiza prowadzona była zgodnie z zasadami kontekstualizmu w historii socjologii [por. Dominiak, Pieńkosz 2011]. Obejmowała więc zawartość merytoryczną tekstów, jak i teksty drugorzędne, czyli wstępy, posłowania czy zapis głosów w konferencyjnych dyskusjach [Dominiak, Pieńkosz 2011]. Prowadzone wywiady najbardziej zbliżały się do sposobu prowadzenia wywiadów, który Jean-Claude Kaufmann [por. 2010] nazwał rozumiejącym⁵.

³ Ze względu na rozległość i względnie dużą autonomię środowiskową wyłączony z analizy został dyskurs muzycznej psychologii społecznej oraz pedagogiki muzyki.

⁴ Na 35 osób zdefiniowanych jako żyjący autorzy tekstów z zakresu socjologii muzyki odbyto wywiady z 23 osobami, zaś z czterema osobami nawiązano tylko kontakt e-mailowy. Wywiady nie były rejestrowane na dyktafonie, z uwagi brak zgody niektórych osób badanych i na to, że w rozmowach niejednokrotnie poruszane były również tematy niezwiązane z tematyką badań oraz długi czas trwania poszczególnych wywiadów (2–5h). Prowadzone więc były notatki, na które złożyły się kluczowe odpowiedzi rozmówców. W całej pracy nie cytuję bezpośrednio rozmów z badaczami, lecz notatki sporządzane za ich zgodą podczas wywiadów.

⁵ Wywiad rozumiejący definiował on jako taką sytuację badawczą między partnerami interakcji, gdzie osoba odpowiadająca na pytania posiada większy kapitał kulturowy (w danej dziedzinie) od osoby stawiającej pytania [zob. tamże: 25–27 oraz Barley 1997, Zybertowicz 1995]. Postulowana jest między

TABELA 1. Nurty socjologii muzyki w Polsce⁶

Nazwa	Badacze i przykładowe teksty	Teksty ^a
Przyczynki pionierów	Kelles-Krauz: 1902, 1904, 1962; Abramowski: 1898; Reiss: 1928a, 1928b, 1935, 1946	8 (1)
Marksizm w muzykologii	Lissa: 1948, 1970, 1975; Łobaczewska: 1950, 1953	17 (4)
Uczniowie A. Kłoskowskiej	Skotnicka-Illasiewicz: 1975, 1981; Gałuszka i Kowalewicz: 1979, 1994; Misiak 1985a, 1985b, 1990	23 (3)
Socjologizująca etnomuzykologia	Czekanowska 2008, Żerańska-Kominek 1990; Dahlig 1998; Przerębski 1981; Nowak 2005; Stęszewski 2009; B. Muszkałska 2009, Podlipniak 2007	21 (7)
Badania ilościowe	Beysin i Ostrowski 1965; Mika 2000; Pabjan 2009; Raporty OBOP/TNS Polska: Grzelak 1996, Czajka 2008, Lenczewska i Kowalski 2002	12 (1)
Spółeczna historia	Bieńkowska 2013, Czech 2013, Idzikowska-Czubaj 2006, Vogel 1988; Żórawska-Witkowska 2005	10 (5)
Kontekst polityczny	Jeziński 2011, Massaka 2009, Jabłoński i Tatarska 1996 (red.)	6 (4)
Propedeutyka	Jabłońska: 2013, 2014; Socha: 2011, 2012, <i>Muzyka a społeczeństwo. Przegląd zagadnień...</i> , Filipiak 1997, Gałuszka 2009, <i>Usłyszeć świat...</i> 2015	16 (7)
Juwentologia	Kukołowicz 2013, Wertenstein-Żuławski 1990, 1991, 1993, (z Pęczakiem 1991), Wyrzykowska mps, Lutostański 2015, Miszczyński 2014	9 (6)
Studia kulturowe ^b	Abriszewski: 1998, 2009; Burszta i Kuligowski: 1999, 2003, Szlendak 1998; Kuligowski 2004, 2007, 2008, Rychlewski 2006, Wyrzykowska 2012	18 (3)
S. nad tradycjami muzycznymi	Bieńkowski 2001, Czech 2008b, Trębaczewska 2011	7 (3)
S. nad muzyką niszową	Libera: 2005, mps., Pietraszewski 2010, 2011, 2012a, Wagner 2005	17 (2)
Łącznie		164 (46)

^a W nawiasie podano liczbę publikacji zwartych.

^b Termin został przyjęty zgodnie z rozumieniem uprawiania tej dyscypliny przez brytyjskich badaczy początkowo zgromadzonych w Centre for Contemporary Cultural Studies na Uniwersytecie w Birmingham.

badanym a badającym relacja równości. Jednak w sensie kulturowych kompetencji „przewagę” posiada badany. Wywiad taki polega na tym, że pozbawiony jest ściśle określonego harmonogramu, a jego przebieg jest podyktowany w równym stopniu oczekiwaniami pytającego, co zdaniami odpowiadającego [por. Kaufman 2010]. Niestandaryzowany jest także czas. Podsumowując, można zauważyć, iż tak pojęty wywiad dąży do bycia podobnym – o tyle, o ile jest to możliwe – do rozmowy potocznej pod względem stworzenia obustronnego zainteresowania tematyką badań.

⁶ W przypadku książki będącej zbiorem tekstów różnych autorów, tekstów nie liczono podwójnie, lecz zbiorczo jako jedną książkę.

Zasób polskich tekstów w zakresie socjologii muzyki można oszacować na co najmniej 164 publikacje, w tym 46 publikacji zwartych (stan na styczeń 2015). Materiał sklasyfikowano, łącząc kryterium wspólnych inspiracji z kryteriami tematyki i metod badań. W ten sposób wyróżniono dwanaście nurtów badań: przyczynki pionierów, muzykologia marksistowska, prace uczniów Antoniny Kłoskowskiej, etnomuzykologia, społeczna historia muzyki, polityczny kontekst muzyki, propedeutyka subdyscypliny, ilościowe badania empiryczne, studia nad tradycjami muzycznymi, studia kulturowe, juwentologia (studia nad kulturą spontaniczną młodzieży), studia nad muzyką niszową. Pojawiają się też dwa dyskursy pozanaukowe, które są względnie rozpowszechnione: dziennikarstwo muzyczne [por. Pęczak 2006, 2008, 2010, Chaciński 2012, Oriński 2010, Leszczyński 2009] oraz nauka społeczna Kościoła katolickiego [por. Adamski 2011, Hawryszczuk 2010, Nowak 2001, Zwoliński 2004].

Najwięcej publikacji zostawili po sobie badacze należący do kręgu uczniów Antoniny Kłoskowskiej, 23 teksty, w tym 3 książki. Czworo badaczy napisało więcej tekstów socjologiczno-muzycznych niż drudzy w kolejności etnomuzykologdy, których ośmioro napisało 21 tekstów, w tym 7 książek. Na przełomie XX i XXI w. najsilniejszym nurtem badawczym były studia kulturowe. W ostatnich latach przybyło również tekstów z nurtu badań nad muzyką w kontekście kultury młodzieżowej. Podkreślić należy fakt ożywionej działalności publikacyjnej od roku 2008 po moment powstawania niniejszego szkicu. W tym okresie opublikowano 14 książek wpisujących się w tę tematykę.

Warto w tym kontekście dodać, że w ostatnich kilku latach odnotowano kilka empirycznych projektów badawczych prowadzonych mieszanymi metodami badań (metody jakościowe, ilościowe oraz analiza danych zastanych). W roku 2013 na zlecenie Instytutu Muzyki i Tańca prowadzony był projekt dotyczący funkcjonowania rynku fonograficznego w Polsce w kontekście przemian w technologiach zapisu oraz dystrybucji nośników muzycznych [por. Gałuszka i in. 2014]. W latach 2013–2014 przy wsparciu finansowym Obserwatorium Kultury prowadzono projekt badań nad podstawowymi aktywnościami muzycznymi w Polsce [por. Białkowski i in. 2015]. Natomiast na lata 2015–2016 z tego samego źródła finansowania planowane jest przeprowadzenie projektu skupiającego się na badaniu dynamiki karier zawodowych w rozmaitych zawodach związanych z branżą muzyczną⁷. Z pewnością więc nie można mówić o nieistnieniu polskiej socjologii muzyki w tym sensie, że brakuje zainteresowania problematyką, bądź nie prowadzi się badań.

⁷ Por. nr SZPON 05741/15, dostęp: <http://mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/finanse/programy-ministra/programy-mkidn-2015/obserwatorium-kultury.php>, (15.01.2016)

SOCJOLOGIA MUZYKI NA TLE POLSKIEJ SOCJOLOGII

Przykład socjologii muzyki zdaje się wskazywać, że trudno potwierdzić, iż rozwój subdyscyplin silnie związany jest z rozwojem specjalizacji w obrębie socjologii ogólnej [por. Chałubiński i Kwilecki 2005]. Impulsy do rozwoju socjologii muzyki w Polsce płynęły wielokrotnie spoza środowiska socjologicznego. Przykładem może być tu lwowska działalność badawcza muzykologa, Zofii Lissy, zajmującej się społecznymi funkcjami muzyki i radia oraz muzykalnością dzieci [por. Skowron 2008, Lissa 1930, 1934, 1938]. W okresie stalinizmu (1948–1956) marksistowski nurt socjologii muzyki stał się natomiast świadomym „elementem walki ideologicznej” [Lissa 1948: 4] – socjalistycznej reinterpretacji historii muzyki [por. Reiss 1946, Łobaczewska 1950]. Okres rozwoju ideologicznej socjologii muzyki przypada na lata nieobecności w Polsce jako takiej socjologii ogólnej, która zaczęła się formować dopiero po odwilży październikowej 1956 roku [zob. Kiciński 1998]. Wskazuje to na przeciwstawność i pewną niechęć wobec socjologii muzyki, zwłaszcza wśród muzykologów, na co wskazywał w wywiadzie Jan Stęszewski mówiąc, że muzykologom przez wiele lat socjologia muzyki kojarzyła się z sowiecką wersją marksizmu⁸. Na większy rozwój badań i studiów przyszło poczekać więc do połowy lat 60., kiedy badania preferencji muzycznych zostały zlecone Pawłowi Beylinowi przez Ośrodek Badań Opinii Społecznej i Studiów Programowych przy Telewizji Polskiej [zob. Beylin i Ostrowski 1965]. Studia nad tą problematyką kontynuowane są przez następcę tej instytucji, którym obecnie jest TNS Polska S.A. [por. Grzelak 1996, Czajka 2008, Lenczewska i Kowalski 2002]. Inny impuls do rozwoju pochodził od Sekcji Muzykologów Związku Kompozytorów Polskich (SM ZKP), której członkowie zaoferowali E. Skotnickiej-Illasiewicz przeprowadzenie badań nad środowiskiem kompozytorów. Badanie było podstawą jej pracy doktorskiej. Wzór rozwoju socjologii muzyki poprzez badania wykonywane na potrzeby otrzymania stopnia doktora był szeroko rozpowszechniony. Prace przynajmniej dwanaścioro badaczy: Jerzego Wertensteina-Żuławskiego, Tomasza Misiaka, Grażyny Filipiak, Bogumiły Miki, Izabeli Wagner, Tomasza Nowaka, Michała

⁸ „Przez wiele lat uprawianie socjologii muzyki kojarzyło się muzykologom z najbardziej ideologicznymi pracami Łobaczewskiej i Lissy. Muzykolodzy byli przez to uprzedzeni do czegoś, co kojarzyło się im z władzą komunistyczną. Trochę inne spojrzenie na socjologię muzyki dawały kontakty z zagranicznymi badaczami. Nawet tymi z NRD. Christian Kaden z Uniwersytetu Humboldtów w dawnym Berlinie Wschodnim w swojej *Musiksoziologie* przekonywał skutecznie, że socjologia muzyki może opierać się na pracach Eliasa albo Webera, a nie tylko Marksa w wersji Stalina [JS, w1, w3]”.

Libery, Marty Trębaczewskiej, Igora Pietraszewskiego, Adama Czecha, Tomasza Kukołowicza i Michała Jana Lutostańskiego również tym celom były podporządkowane. Przyglądając się bliżej rodzimej socjologii muzyki, przeanalizuję kilka wymiarów jej funkcjonowania: komunikację wśród badaczy, obecność międzynarodową oraz działalność dydaktyczną

Komunikacja

Relacje we wspólnocie polskich uczonych w latach 1956–1989 były szczególnie istotne ze względu na zerwanie wymiany idei z nauką zachodnią, które miało miejsce w latach 1939–1956 [zob. Kraśko 1996: 81–150]. W przypadku polskich badaczy, których uprzednio nazwano reprezentantami polskiej socjologii muzyki, nie były bardzo zaawansowane. Wyjątek stanowiła tu etnomuzykologia, gdzie współpraca między badaczami różnych pokoleń była dobrze rozwinięta. Dzieliли się oni informacjami zdobytymi podczas zagranicznych konferencji, śledzili najnowszą literaturę oraz szybko reagowali na nowopowstałe problemy badawcze [por. Żerańska-Kominek⁹ 1990, por. Dahlig 2000].

Socjologia muzyki uprawiana była raczej w małych wspólnotach badaczy, którzy niekiedy mieli z sobą kontakt, lecz specjalnie nie wychodzili poza swoje lokalne wspólnoty. Przykładowo, M. Gałuszka i K. Kowalewicz prowadzili badania odsłuchowo-semiotyczne mniej więcej w tym samym czasie i miejscu, co T. Misiak, lecz trudno znaleźć przesłanki wskazujące na ich współpracę, co w wywiadzie potwierdził K. Kowalewicz [K.K., w1¹⁰]. Osoby reprezentujące nurt badań nad muzyką młodzieży funkcjonowały na innych zasadach, bo juwentologia uprawiana w Ośrodku Badań Młodzieży w Instytucie Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego od lat 80. była liczącym się nurtem w polskiej socjologii. Inni badacze, jak B. Mika, B. Pabjan, I. Piertaszewski czy M. Libera prowadzili swoje badania w pewnym odosobnieniu. Przykładem prowadzenia bardzo podobnych tematycznie badań, lecz w zupełnie odmienny sposób, są prace nad konstruowaniem tradycji muzycznych, które napisali M. Trębaczowska i A. Czech [por. 2011 oraz 2008]. Przez dłuższy czas badacze ci nie wiedzieli o swoim istnieniu [M.T. w1, A.C., w5].

⁹ Odniesienie do koncepcji tradycji wynalezionej przez etnomuzykologów wyprzedziło pracę Adama Czecha o około 15 lat, zaś Marty Trębaczewskiej o 19 lat.

¹⁰ Przywoływanie treści wywiadów jako źródła wykorzystanych informacji określone będzie w tekście inicjałem badacza umieszczonym w nawiasie kwadratowym oraz numerem wywiadu z danym badaczem. Np. [I.P., w3] znaczyć będzie Igor Pietraszewski, trzeci wywiad. Jeśli przy inicjale nie znajdzie się informacja o numerze wywiadu, to znaczy, że z danym badaczem przeprowadzono tylko jeden wywiad.

Na przełomie lat 60. i 70. wielu warszawskich badaczy utrzymywała dość ścisły kontakt. E. Skotnicka-Illasiewicz wskazała, że to właśnie P. Beylin przekonał ją do tego, by zainteresowała się bliżej socjologią muzyki. Niewątpliwy atut stanowić tu miało jej muzyczne i socjologiczne wykształcenie¹¹. Natomiast J. Stęszewski – z którym w Instytucie Sztuki PAN „siedziała biurko w biurko” – jako ówczesny przewodniczący SM ZKP, na wiele sposobów wspierał prace empiryczne nad środowiskiem kompozytorów polskich [E.S., w1]. Nasuwa się zatem wniosek, że przed 1989 rokiem obserwować można było tworzenie się pewnych platform komunikacji wśród badaczy. Przejawem tego była choćby zorganizowana w 1973 roku konferencja, której temat pomyślany był tak, aby integrować oba środowiska [por. *Muzyka a społeczeństwo* 1975]. Kierunek ów (m.in. po rezygnacji Z. Lissy ze stanowiska dyrektora Instytutu Muzykologii Uniwersytetu Warszawskiego) nie był jednak kontynuowany. Nie bez wpływu pozostała również śmierć P. Beylina w 1971 roku, który zdaniem M. Bristigera potrafił łączyć zainteresowania badawcze z namysłem teoretycznym oraz środowisko socjologiczne z muzykologicznym [M.B., w1]. Podobnie śmierć Jerzego Wertensteina-Żuławskiego, który w zakresie socjologii muzyki napisał jedyną dotąd w polskim dyskursie naukowym pracę habilitacyjną wydaną pt. *Między nadzieją a rozpaczą. Rock – młodzież – społeczeństwo* [por. 1993].

Badania zahaczające o społeczne wymiary muzyki prowadzone były również w Instytucie Pedagogiki Muzycznej przy Państwowej Wyższej Szkole Muzycznej (obecny Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina), lecz w toku restrukturyzacji uczelni jednostka ta przestała istnieć. Jej funkcję w prowadzeniu debat i badań na temat animacji i edukacji muzycznej do pewnego stopnia próbują pełnić osoby angażujące się w działalność Fundacji „Muzyka jest dla wszystkich” [V.Ł., w3]. Po 1989 roku odbywały się konferencje prezentujące tematykę socjomuzyczną przeglądowo. Organizowane one były incydentalnie jako konferencje doktorancko-studenckie¹². W chopinowskiemu roku 2010 dzięki „Fundacji 4,99”

¹¹ W e-mailu skierowanym do autora pisała: „Kończyłam studia z socjologii kultury u Antoniny Kłoskowskiej (wcześniej dwa wydziały w Akademii Muzycznej) – praca magisterska nt. kształtowania się identyfikacji zawodowej muzyków”.

¹² Przykładowo można tu wymienić toruńską konferencję poświęconą problematyce relacji muzyki popularnej i polityki. Teksty z wystąpień dostępne są w pokonferencyjnym tomie *Sztuka i polityka. Muzyka popularna* [2012]. Podobnie konferencję, która miała miejsce na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, organizowana była przez Koło Naukowe Studentów Socjologii, a jej tytuł brzmiał „Usłyszeć Świat: Muzyka – Społeczeństwo – Kultura” (<http://knss.amu.edu.pl/konferencja/uslyszec-swiat>, 15.01.2015).

zorganizowano serię debat¹³ dotyczących badanej tematyki, co było załącznikiem związania platformy dyskusji. Osoby zaangażowane w te działania po dziś dzień współpracują ze sobą w ramach współredagowania czasopisma „Glissando”¹⁴.

Badacze po 1989 roku nie odwoływali się do ustaleń K. Kowalewicz i M. Gałuszki, Z. Lissy, T. Misiaka bądź E. Skotnickiej-Illasiewicz. Nastąpiło pewne zerwanie krajowej tradycji badawczej. Punkt odniesienia dla nich stanowiły prace zagranicznych badaczy (np. I. Pietraszewskiego, M. Libery czy W. Kuligowskiego), bądź polskich etnomuzykologów (jak u M. Trębaczowskiej i A. Czecha). Najprawdopodobniej podyktowane to było zmianą obszarów zainteresowania badaczy oraz faktem ułatwionego dostępu do źródeł internetowych, jak np. baza tekstów JSTOR.

Komunikacja między badaczami okazuje się grać istotną rolę w przypadku motywowania badaczy do kontynuacji zajmowania się socjologią muzyki. Przykładowo, zajmująca się badaniami nad górnośląskimi audytoriami muzyki artystycznej B. Mika podjęła decyzję o zaprzestaniu tej działalności [B.M., m2]. Jednym z powodów był brak konferencji oraz badaczy, którzy napisaliby krytyczną recenzję jej książki, dysponowali najnowszą wiedzą albo lekturami z socjologii muzyki [B.M., w1]. W ostatnich latach sytuacja do pewnego stopnia zmieniła się. Przykładem tego może być fakt, że podczas XV Ogólnopolskiego Zjazdu Polskiego Towarzystwa Socjologicznego w Szczecinie w 2013 roku po raz pierwszy ogłoszono grupę tematyczną z socjologii muzyki (grupa nr 62: Socjologia muzyki w teorii i praktyce). Organizatorem była B. Jabłońska, zaś referaty w grupie wygłosili m.in. Maja Drzazga-Lech, Aleksandra Nowakowska-Kutra i Katarzyna Wyrzykowska. Organizowane były również inne nie *stricte* socjologiczne konferencje, w których społeczne wymiary muzyki odgrywały zauważalną rolę¹⁵.

¹³ „Fundację 4,99” stworzył m.in. Michał Libera, który np. zorganizował w warszawskiej galerii Zachęta w ramach roku chopinowskiego serię spotkań pt. „Zachęta do muzyki. Od Fryderyka do Henri Chopina” [zob. *Krew na liściach*].

¹⁴ Przykładowo w roku 2014 przy okazji festiwalu „Musica Polonica Nova” we Wrocławiu zorganizowali debatę pt. socjologia muzyki współczesnej, gdzie poruszano kwestie związane ze zmianami w funkcjonowaniu kompozytorów, krytyków i kuratorów w kontekście tzw. rewolucji medialnej. (<http://www.glissando.pl/aktualnosci/debaty-glissanda-na-festiwalu-musica-polonica-nova>, 20.02.2015).

¹⁵ W grudniu 2014 roku w krakowskiej Akademii Muzycznej odbyła się konferencja „Muzyk zawodowy – tu i teraz” (por. <http://lifelonglearning.amuz.krakow.pl/program.html>, dostęp: 20.02.2015), w której jedna z sesji poświęcona była zagadnieniu pt. *Muzyk zawodowy w kontekście socjologicznym*. Ponadto w chwili pisania niniejszego tekstu planowana jest na listopad 2015 roku

Obecność międzynarodowa

Patrząc na zagadnienie kontaktów zagranicznych od strony historycznej, można zauważyć, że polska socjologia muzyki powstała w pewnym sensie „na emigracji”, bowiem jedne z pierwszych tekstów wchodzących w jej zakres napisał Kazimierz Kelles-Krauza, publikując je najpierw w Berlinie i Paryżu [por. 1902, 1904]. W latach 1960–80, czyli czasie, gdy marksizm był ideologią dominującą, współpraca i obecność międzynarodowa polskich socjologów muzyki wydaje się znaczna. Dzięki kontaktom zachodzącym w obrębie bloku wschodniego po czterech latach od wydania został przetłumaczony podręcznik do socjologii muzyki chorwackiego badacza Ivo Supičića *Wstęp do socjologii muzyki*¹⁶. Autor we wstępie do tego tomu dziękował za współpracę Z. Lissie [zob. Supičić 1969: 5], choć źródłem jego inspiracji nie był marksizm, a socjologia Emila Durkheima („fakty muzyczne badać jako fakty społeczne” [Supičić 1969: 29]). Socjologia muzyki w PRL nie była więc w pełni odizolowana od kontaktów międzynarodowych. Interakcje międzynarodowe zachodziły w ramach bloku wschodniego i za pośrednictwem najmniej odizolowanej od zachodu Jugosławii. Chorwacki periodyk „International Review of Aesthetics and Sociology of Music” nie był pisany w ich języku narodowym, lecz po niemiecku i angielsku. Publikowały w nim także Polki – E. Skotnicka-Illasiewicz, Z. Lissa i B. Pabjan, która opublikowała w nim tłumaczenie wcześniejszego tekstu [por. Pabjan 2010]. Skotnicka-Illasiewicz – jak sama to określiła – „więcej istotnych tekstów z socjologii muzyki opublikowała za granicą niż w Polsce” [E.S., m4]. Publikacje Z. Lissy, które często najpierw ukazywały się za granicą, potwierdzają, że kontakty zagraniczne przed 1989 rokiem dla badaczy były ważnym wymiarem działalności.

Inny rodzaj kontaktów międzynarodowych zawdzięczamy etnomuzykologom – zwłaszcza Annie Czekanowskiej i J. Stęszewskiemu. Zgodnie z zamysłem „cichej rewolucji” w socjologii polskiej, która polegała na intensyfikacji kontaktów międzynarodowych będących dyfuzyjnym zastrzykiem nowych idei [por. Kamiński mps.], socjologia w Polsce zaczęła się modernizować czy też amerykańzować [por. Mucha 2009]. Jak pisze Tomasz Kamiński „cicha rewolucja” doprowadziła do przełomu w historii socjologii polskiej. Miał on miejsce w latach 1965–1970. Podobnie sytuacja prezentowała się w socjologicznym

konferencja współorganizowana przez poznański oddział Instytutu Pamięi Narodowej, która poświęcona jest muzyce w PRL.

¹⁶ Tłumaczeniu poddano francuskojęzyczną wersję książki, co Jan Stęszewski wyjaśniał, wskazując na problem ze znalezieniem tłumacza specjalizującego się w chorwackim języku naukowym [J.S., w2].

oglądzie muzyki. Te właśnie lata zostały nazwane przez Beniamina Vogla czasem „mody na socjologię muzyki” [B.V., m3]. Zatem po zastrzyku idei z zagranicy polscy badacze – jak się okazało – stali się bardziej kreatywni. Od końca lat 70., jak w przypadku badań M. Gałuszki i K. Kowalewicz, stopień odwoływania się do literatury zagranicznej sukcesywnie rósł. Rok 1989 nie stanowił w tej kwestii wielkiego przełomu. Ułatwienie pojawiło się dopiero wraz z rozpowszechnieniem Internetu i dostępu do baz tekstów z profesjonalnych periodyków typu JSTOR, czyli na początku XXI w.

Przykładem mocnego osadzenia kariery naukowej w międzynarodowym kontekście jest Izabela Wagner, która obroniła pracę doktorską dotyczącą karier artystycznych na przykładzie wirtuozów skrzypiec na paryskiej Wyższej Szkole Nauk Społecznych [por. Wagner 2011]. Praca została wydana w Chinach i planowane jest wydanie jej w USA [por. Wagner w druku]. Natomiast I. Pietraszewski uczestniczył w międzynarodowych gremiach badawczych oraz wielokrotnie publikował swoje teksty za granicą [por. 2011a, 2011c, 2010, 2009]. Tłumaczenie jego książki nt. jazzu w Polsce zostało wydane za granicą jako pierwsza polska monografia z socjologii muzyki [por. Pietraszewski 2014].

Natomiast jeśli chodzi o obecność polskich badaczy na forum międzynarodowym po 1989 roku, to – wbrew ogólnym tendencjom otwarcia polskiej socjologii na zagranicę [por. Mucha 2005: 250] – początkowo zmalała ona, lecz od początku drugiej dekady XXI wieku zaczyna wzrastać. Zdarza się obecność polskich badaczy na zagranicznych konferencjach, lecz nie jest to silna tendencja – według moich informacji tezy swe prezentowali publiczności zagranicznej dwaj badacze: K. Kowalewicz (Helsinki) i I. Pietraszewski (Berlin, Londyn, Amsterdam, Wiedeń) [K.K., I.P.]. Potencjalną zapowiedzą zmian w sytuacji była wiedeńska konferencja z 2012 roku „Sociology of Art – Artistic Practises”, gdzie Polskę reprezentowało ośmioro badaczy, w tym pięcioro mówiących o muzyce, z czego troje zapisało się wcześniej w historii polskiej socjologii muzyki – B. Pabjan, I. Pietraszewski i K. Wyrzykowska. Również w 2012 roku na konferencji „Culture Communication and Creativity” w Berlinie referaty prezentowali T. Kukołowicz i Z. Socha. Jako obecność polskiej socjologii muzyki na arenie międzynarodowej z pewnością można też traktować uczestnictwo K. Targowskiej w międzynarodowym projekcie badawczym dotyczącym biografii muzyków [K.T., w1].

Podobnie elementem kontaktu z międzynarodowym dyskursem dyscypliny są tłumaczenia zagranicznych publikacji. Warto zaznaczyć, że poza paroma tekstami socjologów mających osiągnięcia na polach innych subdyscyplin socjologii [por. Adorno 1985, Elias 2006, Horkheimer i Adorno 1994, Schütz 2008] nic nie

zostało przełożone na język polski. Prace klasyków międzynarodowej socjologii piszących o muzyce (Herbert Spencer, Georg Simmel, Max Weber) oraz wiele ważnych tekstów dla socjologii muzyki np. Kurta Blaukopfa, Howarda S. Beckera, Petera Martina lub Antoine Hennion w dalszym ciągu pozostają nieprzetłumaczone [por. kolejno 1998, 1982, 1995, 2007]¹⁷.

Obietnicą odmiany w sprawie tłumaczeń jest seria *Rzeczy o muzyce*, w ramach której ukazał się na przykład tom *Kultura dźwięku. Teksty o nowoczesnej muzyce* [zob. 2010]. Z serią ukazującą się sumptem wydawnictwa słowo/obraz terytoria związany jest wspomniany już M. Libera¹⁸. W ostatnich latach po uzyskaniu pozytywnych recenzji Wojciecha Burszty wydana sumptem Wydawnictwa Uniwersytetu Jagiellońskiego została klasyczna praca dla badaczy muzyki popularnej – *Rytuały sceniczne* brytyjskiego badacza Simona Fritha [por. 2011]. Jednak biorąc pod uwagę zestaw literatury zawarty w zbiorowym tomie *The Routledge Reader on the Sociology of Music* [por. 2015], odnotować trzeba, że jeden z trzydziestu pięciu tekstów dostępny jest w języku polskim [por. Schütz 2008]. Z pewnością nie można jednak zakładać, że jest to istotne ograniczenie dla badaczy, wśród których obecnie znajomość języka angielskiego jest raczej rozpowszechniona. Stanowić może to jedynie utrudnienie dydaktyczne.

Dydaktyka

Źródła wskazują, że po raz pierwszy zajęcia z socjologii muzyki w Polsce odbyły się z inicjatywy Z. Lissy w Instytucie Muzykologii UW i były prowadzone przez P. Beylina [zob. Lissa 1978: 15], gdzie powstały także nigdy niezrealizowane¹⁹ plany stworzenia „dwóch nowych kierunków badawczych: psychologii muzyki z pedagogiką muzyczną oraz socjologii muzyki” [1978: 7]. Zajęcia z socjologii muzyki, również na warszawskiej muzykologii, prowadziła po śmierci P. Beylina

¹⁷ Oczywiście wyjątki stanowią prace tłumaczone przez muzykologów głównie na potrzeby wydawanej w Instytucie Sztuki Polskiej Akademii Nauk *Muzyki* oraz na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza *Res Facta*. Podręcznik I. Supičiča [por. 1969], tom prac Carla Dahlhausa [por. 1988], napisany specjalnie z myślą o polskim czytelniku tekst Alphonsa Silberman [por. 1962] oraz tłumaczenie tekstów Jana Linga [por. 1972], Glena Goulda [zob. 1969] czy Murraya Shaffera [por. 1982].

¹⁸ W roku 2007 M. Libera wspominał, że w ww. wydawnictwie jest przygotowywana publikacja tłumaczenia książki Kurta Blaukopfa. Miało ono być skończone do roku 2012 [M.L., w1], lecz do dnia dzisiejszego, tj. marzec 2015, publikacja ta nie wyszła drukiem.

¹⁹ Jednym z powodów niezrealizowania tych planów mogło być to, że od 1975 roku dyrektorem tej placówki została Anna Czekanowska, której głównym polem badawczym (mimo zainteresowań socjologicznych) była jednak etnomuzykologia i to tej ostatniej program nauczania starała się reformować i rozwijać [por. Bielawski 1984: 316].

E. Skotnicka-Illasiewicz [E.S., w1]. Następnie – po tym, jak Skotnicka-Illasiewicz porzuciła socjologię muzyki na rzecz pracy w Głównym Urzędzie Statystycznym – przez wiele lat podobne zajęcia dla studentów muzykologii w Polsce nie odbywały się. Incydentalnie prowadzone bywały przed 1989 rokiem przez K. Kowalewicz w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego, który tematykę uzupełniał zagadnieniami dotyczącymi teatru, teatru muzycznego i opery. Jednak „z różnych powodów od dobrych paru lat nie nauczał socjologii muzyki” [K.K., w1].

Rzecz zmieniła się w roku akademickim 2007/2008, kiedy Maciej Gołąb (kierownik ówczesnej Katedry Muzykologii, obecnie Instytutu Muzykologii w latach 70. student Z. Lissy) zaproponował B. Pabjan (w następstwie prowadzonych przez nią badań nad gustem muzycznym i recepcją muzyki i postaci F. Chopina) prowadzenie kursu z socjologii muzyki dla studentów uzupełniających studiów magisterskich²⁰. W placówce tej istnieją również plany utworzenia specjalizacji na studiach II stopnia z socjologii muzyki. Natomiast od roku akademickiego 2010/2011 podobne zajęcia zaczęły odbywać się w Katedrze Muzykologii Uniwersytetu Adama Mickiewicza, lecz były prowadzone przez muzykologów specjalizujących się w innych dziedzinach badań – Magdaleny Dziadek, Macieja Jabłońskiego oraz Ewy Schreiber. Z kolei od roku 2013 w Instytucie Muzykologii UW uruchomiono studia podyplomowe „Muzyka w kulturze”, których tematyka z pewnością zahacza o ujęcia bliskie socjologii muzyki²¹.

W socjologicznych instytutach zajęcia z socjologii muzyki prowadził jednorazowo M. Libera, który w roku akademickim 2007/2008 przeprowadził kurs w Instytucie Socjologii UW. Kurs ten jednak nie był kontynuowany, co zdziwiło i częściowo zniechęciło badacza do działalności w organizacyjnych ramach akademii [M.L., w1]. Natomiast była dyrektorka tego instytutu Izabela Wagner od kilku lat prowadzi (bardziej specjalistyczny) kurs z socjologii zawodów artystycznych/twórczych. W krakowskim ośrodku socjologicznym, na Uniwersytecie Jagiellońskim od roku akademickiego 2011/2012 odbywa się także kurs z socjologii muzyki, który prowadzi B. Jabłońska. We wrocławskim Instytucie Socjologii zajęcia z socjologii muzyki od roku akademickiego 2010/2011 prowadzone

²⁰ W 2011/2012 roku w Katedrze Muzykologii Uniwersytetu Wrocławskiego dwa kursy o pokrewnej tematyce prowadził Z. Socha. Będące wstępem do projektu badawczego zajęcia „socjologia muzyki popularnej” oraz „socjologia muzyki II”. Oba kursy uzupełniały i poszerzały zagadnienia prezentowane w ramach konwersatorium B. Pabjan „socjologia muzyki”. Efektem zajęć była popularnonaukowa publikacja studentek [Sozańska i in. 2012].

²¹ <http://www.imuz.uw.edu.pl/index.php/pl/2013-03-09-18-05-03/podyplomowe-studia-muzykologiczne-muzyka-w-kulturze> (dostęp: 20.02.2015).

są przez wspomnianą już B. Pabjan. W tym samym instytucie I. Pietraszewski w latach 2011–2014 prowadził kurs „Społeczne wymiary muzyki”.

Podsumowując, zauważyć można, że zajęcia z socjologii muzyki prowadzone były na polskich uczelniach wielokrotnie, lecz jak często powstawały, tak łatwo i często przestawały być kontynuowane. Prawdą też jest, że podręczniki Supičiča i G. Filipiak [por. 1997] nie były pracami prezentującymi najnowszy dorobek światowej socjologii muzyki, które mogłyby stanowić punkt dydaktycznego odniesienia, gdyż prezentowały stan wiedzy z lat 60. bądź 80. Ich przydatność zarówno dla dydaktyki, jak i badań z roku na rok wydaje się coraz mniejsza. W roku 2014 pojawił się podręcznik autorstwa Barbary Jabłońskiej, w którym – przynajmniej częściowo – nowsza literatura jest wykorzystana. Z pewnością stanowić to będzie istotną pomoc w prowadzeniu podobnych kursów na uczelniach, gdyż również wydana w 1984 roku w środowisku uczonych z obecnego Uniwersytetu Muzycznego Fryderyka Chopina antologia tekstów polskich autorów *O społecznych problemach muzyki* stanowić może wybór przystępny dla historyka socjologii, nie zaś dla socjologa zorientowanego empirycznie.

SPOSÓB ISTNIENIA SOCJOLOGII MUZYKI W POLSCE²²

Z pewnością kilka zastanych diagnoz na temat skali istnienia socjologii muzyki w Polsce należy odrzucić, na przykład słowa A. Czecha, że do 2008 roku „nikt w polskiej socjologii nie zajmował się poważnie pisaniem o muzyce”. Liczne obronione przed tym rokiem prace doktorskie jasno wskazują na odmienny stan rzeczy. Nie można również zgodzić się z diagnozą B. Pabjan, głoszącą że „nie prowadzono dotąd w naszym kraju szerszej zakrojonych badań empirycznych z zakresu tematycznego związanego z muzyką”. Raporty OBOPiSP, OBOP i TNS Poland jasno wskazują na to, że ogólnopolskie badania empiryczne (w podstawowym co prawda wymiarze) były wykonywane przez instytucje dziedziczące po sobie nawet pewien zakres wiedzy przedmiotowej. Obalić można też twierdzenie B. Miki, iż brak polskich badań podyktowany jest tym, że subdyscyplina „od kilkudziesięciu lat (...) dąży do uzyskania samodzielności badawczej, a jej przedmiot i metody (...) nie są dość jasno sprecyzowane”. Socjologia muzyki jest z założenia dyscypliną podwójnie niesamodzielną, bo uzależnioną teoretyczno-metodologicznie od socjologii ogólnej, a częściowo również od muzykologii.

²² Źródła (o ile nie użyto przypisu) cytatów w tej części tekstu wskazano w części pt. „Zastane diagnozy kondycji subdyscypliny” – są to nawiązania weryfikujące zastane stanowiska w kwestii bytu socjologii muzyki w Polsce.

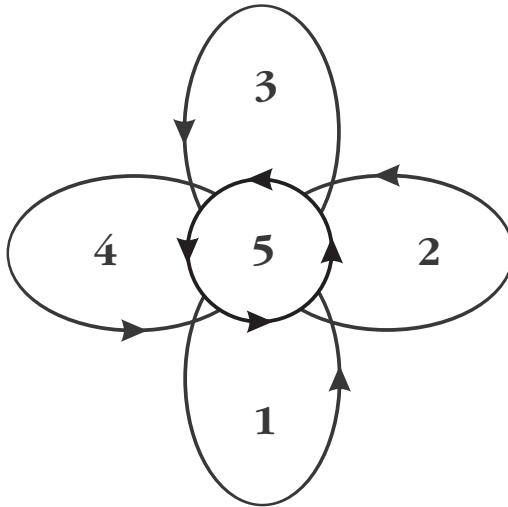
Zwłaszcza jeśli socjologowie badający muzykę mają ambicje komunikować się z muzykologami. Obecnie odrzucić należy również pisane pod koniec lat 70. słowa M. Gałuszki i K. Kowalewicza, że w polskich badaniach nad muzyką „prawie nigdy nie wychodzono poza ustalenia statystyczne”. Przynajmniej dwa nurty badań (te odwołujące się do studiów kulturowych i konstruowania tradycji muzycznych) nie angażowały narzędzi właściwych statystyce, nawet opisowej.

Podtrzymać jednak należy słowa T. Misiaka na temat „niedostatecznej wymiany informacji pomiędzy ośrodkami” oraz „niedorozwoju instytucjonalnym”. Fakt, że A. Czech „w macierzystej dziedzinie nie znajdował wzorów”, w tym tych, które mógł potraktować krytycznie, wskazywać może na niedostateczną wymianę informacji. Natomiast to, że zdaniem B. Pabjan „socjologia muzyki (...) nie istnieje jako specjalizacja w obrębie akademickiej muzykologii” wskazuje na jej „niedorozwój instytucjonalny”. Częściowo pod dyskusję można poddać też twierdzenie T. Misiaka o braku w polskiej socjologii „precyzyjnego namysłu teoretycznego” nad muzyką. Pogląd ten można poddać pod dyskusję, bo pojawia się pytanie, czy autonomiczna – abstrahująca od socjologii ogólnej – teoria w socjologii muzyki jest do badań konieczna. Z pewnością mogłoby to być korzystne, lecz wielu badaczy czerpiących z różnych teorii pokazało, że konieczne to nie jest. Ponadto pewne ruchy w kierunku zwiększenia precyzji teoretycznej zostały poczynione [por. Jabłońska 2013].

Powstaje więc pytanie, co jest konieczne do tego, by dyscypliny naukowe mogły skutecznie funkcjonować? Z jedną z możliwych odpowiedzi na nie przychodzi pętlowy model nauki Bruno Latoura [por. 1999: 98–112, Abriszewski 2008: 166–174]. Sądzę, że model ten jest optymalny i zawiera kluczowe sfery działalności naukowej, dlatego wykorzystam go w dalszej eksplanacji. Bez odwoływania się do całej teorii aktora-sieci pętlowy model nauki potraktowany zostanie wybiórczo i instrumentalnie.

Używając słów spoza latourowskiego słownika i sposobu opisywania rzeczywistości, należy roboczo rozgraniczyć pętle od 1 do 4 (stanowiące kontekst nauki) oraz centralną pętlę 5 (będącą treścią nauki). B. Latour – jako przeciwnik wszelkich dualizmów – akcentował, że cztery pierwsze pętle przeplatają się i zazębiają się w całym obszarze pętli 5. Należy to odczytywać jako tezę o decydującej roli kontekstu, bez którego zawartość tak naprawdę nie istnieje, bo jednocześnie to kontekst powołuje zawartość, a zawartość tworzy kontekst. Zaznaczone wektory mają wskazywać na stałą dynamikę w obszarze wszystkich pól. Jeśli cyrkulacja jest zaburzona, to dana nauka nie może skutecznie funkcjonować. Przybliżyć, czym są pętle tworzące model.

SCHEMAT 1. Pętlowy model obiegu nauki wg Bruno Latoura



Źródło: Latour 1999: 110.

1. Pierwsza pętla, zwana **mobilizacją świata**, odpowiada weberowskiej zamianie chaosu rzeczywistości w uporządkowane i zrozumiałe dla naukowców dane. W przypadku socjologii muzyki będzie to więc po prostu prowadzenie badań nad społecznymi aspektami muzyki. Filtrowanie obserwacji i informacji z badań prowadzonych innymi metodami przez aparat pojęciowy socjologii.

2. Druga pętla to **autonomizacja**, czyli łączenie się uczonych we wspólnoty, które wydzielają się z innych wspólnot uczonych i uniezależniają się od nich. Te często nieformalne grupy zyskują prawomocność stanowienia naukowych kryteriów jakości czy definiowania granic nauki. W przypadku socjologii muzyki może to być np. demarkacja jej od innych nauk (etnomuzykologia, estetyka, psychologia itd.) oraz działań pisarskich (dziennikarstwo, społeczna nauka Kościoła katolickiego).

3. **Zyskiwanie sprzymierzeńców** to pętla trzecia. Są to konteksty instytucjonalne, w których dana nauka siebie lokuje. Pozyskiwanie sprzymierzeńców to praca mająca na celu przedstawienie praktycznej strony danej nauki, zainteresowanie użytecznością działań badawczych. W przypadku socjologii muzyki jest to przekonanie władarzy polityki kulturalnej (państwowej czy samorządowej), przedstawicieli biznesu (show biznesu, mediów) czy organizacji trzeciego sektora (mniejszości etnicznych lub zwolenników różnych ideologii) o swej przydatności. Do nawiązywania tak pojętych sojuszy może dochodzić na konferencjach

naukowych, w których uczestniczyliby nie tylko badacze bądź w przypadku wspólnego występowania o granty na badania, czy też dzięki inicjatywie ze strony aktorów spoza akademii.

4. Pętla czwarta to **publiczna reprezentacja**, która polega na tworzeniu przyjaznej atmosfery dla wprowadzanych przez naukę innowacji tak, by te ostatnie były wręcz oczekiwane przez szersze grono odbiorców. Przykładowo, w socjologii muzyki będzie to oczekiwanie odbiorców muzyki do badania ich gustu muzycznego tak, aby tworzony program w radiu czy telewizji odpowiadał danym kategoriom badanych.

5. Wreszcie centralna, piąta pętla to **pojęciowa treść nauki**, czyli teoria naukowa. W klasycznej filozofii nauki jest to czysta nauka, innymi słowy to, co prezentują teksty naukowe [por. Abriszewski 2008: 166–174, Latour 1999: 98–112].

W myśl rezultatów badawczych w Polsce mamy do czynienia z cyrkulacją w pętli pierwszej, śladowo w drugiej i czwartej oraz częściowo w trzeciej. Prowadzone z pewnością są badania. Wspólnoty badawcze stale są *in statu nascendi*, aczkolwiek pojawiło się kilka spotkań konferencyjnych skutkujących publikacjami – jak niniejsza – mogących stanowić zaczątek większej komunikacji badaczy. Jednak warunkiem jest kontynuacja prowadzenia badań przez te same osoby, ponieważ podobne nadzieje na temat łączenia się badaczy w sieci współpracy pokładała już w latach 80. Mirosława Dębska-Trębaczowa wskazywała bowiem, że załączki badań socjologicznych T. Misiaka i E. Skotnickiej-Illasiewicz będą kontynuowane, co przełoży się na rozwój dyscypliny [zob. Dębska-Trębaczowa 1984: 15]. Natomiast nurt badań uczniów A. Kłoskowskiej na początku lat 90. urwał się: T. Misiak – po nieudanej obronie doktoratu – zrezygnował w ogóle z uprawiania nauki. E. Skotnicka-Illasiewicz zaś po nieudanej publikacji pracy doktorskiej i nieotrzymaniu zatrudnienia w PAN poświęciła się pracy w GUS oraz następnie problematyce unijno-europejskiej²³. M. Gałuszka i K. Kowalewicz sporadycznie przeprowadzali badania semiotyczne, „odkładając zwykle na dalszy plan” dopracowanie spójnej koncepcji metod badań odbioru muzyki. Drobne elementy tego nurtu przenikły do badań nad spontaniczną kulturą młodzieżową, na co wskazywał Mirosław Pęczak [M.P., w1], lecz ten nurt osłabił się po przedwczesnej śmierci – mającego habilitację – J. Wertensteina-Żuławskiego.

²³ Badaczka w latach 70. i 80. angażowała się w działalność opozycji antykomunistycznej, co – jej zdaniem – przełożyło się na blokadę publikacji książki (pt. *Socjologiczna monografia współczesnego środowiska kompozytorów*) oraz zmusiło do zatrudnienia poza Polską Akademią Nauk [E.S., w3].

Jednak tematykę socjomuzyczną popularyzował na łamach tygodnika „Polityka” współpracujący z nim M. Pęczak. Nadmienić też warto, że od socjologii muzyki odeszli M. Trębaczowska oraz W. Kuligowski, którzy naukowo zajęli się inną tematyką. Z kolei A. Czech zajął się praktyczną działalnością muzyczną.

Do niedawna trudno było cokolwiek powiedzieć o wdrożeniach płynących z wiedzy dostarczonej przez socjologiczne badania muzyki. Po 2013 roku realizowane były dwa granty finansowane z Obserwatorium Kultury, gdzie wdrożenia traktuje się jako element wniosków grantowych. Zatem nie można wykluczyć ich potencjału wdrożeniowego. Instytucją sprzyjającą socjologicznym badaniom muzyki jest również Instytut Muzyki i Tańca, który dwukrotnie podobne badania finansował [por. Dziedzic, Gaszyński 2013, Gałuszka i in. 2014].

Zdaniem Latoura, poruszenie bardziej dynamicznego krążenia obiegu naukowego możliwe jest na poziomie każdej pętli. Kluczowe zdaje się formowanie sieci współpracy i ich komunikacja ze światem pozauniwersyteckim – muzykami, animatorami kultury, fundacjami, inwestorami na rynku muzycznym czy dziennikarzami muzycznymi. Okolicznością sprzyjającą było uformowanie Polskiego Stowarzyszenia Edukacji i Animacji Muzycznej, w ramach którego ma funkcjonować sekcja badań. Innymi słowy, jedną z szans rozwoju socjologii muzyki w Polsce może być wpisanie się jej we wspomniany jako wykluczony z analizy (z uwagi na swą rozległość) nurt badań psychologiczno-pedagogicznych. Rozwój socjologii edukacji muzycznej mógłby wpisać się w istniejącą od 1995 roku międzynarodową sieć badawczą – „International Symposia on the Sociology of Music Education”²⁴.

Publiczna reprezentacja zasada się również na kontaktach badaczy z mediami, czego przykładem były obszernie wywiady z autorami dwóch interesujących w pozaakademickim kontekście książek – T. Kukołowicza o paralelach pomiędzy pokoleniem filaretów i współczesnych raperów [por. 2014²⁵] oraz A. Czecha o społecznej historii i geografii instrumentów muzycznych [por. 2013²⁶]. Ta droga również może przynieść rozwój socjologii muzyki w Polsce.

²⁴ Por. <http://www.iaspm.net/the-7th-international-symposium-on-the-sociology-of-music-education> (20.02.2015).

²⁵ Por. <http://www.nck.pl/muzyka-2/303198-wywiad-z-tomaszem-kukolowiczem-autorem-ksiazki-raperzy-kontra-filomaci> (20.02.2015).

²⁶ <http://www.polskieradio.pl/7/178/Artykul/945050,Adam-Czech-socjologicznie-o-instrumentach-muzycznych> (20.02.2015).

PODSUMOWANIE

Zdaniem Jerzego Kwaśniewicza jedną z ważniejszych cech polskiej socjologii od końca XIX w. było to, że uwaga badaczy „skupiała się na zagadnieniach, które miały fundamentalne znaczenie dla egzystencji naszego społeczeństwa” [por. Kwaśniewicz 1985: 519]. Jeśli ma on rację, to wnioskować wobec tego trzeba, że polska rzeczywistość muzyczna nie zawsze miała owo fundamentalne znaczenie dla naszego społeczeństwa. Badania E. Skotnickiej-Ilasiewicz nad partycypacją kulturalną klasy robotniczej oraz środowiskiem polskich kompozytorów, J. Wertensteina-Żuławskiego nad muzyką rockową i młodzieżą czy Tomasza Szlendaka nad technomanią, albo A. Czecha i M. Trębaczowskiej dotyczyły więc właśnie takich zjawisk. Niemniej jednak w latach 1993–2006 w polskiej socjologii muzyki niewiele się wydarzyło. Można domniemywać więc, że w tym czasie polska socjologia skupiała się na innych tematach, jak choćby na badaniach skutków transformacji ustrojowej. Obecnie w wyniku zmiany sytuacji społecznej i rozwoju specjalizacji w łonie socjologii oraz interdyscyplinarnych tendencji w humanistyce pole szerzej rozumianej socjologii muzyki jest zagospodarowywane zarówno przez socjologów, jak i antropologów [zob. Burszta i Kuligowski 2003], kulturoznawców [por. Losiak 2003] bądź politologów [por. Jeziński 2011, Massaka 2009] czy muzykologów [por. Wieczorek 2014].

Pytanie o przyszły byt socjologii muzyki w Polsce jest również pytaniem o to, czy do omawiania problematyki społeczno-muzycznej teoretyczno-metodologiczny warsztat socjologii będzie stanowił jakikolwiek punkt odniesienia. Może zaistnieć sytuacja, że tematy uznawane obecnie za socjologiczne będą poruszane przez badaczy utożsamiających się z pokrewnymi dyscyplinami. Również może dojść do takiej sytuacji, że socjologia muzyki będzie elementem innej dyscypliny badawczej, co można w chwili obecnej obserwować przy tworzeniu się badań nad kulturą dźwiękową w krajach anglosaskich i germańskich [por. Pinch i Bijsterveld 2004].

Pierre Bourdieu przekonywał, iż studia z metasocjologii warto przeprowadzić przede wszystkim z uwagi na to, że „postęp wiedzy w naukach społecznych zakłada lepsze poznanie (...) warunków powstania wiedzy” [Bourdieu 2008: 7]. Rozwój socjologii muzyki w Polsce będzie mógł więc następować intensywniej, gdy warunki jej istnienia zostaną poznane. Niniejszy tekst był próbą realizacji tego przekonania.

BIBLIOGRAFIA

- Abramowski E.**, 1898, *Co to jest sztuka? Z powodu rozprawy L. Tolstoja „Что такое искусство?”*, „Przegląd Filozoficzny”, z. 3, ss. 85–114.
- Abriszewski K.**, 1998, *Szczególny obowiązek cywilizacji zachodniej (Krótka analiza ruchu hardcore)*, „Kultura Współczesna”, nr 1 (16), ss. 27–42.
- Abriszewski K.**, 2008, *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza teorii aktora–sieci Bruno Latour’a*, Kraków: Universitas.
- Adamski L.**, 2011, *Wojna światów w popkulturze*, Koberzyce: Wektory.
- Adorno T.**, 1985, *O społecznej sytuacji muzyki*, (w:) *Szkola frankfurcka*, J. Łoziński (red.), Warszawa: Kolegium Otryckie, ss. 123–57.
- Barley N.**, 1997, *Niewinny antropolog. Notatki z glinianej chatki*, Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Becker H.S.**, 2009, *Kultura grupy dewiacyjnej: muzyk rozrywkowy*, (w:) tegoż, *Outsiderzy. Studia z socjologii dewiacji*, Warszawa: WN PWN, ss. 84–106.
- Beylin P. i Ostrowski K.**, 1965. *Opinie o muzyce*, Raport z badań, Warszawa: OBOPiSP.
- Białkowski A., Migut M., Socha Z., Wyrzykowska K.**, 2014, *Muzykowanie w Polsce. Badanie podstawowych form aktywności muzycznych Polaków*, Warszawa: Fundacja „Muzyka jest dla wszystkich”. Dostępne na: http://www.muzykajest.pl/muzykowanie/wp-content/uploads/2015/02/Muzykowanie_wPolsce2013-2014-raportMJDW.pdf (20.02.2015).
- Bielawski L.**, 1984, hasło: Czekanowska Anna, (w:) *Encyklopedia muzyczna. Część biograficzna*, t. CD, Dziembowska E. (red.), Kraków: PWM, ss. 315–316.
- Bieńkowska I.**, 2013, *Muzyka na dworze księcia Hieronima Floriana Radziwiłła*, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Bieńkowski A.**, 2001, *Ostatni wiejscy muzykanci. Ludzie, obyczaje, muzyka*, Warszawa: Prószyński.
- Blaukopf K.**, 1998, *Unterwegs zur Musiksoziologie. Auf der Suche nach Heimat und Standort*, Kommentiert von Reinhard Müller, Graz–Wien: Verlag Nausner und Nausner.
- Bourdieu P.**, 2008, *Zmysł praktyczny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego: Kraków.
- Bristiger M.**, 2003, *Muzyka jako utopia. Z prof. Michałem Bristigerem rozmawia Tomasz Cyz*, „Tygodnik Powszechny”, nr 22 (2812), dostępne na: <http://www2.tygodnik.com.pl/tp/2812/kultura02.php> (03.03.2015).
- Bücher K.**, 1896, *Arbeit und Rhythmus*, Leipzig.
- Burszta W., Kuligowski W.**, 2003, *Miłosny dotyk rocka*, „Kultura Popularna”, nr 4 (6), ss. 67–76.
- Chaciński B.**, 2012, *Hold londyński*, „Polityka”, 6 kwietnia, dostępne na: <http://www.polityka.pl/kultura/aktualnoscikulturalne/1525523,2,hold-londyński.read> (03.03.2015).
- Chalubiński M., Wilecki A.** 2005. *Socjologia polska do roku 1945*, (w:) *Encyklopedia Socjologii. Supplement*, Warszawa: Oficyna Naukowa, ss. 232–238.
- Cox Ch. i Warner D.**, 2010, *Kultura dźwięku. Tekst o muzyce*, Gdańsk: słowo/obraz, terytoria.
- Czajka A.**, 2008, *Muzyczny portret Polaków*, Warszawa: TNS OBOP.
- Czech A.**, 2008a, *Socjolog w krainie muzykantów*, Rozmowa Gadek, „Gadki z Chatki”, nr 76, dostępne na: http://www.gadki.lublin.pl/gadki/artukul.php?nr_art=1480 (03.03.2015).
- Czech A.**, 2008b, *Sprzedawcy wiatru. Muzykanci i ich muzyka między wsią a miastem*, Warszawa: Scholar.
- Czech A.**, 2013, *Ordynaci i trędowaci. Społeczne role instrumentów muzycznych*, Gdańsk: słowo, obraz/terytoria.
- Czekanowska A.**, 2008, *Kultury tradycyjne wobec współczesności. Muzyka, poezja, taniec*, Warszawa: TRIO.

- Dahlhaus C.**, 1988, *Dzieło muzyczne jako przedmiot socjologii*, (w:) Dahlhaus C., *Idea muzyki absolutnej i inne studia*, Buchner A. (tłum.), Biblioteka Res Facta, Kraków: PWM, ss. 401–421.
- Dahlig P.**, 1998, *Tradycje muzyczne a ich przemiany. Między kulturą ludową, popularną i elitarną Polski międzywojennej*, Warszawa: IS PAN.
- Dahlig P.**, 2000, *On continuity in ethnomusicology*, (w:) *Pathways of ethnomusicology. Selected texts by Czekanowska A.*, (w:) Dahlig P. (red.) Warszawa: Warszawskie Towarzystwo Naukowe, ss. 323–328.
- Demska-Trębaczowa M.**, 1984, *Słowo wstępne*, (w:) *O społecznych problemach muzyki. Antologia tekstów autorów polskich*, Demska-Trębaczowa M. (red.), Warszawa: AMFC, ss. 7–16.
- Dominiak Ł., Pieńkosz J.**, 2011, *Kondycja historii muzyki w Polsce*, „Roczniki Historii Socjologii”, nr 1, ss. 9–26.
- Dziedzic T., Gaszyński M.**, 2013, *Polski Rock and Roll 1956–1968. Poza anteną i prasą (uwarunkowania, twórczość, patologia)*, Warszawa: Instytut Muzyki i Tańca, dostępne na: <http://imit.org.pl/uploads/materials/files/Marek%20Gaszynski%20Tomasz%20Dziedzic.pdf>, (20.02.2015)
- Elias N.**, 2006, *Mozart. Portret geniusza*, Warszawa: W.A.B.
- Filipiak G.**, 1997, *Perspektywy socjologicznych badań muzyki*, Poznań: Nakom.
- Firth S.**, 2011, *Sceniczne rytuały. O wartości muzyki popularnej*, Kraków: WUJ.
- Galuszka M., Kowalewicz K.**, 1979, *Muzyka współczesna z pozycji odbiorcy*, „Ruch Muzyczny”, nr 20, ss. 3–4.
- Galuszka M., Kowalewicz K.**, 1994, *Nowa muzyka i jej odbiorcy. Słuchając utworu B. Schaffera pt. Quattro Movimento*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia sociologica”, nr 25, ss. 87–112.
- Galuszka P.**, 2009, *Biznes muzyczny. Ekonomiczne i marketingowe aspekty fonografii*, Łódź: Placet.
- Galuszka P., Korzeniewska K., Wyrzykowska K.**, 2014, *Rynek fonograficzny w Polsce 2011/2012*, Warszawa: Instytut Muzyki i Tańca, dostępne na: <http://imit.org.pl/listit2/141/default/raport-rynek-fonograficzny-w-polsce-20112012.html> (20.02.2015).
- Gardolińska M., Praszczalek J.**, 2012, *Grac i walczyć*, „Nowy Obywatel”, nr 1, ss. 30–33, dostępne na: <http://nowyobywatel.pl/2012/05/30/grac-i-walczyc> (03.03.2015).
- Goodman N.**, 1997, *Wstęp do socjologii*, Zysk i S-ka.
- Gould G.**, 1969, *Perspektywy muzyki nagrywanej*, „Res Facta”, nr 3.
- Grzelak D.**, 1996, *Muzyczne upodobania Polaków*, Warszawa: Ośrodek Badania Opinii Publicznej.
- Hawryszczuk S.**, 2010, *Religia rocka. Ciemna strona muzyki rozrywkowej*, Eneteia: Warszawa.
- Hennion A.**, 2007, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris: Métailié.
- Horkheimer M., Adorno T.**, 1994, *Przemysł kulturowy. Oświecenie jako masowe oszustwo*, (w:) Horkheimer M. i Adorno T., *Dialektyka oświecenia. Fragmenty filozoficzne*, Warszawa: IFiS PAN, ss. 138–188.
- Idzikowska-Czubaj A.**, 2006, *Funkcje kulturowe i historyczne znaczenie polskiego rocka*, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, (wyd. drugie, 2011, *Rock w PRL-u. O paradoksach współistnienia*, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie).
- Jabłońska B.**, 2013, *Teoretyczne źródła socjologii muzyki w świetle klasycznej myśli H. Spencera*, G. Simmla, M. Webera oraz A. Schutza, „Muzyka”, nr 1, ss. 5–19.
- Jabłońska B.**, 2014, *Socjologia muzyki*, Scholar: Warszawa.
- Jabłoński M., Tatarska J.** (red.), 1996, *Muzyka i totalitaryzm*, Poznań: Ars Nova.
- Jeziński M., Wojtkowski Ł.** (red.), 2012, *Sztuka i polityka. Muzyka popularna*, Toruń: WUMK.

- Kaczorowski K.**, 2010, *Wpływ Internetu na przemiany w muzyce rozrywkowej*, (w:) J. Mucha (red.), *Nie tylko Internet. Nowe media, przyroda i „technologie społeczne” a praktyki kulturowe*, Kraków: Nomos, ss. 88–97.
- Kaden Ch.**, 1984, *Musiksoziologie*, Wilhelmshaven: Heinrichshofen.
- Kamiński T.**, 2010, „Cicha rewolucja” w historii socjologii polskiej, fragment pracy magisterskiej pisanej pod kierunkiem prof. Włodzimierza Winclawskiego, Instytut Socjologii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Kaufmann J.**, 2010, *Wywiad rozumiejący*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kelles-Krauz K.**, 1902, *Muzyka i ekonomia*, „Prawda – tygodnik polityczno-społeczny i literacki”, nr 2, ss. 3–5, pierwodruk: *Musik und Oekonomie, Neue Zeit*, t. II, Berlin 1901.
- Kelles-Krauz K.**, 1904, *Społeczne źródło pięknych tonów*, „Prawda – tygodnik polityczno-społeczny i literacki”, nr 13, ss. 5–9, pierwodruk: *Influences du facteur économique sur la musique, Annales de l’Institut international de sociologie*, t. IX, Paris 1903.
- Kelles-Krauz K.**, 1962, *Kilka głównych zasad rozwoju sztuki*, (w:) Kelles-Krauz K., *Pisma wybrane*, Hochfeld J. (red.), tom I, Biblioteka Myśli Socjalistycznej, Warszawa: Książka i Wiedza, ss. 419–549.
- Kiciński K.**, 1998, *Popaździernikowa socjologia*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1, ss. 197–202.
- Kraśko N.**, 1996, *Instytucjonalizacja socjologii w Polsce 1920–1970*, Warszawa: WN PWN.
- Kukolowicz T.**, 2013, *Raperzy kontra filomaci*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Kuligowski W.**, 2008, *Muzyka folkowa jako znak tożsamości: sytuacja w krajach Europy Środkowej*, dostępne na: <http://etnologia.pwa.edu.pl/?page=publikacja&id=227> (03.03.2015).
- Kwaśniewicz W.**, 1998, *Przedmowa*, do: *Encyklopedia Socjologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa, s. 6.
- Kwaśniewicz W.**, 2005, *Socjologia polska (1945–1989)*, (w:) *Encyklopedia Socjologii. Suplement*, Warszawa: Oficyna Naukowa, ss. 238–250.
- Latour B.**, 1999, *Pandora’s Hope. Essays on the Reality of Science Studies*, Cambridge: Harvard University Press.
- Lenczewska E., Kowalski J.**, 2002, *Preferencje muzyczne Polaków*, Warszawa: TNS OBOP.
- Leszczyński R.**, 2009, *Doda w sosie bizantyjskim*, „Wprost”, dostępne na: www.wprost.pl/ar/149803/Doda-w-sosie-bizantyjskim (03.03.2015).
- Libera M.** (red.), 2010, *Krew na liściach. Muzyka jako teoria społeczna*, Warszawa: NGS Zachęta.
- Libera M.**, 2007, *Konstruktywizm w socjologii pamięci a wybrane techniki mnemoniczne w muzyce XX wieku*, dysertacja przygotowana pod kierunkiem prof. Aleksandra Manterysa w Szkole Nauk Społecznych IFiS PAN.
- Ling J.**, 1972, *Projekty prac badawczych z zakresu muzykologii społecznej w Goteborgu*, „Muzyka”, nr 4, ss. 3–17.
- Lissa Z.**, 1930, *O społecznym znaczeniu muzyki w historii ludzkości*, „Przegląd Społeczny”, nr 4 (ss. 128–33), nr 5 (ss. 180–186).
- Lissa Z.**, 1934, *Społeczna rola radia w kulturze muzycznej*, „Przegląd Społeczny”, nr 6, ss. 130–133.
- Lissa Z.**, 1938, *Z zagadnień socjologii muzyki*, „Przegląd Społeczny”, nr 6, ss. 450–481.
- Lissa Z.**, 1948, *Aspekt socjologiczny w polskiej muzyce współczesnej*, „Kwartalnik Muzyczny”, nr 21, ss. 3–42.
- Lissa Z.**, 1966, *Kazimierz Kelles-Krauz. Początki marksistowskiej myśli muzycznej w Polsce*, „Muzyka”, nr 2, ss. 8–35.
- Lissa Z.**, 1975, *Nowe szkice z estetyki muzycznej*, Kraków: PWM.

- Lissa Z.**, 1978, *Instytut Muzykologii Uniwersytetu Warszawskiego w latach 1948–1974*, (w:) *Z zagadnień muzykologii współczesnej. Materiały sesji naukowej zorganizowanej z okazji XXV-lecia Instytutu Muzykologii UW*, Nauer Adam (red.), Warszawa: WUW.
- Losiak R.**, 2003, *Muzyka i zamieszkiwanie*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3, ss. 95–102.
- Lutostański M.J.**, 2015, *Brzydkie słowa, brudny dźwięk. Muzyka jako przekaz kształtujący styl życia subkultur młodzieżowych*, Warszawa: Scholar.
- Lobaczewska S.**, 1950, *Zarys historii form muzycznych. Próba ujęcia socjologicznego*, Kraków: PWM.
- Lobaczewska S.**, 1953, *Beethoven*, Kraków: PWM.
- Marshall G.**, 2004, *Słownik socjologii i nauk społecznych*, Warszawa: WN PWN.
- Martin P.**, 1995, *Sound and society. Themes in the sociology of music*, Manchester: University Press.
- Mika B.**, 2000, *Krytyczny koneser czy naiwny konsument. Śląska publiczność muzyczna u końca XX wieku*, Katowice: Instytut Górnośląski.
- Misiak T.**, 1983, *Możliwości i perspektywy socjologii muzyki*, „Ruch Muzyczny”, nr 13, ss. 3–4.
- Misiak T.**, 1985a, *Socjologia muzyki i jej ontologiczne przesłanki*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1, ss. 157–167.
- Misiak T.**, 1985b, *Typologie odbiorców muzyki. Koncepcje psychologiczne, socjologiczne i estetyczne*, „Muzyka”, nr 2, ss. 49–73.
- Misiak T.**, 1990, *Muzyka jako wspólnota. Kulturowe wzory odbioru muzyki w europejskiej kulturze muzycznej XX wieku*, Warszawa, AMFC.
- Miszczyński M.**, 2014, *Hip-Hop w Polsce: od blokowisk do kultury popularnej*, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Mucha J.**, 2005, *Socjologia polska po 1989 roku*, (w:) *Encyklopedia Socjologii. Suplement*, Warszawa: Oficyna Naukowa, ss. 250–262.
- Mucha J.**, 2009, *Sociology in Central and Eastern Europe or East European Sociology: Historical and Present*, „Slovak Sociological Review”, nr 41, ss. 507–525.
- Muszkalska B.**, 2008, *Muzykologia wobec globalizacji*, „Historia, kultura, globalizacja”, vol. 1, ss. 113–123.
- Muzyka a społeczeństwo. Przegląd zagadnień z socjologii muzyki*, 1975, VII Ogólnopolska konferencja muzykologów w Brzegu, Sekcja Muzykologów Związku Kompozytorów Polskich, Brzeskie Towarzystwo Kulturalno-Oświatowe, Wydział Kultury i Sztuki Urzędu Wojewódzkiego w Opolu.
- Nowak A.** (red.), 2001, *Satanizm, rock, narkomania, seks*, Lublin: Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Nowak T.**, 2006, *Tradycje muzyczne społeczności polskiej na Wileńszczyźnie. Opinie i zachowania*, Warszawa: Wydawnictwo Wing.
- Olechnicki K., Załęcki P.**, 1997, *Słownik socjologiczny*, Toruń: Grafitti BC.
- Orliński W.**, 2010, *Skąd wzięła się Doda*, „Gazeta Wyborcza”, dostępne na: http://wyborcza.pl/1,76842,8328758,Skad_sie_wziela_Doda.html (03.03.2015)
- Pabjan B.**, 2009, *Recepcja postaci i twórczości Chopina we współczesnym społeczeństwie polskim*, (w:) *Chopin w kulturze polskiej*, Gołąb M. (red.), Wrocław: WUWr, ss. 69–113, tłum.: 2010, *The Reception of Chopin and his Music*, (in:) „Polish Society, International Review of Aesthetics and Sociology of Music”, vol. 41, no. 2, pp. 343–378.
- Pacholski M., Słaboń A.**, 1997, *Słownik pojęć socjologicznych*, Kraków: Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej.

- Pęczak M., Wertenstein-Żuławski J.**, 1991, *Tekst piosenki rockowej*, (w:) Pęczak M. i Wertenstein-Żuławski J. (red.), *Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wybrane problemy*, Wrocław: Wiedza o kulturze, ss. 253–267.
- Pęczak M.**, 2006, *Przełom 66*, „Polityka”, nr 15 (2550), 15 kwietnia, ss. 73–76.
- Pęczak M.**, 2008, *Muza z miasta*, „Polityka”, nr 17 (2651), 26 kwietnia, ss. 70–71.
- Pęczak M.**, 2010, *Smagając się po plecach jelitami śledzia*, „Polityka”, dostępne: <http://www.polityka.pl/paszportypolityki/rozmowy/1503548,1,luc-dla-polityki.read> (03.03.2015).
- Pieńkosz J.**, 2012, *Kontekst narodowy jako zmienna w badaniu przeszłości dyscypliny. Przypadek Bułgarii*, fragment rozprawy doktorskiej pisanej pod kierunkiem prof. Włodzimierza Winclawskiego, Instytut Socjologii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Pietraszewski I.**, 2010, *Being a Jazz Musician in Poland*, (in:) *Jazz behind the iron curtain*, Pickhan G., Ritter R. (eds.), Frankfurt am Main: Peter Lang, pp. 145–153.
- Pietraszewski I.**, 2011a, *Jazz ako sociologický fenomén v Pol'sku*, „Musicologica”, nr 1, ss. 9–19.
- Pietraszewski I.**, 2011b, *Przebieg zmiany społeczno-kulturowej na przykładzie jazzu w Polsce*, (w:) Zalewska D. (red.), *Kulturowe czynniki zmiany społecznej*, Wrocław: Wydawnictwo OPSIS, ss. 27–68.
- Pietraszewski I.**, 2011c, *The Collective Identity of Jazz Musicians in Poland: From Stalinism to Democracy*, „Music and Society in Eastern Europe”, vol. 6, pp. 51–66.
- Pietraszewski I.**, 2012a, *Jazz w Polsce. Wolność improwizowana*, Kraków: Nomos; tłum. 2014, Stetkiewicz L. *Jazz In Poland. Improvised Freedom*, Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Pietraszewski I.**, 2012b, *Kontrola ciała w praktyce suizen*, (w:) Banaszak E., Czajkowski P., Florkowski R. (red.), *Fenomeny kontroli ciała*, Warszawa: Difin.
- Pinch T., Bijsterveld K.**, 2004, *Sound Studies: new Technologies and Music*, *Social Studies of Science*, no. 5(34), pp. 635–648.
- Podlipniak P.**, 2007, *Uniwersalia muzyczne*, Poznań: Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk.
- Przerembski Z.**, 1981, *Z badań nad preferencjami muzycznymi górali podhalańskich*, „Muzyka”, nr 3–4, ss. 85–112.
- Reiss J.**, 1928a, *Muzyka jako czynnik wychowawczy*, „Muzyk Wojskowy”, 15 stycznia, ss. 3–5 oraz 1 lutego, ss. 3–5.
- Reiss J.**, 1928b, *Socjologia muzyczna*, „Lwowskie Wiadomości Muzyczne i Literackie”, 1 maja, ss. 14–15.
- Reiss J.**, 1935, *Socjologiczne podłoże śląskiej pieśni ludowej*, Katowice: Wydawnictwa Instytutu Śląskiego.
- Reiss J.**, 1946, *Najpiękniejsza ze wszystkich jest muzyka polska: szkic historycznego rozwoju na tle przeobrażeń społecznych*, Kraków: T. Gieszczykiewicz.
- Schafer M.**, 1982, *Muzyka środowiska*, „Res Facta”, nr 9, ss. 288–315.
- Schutz A.**, 2008, *Wspólne tworzenie muzyki. Studium relacji społecznych*, (w:) Schutz A., *O wielości światów. Szkice z socjologii fenomenologicznej*, Kraków: Nomos.
- Silberman A.**, 1962, *Miejsce socjologii muzyki w obrębie socjologii i muzykologii*, „Muzyka”, nr 1, ss. 1–31.
- Skotnicka-Illasiewicz E.**, 1975, *Elementy socjologicznej krystalizacji zakresu i terenu badań nad życiem muzycznym współczesnego społeczeństwa*, (w:) *Muzyka a społeczeństwo. Przegląd zagadnień z socjologii muzyki*, Opole: Wydział Kultury i Sztuki Urzędu Wojewódzkiego, ss. 9–12.
- Skotnicka-Illasiewicz E.**, 1981, *Kultura muzyczna środowisk robotniczych*, Warszawa: IFiS PAN.

- Skotnicka-Illasiewicz E.**, 1978, *Socjologiczna monografia współczesnego środowiska kompozytorów*. Niepublikowana praca doktorska napisana w Instytucie Sztuki Polskiej pod kierunkiem Marcina Czerwińskiego.
- Skowron Z.**, 2008, *Muzyka – jej struktura, przeżycie i przesłanie. W kręgu dociekań muzyczno-estetycznych Zofii Lissy*, (w:) Lissa Z. (red.), *Wybór pism estetycznych*, Kraków: Universitas, ss. VII–XXX.
- Socha Z.**, 2011, *Między bytem a niebytem. Socjologia muzyki w Polsce*, „Muzyka”, nr 4, ss. 5–24.
- Sozańska A., Szyszka K., Zalewski K.**, 2012, *Muzyka w życiu codziennym studentów Uniwersytetu Wrocławskiego*, „Przegląd Uniwersytecki”, nr 6–8, ss. 29–31.
- Staniszki J.**, 2007, *Bywa, że mężczyźni do czegoś się przydadają*, wywiad Magdaleny Miecznickiej, „Dziennik”, 23 grudnia, na: <http://wiadomosci.dziennik.pl/wydarzenia/artykuly/66434,staniszki-bywa-ze-mezczyzni-do-czego-sie-przydaja.html>, dostęp (03.03.2015)
- Staszczak Z.** (red.), 1987, *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, Warszawa: PWN.
- Stęszewski J.**, 2009, *Rzeczy, świadomość, nazwy. O muzyce i muzykologii*, Poznań: Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk.
- Sułkowski B.**, 2002, *Sztuka*, (w:) *Encyklopedia Socjologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa, ss. 164–171.
- Supičič I.**, 1969, *Wstęp do socjologii muzyki*, tłum. Stefan Zalewski, Warszawa: PWM.
- Szacka B.**, 2003, *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Szacki J.**, 1991, *Refleksje nad historią socjologii*, w: Szacki J., *Dylematy historiografii idei oraz inne szkice i studia*, Warszawa: PWN, ss. 20–37.
- Szczepański J.**, 1970, *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa: PWN.
- Szlendak T.**, 1998, *Technomania. Cyberplemię w zwierciadle socjologii*, Toruń: Graffiti BC.
- Sztompka P.**, 2002, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków: Znak.
- Targowska K.**, 2010, *Kultura muzyczna Łodzi – artyści i instytucje*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Oeconomica”, nr 245, ss. 199–210.
- Trębaczewska M.**, 2011, *Między folklorem a folkiem. Muzyczna konstrukcja nowych tradycji we współczesnej Polsce*, Warszawa WUW.
- Vogel B.**, 1988, *Budownictwo fortepianów na ziemiach polskich od połowy XVIII w. do II wojny światowej*, Warszawa: PWN
- Wagner I.**, 2005, *Sprzężenie karier. Konstrukcja karier w środowiskach artystycznych i intelektualnych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 1, nr 1, ss. 20–41.
- Wagner I.**, 2011, *Transnational Careers in the Virtuoso World*, (w:) Mathieu Ch. (ed.), *Careers in Creative Industries*, London–New York: Routledge.
- Wagner I.**, w druku, *Producing excellence. The Making of Virtuosos*, Nowy Jork: Rutgers University Press.
- Wertenstein-Żuławski J.**, 1990, *To tylko rock'n'roll*, Zarząd Główny Związku Polskich Autorów i Kompozytorów: Warszawa.
- Wertenstein-Żuławski J.**, 1991, *Karnawał szarych ludzi: Jarocin 1980–1986*, (w:) Pęczak M. i Wertenstein-Żuławski J. (red.), *Spontaniczna kultura młodzieżowa, Wybrane problemy*, Wrocław: Wiedza o kulturze.
- Wertenstein-Żuławski J.**, 1993, *Między nadzieją a rozpaczą. Rock – młodzież – społeczeństwo*, Instytut Kultury: Warszawa.
- Wieczorek S.**, 2014, *Na froncie muzyki. Socrealistyczny dyskurs o muzyce w Polsce w latach 1948–1955*, Wrocław: WUWr.

- Wyrzykowska K.**, 2012, *Muzyka i nowe media (wybrane zagadnienia)*, (w:) *Pomiędzy realnością i wirtualnością. Internet i nowe technologie w życiu codziennym*, Gdańsk–Warszawa: Ośrodek Badań i analiz Społecznych i Warsztaty Analiz Socjologicznych, s. 40–52, dostępne na: <http://obias.nazwa.pl/wp/wp-content/uploads/2012/01/Pomiedzy-realnoscia-i-wirtualnoscia-1.pdf> (03.03.2015).
- Wyrzykowska K.**, 2015, *Uczestnictwo młodzieży w kulturze muzycznej jako element jej stylu życia*, Warszawa: IFiS PAN. Niepublikowana praca doktorska.
- Zwoliński A.**, 2004, *Dźwięk w relacjach społecznych*, Kraków: WAM.
- Zybertowicz A.**, 1995, *Przemoc i poznanie. Studium z nie-klasycznej socjologii wiedzy*, Toruń: WUMK.
- Żerańska-Kominek S.**, 1990, *Muzyka w przemianach tradycji etnicznej Litwinów w Polsce*, (w:) Żerańska-Kominek S. (red.), *Kultura muzyczna mniejszości narodowych w Polsce. Litwini, Białorusini, Ukraińcy*, Warszawa: Stanisław Kryciński.
- Żórawska-Witkowska A.**, 2005, *Muzyka na dworze Jana Klemensa Branickiego*, (w:) Kostkiewiczowa T., Ročko A. (red.), *Dwory magnackie w XVIII wieku. Rola i znaczenie kulturowe*, Warszawa, ss. 221–245.

Ziemowit Socha

THE CONDITION OF THE SOCIOLOGY OF MUSIC IN POLAND. PAST, PRESENT AND PERSPECTIVES

Abstract

First aim of a text is to present the state of sociology of music in Poland in the context of development of sociology in Poland. Second, is to interpret it in sociological terms and attempt to explain mentioned underdevelopment's reasons. The text is summary of library queries, publication analysis and conducted by the author interviews with 25 researchers. There has been applied a model of idea circulation in science from Bruno Latour's work to review and explain the situation of sociology of music in Poland.

Keywords: sociology of music, sociology in Poland, actor-network theory (ANT), sociology of knowledge, new history of sociology, anthropology of science

PATRYK GAŁUSZKA
Uniwersytet Łódzki*

NOWE NURTY BADAWCZE W STUDIACH NAD MUZYKĄ POPULARNĄ – PRZEGLĄD WYBRANYCH KONCEPCJI

Streszczenie

W artykule dokonano przeglądu wybranych koncepcji wykorzystywanych przez badaczy z kręgu studiów nad muzyką popularną. Cechą wspólną tych koncepcji jest wykorzystywanie lub nawiązywanie do dorobku socjologii. Ukazane są takie obszary badań, jak: studia nad fanami, koncepcja produkcji kultury, koncepcja scen muzycznych, koncepcja pola produkcji kulturowej oraz koncepcja neoplemion. Prezentacja tych koncepcji stanowi głos w dyskusji nad rozwojem socjologii muzyki w Polsce.

Słowa kluczowe: studia nad muzyką popularną, socjologia muzyki, sceny muzyczne, fani, pole produkcji kulturalnej, neoplemiona

WSTĘP

Muzyka popularna przez wiele lat nie budziła zbyt dużego zainteresowania badaczy. Była ona traktowana jako zagadnienie niepoważne, w najlepszym wypadku niewarte uwagi naukowców. Amerykański kulturoznawca Lawrence Grossberg [1992] wspomina, z jak dużym oporem środowiska akademickiego spotkały się próby uruchomienia na jego uczelni kursu poświęconego analizie muzyki rock'n'rollowej. Jeśli muzyka popularna stawała się przedmiotem analizy, była ona zazwyczaj dokonywana z wykorzystaniem teorii krytycznej, zgodnie ze sposobem myślenia zaproponowanym przez Theodora Adorno [1976] pod

* Dr, adiunkt, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Ekonomii, Katedra Funkcjonowania Gospodarki; e-mail: galuszka@uni.lodz.pl

koniec lat 40. XX w. Pierwszymi monografiami naukowymi, które analizowały muzykę popularną w inny sposób i zdołały zaistnieć w obiegu międzynarodowym, były wydane w 1977 *Rock'n'roll Is Here to Pay* [Chaple, Garofalo 1977] oraz opublikowane rok później *The Sociology of Rock* [Frith 1978].

Dzisiaj badanie muzyki popularnej nie jest niczym zaskakującym. W międzynarodowym obiegu naukowym istnieje szereg czasopism publikujących artykuły poświęcone muzyce popularnej, a przynajmniej trzy uznane tytuły – *Popular Music and Society*, *Popular Music* oraz *Journal of Popular Music Studies* – zajmują się wyłącznie nią. Muzyka popularna, jej historia, powstawanie, recepcja i dystrybucja są przedmiotem zainteresowania zarówno dyscyplin do tego predysponowanych – studiów kulturowych, medioznawstwa, muzykologii i socjologii, jak i, zdawałoby się nieco bardziej odległych, takich jak ekonomia, prawo i zarządzanie. W efekcie o muzyce popularnej pisze się z wielu perspektyw, choć można odnieść wrażenie, że cały czas niedostatecznie dużo, szczególnie wzięwszy pod uwagę istotność muzyki jako wszechobecnego produktu kultury, wprowadzanego na rynek przez stosunkowo silną branżę o globalnym zasięgu i mającego silny wpływ na odbiorców.

Celem niniejszego artykułu jest przegląd tych grup tematów podejmowanych przez badaczy z kręgu studiów nad muzyką popularną, które czerpią najmocniej z dorobku socjologii. Z racji ograniczonego miejsca, narzuconego przez formę artykułu, nie jest to przegląd wyczerpujący. Należy go raczej traktować jako ukazanie kilku wybranych koncepcji, które w ostatnich latach były najczęściej wykorzystywane w socjologicznych publikacjach poświęconych muzyce popularnej. Biorąc pod uwagę niedostatek nowych publikacji i badań z kręgu socjologii muzyki w Polsce¹ [Socha 2011], niniejszy artykuł może stanowić inspirację do głębszych studiów omawianych koncepcji przez badaczy działających lub rozważających prowadzenie badań w tym obszarze.

Pierwsza część tekstu wyjaśnia, czym są studia nad muzyką popularną i jakie mają związki z socjologią. Kolejne części skupiają się na wybranych, interesują-

¹ Ziemowit Socha cytuje Michała Bristigera, który zauważa, że „Polska jest krajem, który nie ma socjologii muzyki...” [Socha 2011: 5]. Abstrahując od tego, jak zdefiniujemy socjologię muzyki (zob. kolejne sekcje niniejszego artykułu) oraz jak szeroko rozumieć będziemy pojęcie „muzyka popularna” (definiowanie tego pojęcia wykracza poza zakres niniejszego tekstu), można zaryzykować stwierdzenie, że nawet jeśli powstają w Polsce nowe prace poświęcone socjologii muzyki (wymienia je cytowany Socha), to nie wchodzą one zbyt często do międzynarodowego obiegu naukowego. Niniejszy tekst może być zatem potraktowany jako wskazanie koncepcji, z którymi polscy badacze muzyki popularnej chcący włączyć się w międzynarodową debatę, mogliby wejść w polemikę, lub do których mogliby nawiązać w badaniach empirycznych.

cych dla socjologów, obszarach badań, takich jak: studia nad fanami, koncepcja produkcji kultury, koncepcja scen muzycznych, koncepcja pola produkcji kulturowej oraz koncepcja neoplemion.

STUDIA NAD MUZYKĄ POPULARNĄ A SOCJOLOGIA MUZYKI (POPULARNEJ)

Centrum debaty na temat muzyki popularnej stanowią studia nad muzyką popularną. Odrębność studiów nad muzyką popularną jest kwestią umowną, istotną przede wszystkim z powodów instytucjonalnych i dydaktycznych, a nie naukowych. Z naukowego punktu widzenia można mówić o wspólnym przedmiocie badań – muzyce popularnej – oraz szeregu dyscyplin, które się nią zajmują: przede wszystkim socjologii, studiach kulturowych, muzykologii i medioznawstwie. Niejednokrotnie badacze wywodzący się z jednej z tych dyscyplin analizują muzykę popularną, stosując metody charakterystyczne dla swojej dyscypliny lub wybierają szersze, interdyscyplinarne podejście. Nie czyni to ze studiów nad muzyką popularną odrębnej – z naukowego punktu widzenia – dyscypliny. Pewne przejawy odrębności można jednak dostrzec, przyjmując perspektywę instytucjonalną i dydaktyczną. Z instytucjonalnego punktu widzenia badacze muzyki popularnej znajdują wspólną platformę w postaci Międzynarodowego Stowarzyszenia Badań nad Muzyką Popularną (International Association for the Study of Popular Music) – organizacji, która m.in. co dwa lata organizuje światowy kongres skupiający najistotniejszych naukowców pracujących w dyscyplinie oraz wydaje własne czasopismo (*IASPM Journal*). Organizacja ta ma szereg gałęzi, które działają prężnie na poziomie krajowym (np. amerykańskie IASPM-US) lub ponadregionalnym (np. IASMP Norden, zrzeszające członków z krajów skandynawskich²). Z dydaktycznego punktu widzenia również można mówić o pewnej odrębności studiów nad muzyką popularną, czego przejawem są jednostki dydaktyczno-naukowe, takie jak np. Institute of Popular Music na University of Liverpool lub Institute for Popular Music na University of Rochester oraz mająca charakter praktyczny Popakademie Baden-Wuerttemberg (posługująca się anglojęzyczną nazwą University of Popular Music and Music Business).

Niezależnie od tego, jak postrzegać będziemy studia nad muzyką popularną, znaczna część badaczy pracujących w tym obszarze to socjolodzy, a socjologiczny

² Warto przy tym wspomnieć, że nie istnieje polski oddział tego stowarzyszenia, choć funkcjonuje oddział węgierski (IASPM Hungary), a przez lata istniał oddział bułgarski.

punkt widzenia odcisnął na studiach nad muzyką popularną istotne piętno. Wiąże się z tym debata toczona pomiędzy socjologami zajmującymi się muzyką a przedstawicielami innych dyscyplin zainteresowanych tym tematem. Dobrze ujęła to Tia DeNora, rozróżniając socjologię muzyki (*sociology of music*) i socjologię muzyczną (*music sociology*). Zwraca ona uwagę na to, że: „prace socjologów poświęcone muzyce mogą prawie w całości być scharakteryzowane jako socjologia muzyki, to znaczy socjologia tego, jak aktywność muzyczna (kompozycja, występ, dystrybucja, recepcja) jest kształtowana społecznie” [DeNora 2003: 36]. Zdaniem autorki „większość socjologów nie zajmuje się pytaniami o ściśle muzyczne cechy muzyki i to w jaki sposób «oddziałują» one na tych, którzy się z nimi stykają” [tamże: 36]. W efekcie, pisze DeNora: „socjologowie bardzo irytują muzykologów sugestiami, że znaczenie muzyki – jej asocjacje, konotacje i wartości – wyprowadzić można wyłącznie z (...) tego co «mówi się» o muzyce” [tamże: 36]. Stąd propozycja autorki, by używać pojęcia „socjologii muzycznej” do opisu tych zagadnień, które są związane z bardziej „muzykologicznymi” (a nie „społecznymi”) aspektami muzyki.

Poczynienie tego rozróżnienia jest istotne, nie zmienia jednak faktu, że większość badań muzyki popularnej, jakie prowadzą socjolodzy (wnosząc po zawartości publikacji w czasopismach poświęconych tej tematyce), dotyczy muzyki jako zjawiska społecznego, a więc pierwszego z rozumień wyróżnionych przez DeNore (*sociology of music*). W związku z tym kolejne części niniejszego tekstu stanowić będą przegląd tych zagadnień z zakresu socjologii muzyki, które są zarazem trzonem dyskusji prowadzonych w studiach nad muzyką popularną.

STUDIA NAD FANAMI

O fanach pisał już T. Adorno, postrzegając ich jako „zagubionych w tłumie”, kategorię osób „łatwo manipulowanych przez zbiorowość” lub jako „wyalienowanego, słabo zsocjalizowanego samotnika w *jego sypialni*” [Negus 1997: 10–11, kursywa tak jak w oryginale]. Ten sposób postrzegania fanów wywarł piętno na tym, jak przez dziesięciolecia postrzegano najbardziej zaangażowanych odbiorców mediów. Zarówno w literaturze przedmiotu jak i w mediach pokazywano fanów jako, w najlepszym przypadku, zbiorowości niegroźnych dziwaków (np. utrzymane w ironicznym tonie relacje ze spotkań fanów filmów *Star Wars*), lub w bardziej radykalnej wersji jako patologię, mogącą zagrozić porządkowi społecznemu (np. spotykany do dziś sposób przedstawiania muzyki metalowej w mediach głównego nurtu) [Jenson 1992: 9].

Zmiana sposobu, w jaki akademicy analizują odbiorców tekstów medialnych, zajęła lata. Jednym z istotnych etapów zmiany postrzegania słuchaczy były prace powstałe w Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) w Birmingham, choć należy podkreślić, że muzyka nie była głównym przedmiotem zainteresowania tego ośrodka [Hesmondhalgh 2005]. W dorobku CCCS publikacją, w której najwięcej miejsca poświęcono muzyce, jest *Subculture: The Meaning of Style* [Hebdige 1979]. Ukazuje ona uczestnictwo w subkulturach jako formę symbolicznego oporu przedstawicieli klas społecznych znajdujących się w gorszej niż klasy dominujące pozycji. Z punktu widzenia studiów nad muzyką popularną najistotniejszym w publikacji Dicka Hebdira jest zerwanie z postrzeganiem słuchaczy jako biernych odbiorców produktów przemysłu kultury. Aktywna rola odbiorców jest kluczowym wątkiem w studiach nad fanami, a wspomniana publikacja może być uznana za jeden z kroków prowadzących do będącej tego przejawem opinii, stanowiącej, że odbiorcy „angażują się w różnym stopniu w semiotyczną produktywność, wykorzystując produkty przemysłów kultury do produkcji znaczeń i doznawania przyjemności, które odpowiadają ich sytuacji społecznej” [Fiske 1992: 30]. Innymi słowy, to nie wszechmocny przemysł kultury narzuca odbiorcom swoje produkty, to odbiorcy sami tworzą dobra kultury, wykorzystując produkty przemysłów kultury jako surowiec.

Za przełom w postrzeganiu roli fanów można uznać rok 1992, gdy ukazały się takie prace, jak *Adoring Audience* [Lewis 1992], *Textual Poachers* [Jenkins 1992] oraz *Enterprising Women* [Bacon-Smith 1992]. Wprawdzie muzyka nie była głównym obszarem zainteresowań tych publikacji, jednak sposób koncentracji na odbiorcach – pokazujący ich siłę i kreatywność – stanowił zdecydowane odejście od krytycznego tonu Adorno i jego następców. Poza inspiracją wcześniejszymi pracami CCCS, kluczowym czynnikiem sprzyjającym zmianie postrzegania fanów był fakt, że autorzy tacy jak Henry Jenkins sami definiowali się jako fani tekstów medialnych, nazywając siebie „*aca-fans*” (połączenie słów *academic* i *fan*). Umożliwiło im to spojrzenie na odbiorców tekstów medialnych w inny sposób i dało początek dynamicznemu rozwojowi dyscypliny określanej mianem *fan studies*. Przejawem tego było m.in. powstanie czasopism poświęconych wyłącznie analizie odbiorców, takich jak np. *Journal of Fan Studies* oraz *Transformative Works and Cultures*. Ciekawym jest jednak to, że początkowo głównym przedmiotem zainteresowania badaczy nie byli fani muzyki, a publikacji im poświęconych ukazywało się stosunkowo niewiele (istotnym wyjątkiem była poświęcona fanom muzyka rockowego Bruce’a Springsteena praca Cavicchiego z 1998). Sytuacja ta uległa jednak po pewnym czasie zmianie, czego przejawem są m.in. książki Marka Duffetta [2013a, 2013b] oraz dwa numery specjalne

czasopisma *Popular Music and Society* poświęcone fanom muzyki (wydane w 2013 i 2015 r.).

Obecnie najistotniejszym obszarem badań społeczności fanów muzyki wydają się być analizy wpływu nowych technologii komunikacyjnych (Internet, serwisy społecznościowe) na relacje pomiędzy fanami, artystami i branżą muzyczną. Nie sposób jest omówić wszystkich analizowanych wątków, warto jednak zaznaczyć linię podziału pomiędzy dwoma najistotniejszymi punktami widzenia. Jedna grupa badaczy uważa, że dzięki Internetowi łatwiejsza staje się bezpośrednia komunikacja artystów z publicznością, co sprzyja demokratyzacji branży muzycznej [Fox 2004; McLeod 2005]. Badacze ci żywią m.in. nadzieję, że Internet umożliwi niemal całkowite wyeliminowanie pośredników pomiędzy artystą a słuchaczami, przejawiające się np. tym, że dzięki własnej stronie internetowej artysta będzie mógł sam sprzedawać swoje nagrania odbiorcom. Nancy Baym i Robert Burnett [2009] wspierają tę opinię przykładami funkcjonowania wzajemnych powiązań pomiędzy fanami i artystami dających obu stronom korzyści. Kluczem do budowania relacji, która nie kończy się eksploatacją jednej strony przez drugą, jest równorzędność obu stron oraz oparcie relacji na kombinacji kultury daru i rynku. Baym wyjaśnia, że taka kombinacja może oznaczać np. udostępnienie słuchaczom nagrań w Internecie za darmo (dar), co może przełożyć się na korzyści polegające na zwiększeniu widowni na koncertach (rynek) [2011]. Należy jednak podkreślić, że tego typu procesy trudno jest uogólniać – mogą one zachodzić w przypadku jednych gatunków muzyki, a kompletnie nie istnieć w przypadku innych [Gałuszka 2015].

Druga grupa badaczy przyjmuje bardziej krytyczną postawę, argumentując, że nowe technologie komunikacyjne jedynie w niewielkim stopniu zmieniają układ sił pomiędzy największymi podmiotami na rynku mediów, nie naruszając istoty systemu [Hesmondhalgh 2009; Rogers 2013]. Dobrze pokazuje to opinia mówiąca, że „kryzys i chaos w branży muzycznej we wczesnych latach pierwszej dekady XXI w. nie był niczym bezprecedensowym, a (...) digitalizacja jest tylko jedną z serii innowacji technologicznych, które oddziaływały na biznes muzyczny w przeciągu minionego stulecia” [Hesmondhalgh 2009: 68–69]. Zwraca się też uwagę na to, że wraz z upowszechnieniem się bezpośredniej komunikacji fanów, artystów i branży fonograficznej pojawiają się nowe zagrożenia, takie jak np. wyzysk, któremu mogą podlegać zarówno fani, jak i artyści [McLean, Oliver, Wainwright 2010; Yang 2009]. Wyzysk taki może polegać np. na wykorzystywaniu fanów, którzy kierując się dobrem swojego idola, chętnie angażują się w świadczenie darmowej pracy (np. promowania artysty w Internecie), której owoce – ekonomiczne korzyści – zbierają wydawcy nagrań. Przedstawiciele nurtu

krytycznego uważają ponadto, że Internet otwiera szerokie pole do manipulacji. Dobrze pokazuje to opinia Matthew Guschwana [2012], który pisze o ryzyku wykorzystania fanów przez „menedżerów marki skłonnych do kulturywania pracy konsumentów, którzy tworzą pseudo-fanowską społeczność celem wyparcia potencjalnego oporu wiążącego się z kulturą uczestnictwa” [tamże: 26]. Z jednej strony zatem potencjał ekonomiczny fanów jest wykorzystywany do świadczenia darmowej pracy, z drugiej możliwość jej świadczenia, odpowiednio sterowana przez przedstawicieli biznesu, ma na celu skanalizowanie wywrotowego potencjału społeczności fanowskich. Chodzi o to, by zamiast angażować się w działania potencjalnie ryzykowne dla biznesu (np. mogące służyć naruszeniu praw autorskich), działali oni na rzecz marki (np. artyści, portalu muzycznego, festiwalu), służąc jej wzmacnianiu. Postrzeganie zbiorowości odbiorców jako podmiotu, którym można łatwo manipulować, stanowi w pewnym sensie powrót do koncepcji Adorno i jego analiz wpływu „przemysłu kultury”.

KONCEPCJA PRODUKCJI KULTURY

O ile badania fanów można określić mianem interdyscyplinarnego obszaru badań z silnie zaznaczoną pozycją socjologii i studiów kulturowych, o tyle koncepcja produkcji kultury ma genezę i charakter ściśle socjologiczny. Sięga ona swoimi korzeniami lat 60. XX w., gdy badacze reprezentujący socjologię przemysłu zastosowali jej koncepcje do analizy branży rozrywkowej [Hirsch 1972; Peterson, Berger 1971; Peterson, DiMaggio 1975]. Z czasem wyłoniła się z tego perspektywa skupiająca się na wyjaśnieniu „w jaki sposób symboliczne elementy kultury są kształtowane przez systemy, w ramach których są tworzone, dystrybuowane, oceniane, nauczane i zachowywane” [Peterson, Anand 2004: 311]. Kluczowymi elementami modelu produkcji kultury są: technologia, prawo i regulacja, struktura branży, struktura organizacyjna, ścieżki kariery i rynek. Wszystkie sześć elementów modelu (wcześniej wykorzystywano model złożony z mniejszej liczby elementów) zostało po raz pierwszy wykorzystane przez Richarda Petersona [1990] dla wyjaśnienia zmian zachodzących w amerykańskiej muzyce rozrywkowej w latach 1954–56. Autor dochodzi do konkluzji, że początek kariery Elvisa Presleya, a zarazem początek wielkiej popularności muzyki rock’n’rollowej, przypadł na rok 1955, ponieważ w otoczeniu branży fonograficznej zaistniały pewne czynniki instytucjonalne, które sprzyjały popularyzacji tego typu twórczości. Jednym z takich czynników było upowszechnienie się nowego wówczas formatu nagrań – płyty winylowej – której wprowadzenie zmieniło pozycję rynkową niewielkich wytwórni muzycznych. Cechą charakterystyczną płyt winylowych

była większa trwałość niż popularnych wcześniej płyt szelakowych. W efekcie, mali wydawcy, funkcjonujący do tej pory na obrzeżach rynku, po raz pierwszy w historii mogli wysyłać swoje nagrania do stacji radiowych w całym kraju, nie ryzykując przy tym ponoszenia znacznych strat z tytułu uszkodzeń płyt w trakcie transportu [tamże]. Peterson pisze, że we wczesnych latach 50. XX w. „przemysł muzyczny nie był w stanie dostrzec dużego, niezaspokojonego popytu na dużą różnorodność w muzyce oraz wysiłków muzyków, którzy mogliby zaspokoić ten popyt” [tamże: 113]. Dopiero zmiana czynników w otoczeniu branży muzycznej przesądziła o zaspokojeniu wspomnianego popytu przez podmioty, które nie miały wcześniej szans, by trafić ze swoją ofertą do szerszego grona odbiorców.

Przykładami innych publikacji wykorzystujących tę koncepcję są m.in. [Anand, Peterson 2000], [Anand, Watson 2004], [Crane 1992], [du Gay 1997]. Przykładem wykorzystania tej koncepcji z zastosowaniem danych empirycznych pozyskanych w Polsce jest raport *Rynek fonograficzny w Polsce 2011/2012* [Gałuszka et al. 2013].

SCENY MUZYCZNE I POLE PRODUKCJI KULTUROWEJ

Pojawienie się koncepcji scen muzycznych można traktować jako próbę naukowego wykorzystania terminu, który od dłuższego czasu funkcjonował w prasie muzycznej. W 1991 Will Straw zdefiniował scenę muzyczną jako „przestrzeń kulturową, w której współlistnieje szereg praktyk muzycznych wchodzących ze sobą w interakcję w ramach procesów różnicowania się i według zróżnicowanych trajektorii wzajemnych zmian i wzajemnego inspirowania się” [1991: 373]. Ta dość złożona definicja akcentowała „przestrzeń kulturową”, a zatem odchodziła od potocznego rozumienia sceny w jej wymiarze geograficznym (np. scena rockowa w Austin w Teksasie opisana przez Barry’ego Shanka [1994]). W 2004 Andy Bennett i Richard Peterson doprecyzowali definicję scen muzycznych, określając je jako „sytuacje, w których wykonawcy, infrastruktura pomocnicza i fani działają wspólnie, aby kolektywnie tworzyć muzykę dla własnej przyjemności” [2004: 3]. Argumentują oni, że „organizacja scen muzycznych na wiele sposobów różni się od organizacji globalnego przemysłu muzycznego, w przypadku którego relatywnie niewielka liczba osób tworzy muzykę na rynek masowy” [tamże: 3]. Co ciekawe, autorzy podejmują próbę uwzględnienia także geograficznych aspektów pojęcia sceny, dzieląc sceny na lokalne, trans-lokalne i wirtualne. Zdaniem Bennetta i Petersona, sceny lokalne koncentrują się wokół konkretnego miejsca, np. miasta, sceny trans-lokalne powstają gdy rozrzucone po świecie sceny lokalne „nawiązują regularną komunikację dotyczącą konkretnej

formy muzyki i stylu życia” [tamże: 6] oraz sceny wirtualne, w przypadku których „ludzie zamieszkali w odległych od siebie miejscach tworzą scenę poprzez fanziny i w coraz większym stopniu przez Internet” [tamże: 7]. Najczęściej sceny muzyczne są zorganizowane wokół konkretnego gatunku muzyki, tak jak np. scena muzyki post-rock [Hodgkinson 2004], scena muzyki rave [Anderson 2009] lub scena muzyki punkowej [Gosling 2004]. Każdy z gatunków ma swoje specyficzne cechy, przekładające się na funkcjonowanie danej sceny. Przykładowo, w przypadku alternatywnego rocka szczególne znaczenie ma znajomość przez odbiorców pewnego kanonu nagrań złożonego z tytułów konkretnych płyt lub artystów, których „wypada znać” [Straw 1991]. W przypadku scen muzyki elektronicznej sytuacja jest bardziej złożona z powodu oparcia promocji muzyki elektronicznej nie na zespołach lub indywidualnych postaciach (choć popularni DJe cieszą się statusem gwiazd), ale na podgatunkach tej muzyki. Jak wykazała analiza Kembrew McLeoda, w dwóch tylko latach – 1998 i 1999 równolegle funkcjonowało ponad 300 nazw podgatunków muzyki elektronicznej [2001]. Choć w muzyce rockowej również funkcjonuje szereg podgatunków, ich liczba jest jednak nieporównanie mniejsza. Uczestnicy scen rockowych, zarówno słuchacze, jak i wydawcy nagrań, komunikują się między sobą, odwołując się do konkretnych tytułów płyt i nazw artystów, podczas gdy uczestnikom scen muzyki elektronicznej służą do tego nazwy podgatunków – zarówno zupełnie nowe, jak i odwołujące się do tego, co jest już uczestnikom danej sceny znane.

Przy pojęciu gatunku muzyki należy zatrzymać się na dłuższą chwilę. Pojęcie to jest przedmiotem niezliczonych debat, zarówno między słuchaczami, jak i między muzykologami oraz przedstawicielami nauk społecznych. Muzykolodzy, analizując dany gatunek muzyki, zwracają uwagę na jego cechy – instrumentarium, tempo, brzmienie, etc. Przedstawiciele nauk społecznych kładą nacisk na społeczny kontekst danego gatunku, czego dobrym przykładem jest pokazane wcześniej rozróżnienie pomiędzy gatunkami rockowymi a muzyką elektroniczną. Jennifer Lena i Richard Peterson [2008] wykorzystali to drugie rozumienie gatunku muzycznego do zaproponowania niezwykle ciekawego rozszerzenia koncepcji scen muzycznych. Wychodząc od definicji, mówiącej że „gatunki muzyki to systemy orientacji, oczekiwań i konwencji, które łączą przemysł muzyczny, artystów, krytyków i fanów w tworzeniu tego, co ich zdaniem jest posiadającym własne cechy rodzajem muzyki” [tamże: 698], autorzy argumentują, że rozwój gatunków muzycznych przebiega według powtarzalnych schematów. Ich zdaniem gatunki muzyki przechodzą przez etap awangardy (niewielu uczestników, znikoma obecność w świadomości społecznej, eksperymentatorski charakter), etap sceny muzycznej (uczestnicy tworzący społeczność, obecność w świadomości społecz-

nej głównie na poziomie lokalnym, dążenie do utrwalenia charakterystycznego brzmienia), etap przemysłowy (wielu uczestników, duża rola przemysłów kultury, brzmienie podporządkowane celom branży) oraz etap tradycjonalistyczny (ograniczona liczba uczestników pielęgnujących pamięć o czasach świetności gatunku, troska o „czystość” brzmienia) [tamże: 702]. Nie każdy gatunek muzyki musi przejść przez wszystkie wymienione etapy – autorzy pokazują różne typy trajektorii, jakie stają się udziałem różnych gatunków. Kategoryzacja zaproponowana przez Lenę i Petersona jest o tyle ciekawa, że godzi koncepcję sceny muzycznej z wiedzą o funkcjonowaniu branży fonograficznej. Jak wspomniano wcześniej, ważną częścią definicji sceny muzycznej [Bennett, Peterson 2004] jest przeciwstawienie jej przemysłowi produkującemu nagrania na skalę masową. Dzięki zbadaniu ścieżek rozwoju gatunków muzyki wiemy, że należy raczej mówić nie o dychotomii, ale o etapach: najpierw scena, potem – jeśli gatunek się rozwinie – masowa popularność charakterystyczna dla etapu przemysłowego.

Analizując pojęcie sceny muzycznej można dojść do wniosku, że ma ono wiele wspólnego z koncepcją pola produkcji kulturowej zaproponowaną przez Pierre’a Bourdieu [2005]. Pole można zdefiniować jako „ustrukturyowaną przestrzeń pozycji, w których pozycje i związane z nimi zależności są zdeterminowane przez dystrybucję różnych rodzajów zasobów lub «kapitału»” [Thompson 1991: 14]. Pole, podobnie jak kluczowe w teorii Bourdieu koncepcje habitusu i kapitału, zyskały dużą popularność w studiach nad muzyką popularną [zob. np. Moore 2007; Strachan 2007; Thornton 1995]. Badacze muzyki popularnej szczególną uwagę poświęcili produkcji kulturowej na małą skalę. Jak zauważa David Hesmondhalgh, „Bourdieu często pisze o produkcji na małą skalę jako zorientowanej na wytwarzanie dzieł artystycznych w «czystej» formie, a o produkcji masowej jako zorientowanej na wytwarzanie «komercyjnych» dóbr kultury” [2006: 214]. Takie rozróżnienie dobrze koresponduje z analizą scen muzycznych, których uczestnicy niejednokrotnie mocno akcentują swoją niezależność od głównego nurtu muzyki. Najlepiej zanalizowaną w ten sposób sceną (lub – jeśli przyjąć kryteria geograficzne – scenami) jest scena muzyki hard core/punk sięgająca swoimi korzeniami przełomu lat 70. i 80. XX w., gdy w USA i Wielkiej Brytanii podjęto próbę budowy niezależnego od branży fonograficznej systemu produkcji i dystrybucji nagrań. W próbie tej uczestniczyli przede wszystkim muzycy, działający w małej skali wydawcy nagrań i niewielkie sklepy płytowe, których działania skupiły się na budowie infrastruktury umożliwiającej samodzielne wydawanie i dystrybuowanie nagrań lokalnych artystów. Samodzielność wymagała poświęceń (m.in. o charakterze ekonomicznym), wobec czego autorzy określają działania przedstawicieli sceny hard core/punk jako „walkę o autonomię” [O’Connor 2008]. Czynniki ekonomiczne były o tyle istotne,

że bez pewnych inwestycji we wspomnianą infrastrukturę nie można było zaistnieć na rynku z ofertą, jeśli nie chciało się współpracować z funkcjonującymi na rynku przedstawicielami dużych dystrybutorów i koncernów muzycznych. Odrzucenie przez przedstawicieli sceny hard core/punk „reguł gry” [Bourdieu 2005] panujących na polu muzyki komercyjnej – rezygnacja z przedkładania zysku nad jakość artystyczną, zmiana reguł podpisywania kontraktów nagraniowych na korzyść artystów oraz radykalny przekaz polityczno-społeczny – było z ekonomicznego punktu widzenia kosztowne, jednak decydowało o autonomii wobec dominującego pola muzyki komercyjnej. Stąd też bierze się symboliczna wartość „niezależności artystycznej”, akcentowanej także dziś przez wielu artystów i wydawców. Jak to ujął Robert Strachan, opisując funkcjonowanie mikro-wytwórni muzycznych „wytyczenie wyraźnych granic wokół praktyk jest także sposobem wyrażenia oporu wobec dominujących dyskursów kapitalizmu” [2004: 248].

Najistotniejszą, jak się wydaje, różnicą pomiędzy koncepcją scen muzycznych a koncepcją pola produkcji kulturowej, jest kwestia walki o status. W przypadku scen muzycznych nie jest ona – z punktu widzenia uczestników danej sceny – najistotniejsza. W przypadku koncepcji pola produkcji kulturalnej, rywalizacja pomiędzy agentami działającymi w danym polu, a także dążenie do wytyczania widocznych granic pomiędzy polem małej produkcji i produkcji masowej, są kluczowe.

NEOPELEMIONA

Jak wspomniano we wcześniejszej części tekstu, teoria subkultur miała istotny wpływ na rozwój studiów nad fanami. Nie oznacza to jednak, że nie była ona pozbawiona wad. Zarzucano jej m.in. zbyt mocne akcentowanie granic pomiędzy subkulturami, ignorowanie aspektu płci oraz nieprzystawalność konkluzji opartych na analizach brytyjskich subkultur do innych krajów [Bennett 1999]. Krytyka ta zaowocowała poszukiwaniem nowych koncepcji teoretycznych, które mogłyby znaleźć zastosowanie w analizie zachowań zbiorowości słuchaczy nagrań. Bennett zaproponował wykorzystanie w tym celu koncepcji plemion Michela Maffesoliego [1995]. Opierając się na materiale empirycznym zebrany wśród słuchaczy muzyki elektronicznej w Wielkiej Brytanii, Bennett doszedł do wniosku, że związek preferencji muzycznych ze stylem ubioru jest dużo luźniejszy niż sugerowała to teoria subkultur. Jego zdaniem słuchacze nie zwracają tak dużej, jak to wcześniej sądzono uwagi, na to, jak powinien wyglądać typowy przedstawiciel danej subkultury. Wybierając konkretny styl muzyczny i wygląd „grupy społeczne, w które włączają się młodzi ludzie, nie są ściśle przypisane

«subkulturowym» społecznościom, ale raczej przybierają formy nieco bardziej płynne, o charakterze neoplemiennym» [Bennett 1999: 614].

Takie odczytanie Maffesoliego przez Bennetta wzbudziło wiele dyskusji. Ciekawą polemikę zaproponował Hesmondhalgh [2005], który zakwestionował zarówno aktualność teorii subkultur, jak i możliwość jej zastąpienia przez koncepcję plemion. Jego zdaniem propozycja Bennetta sprowadza się do „celebracji konsumeryzmu” [tamże: 25], a koncepcja plemion jest pozbawiona precyzji. Nie wnikając w to, kto ma rację w tym sporze, należy zwrócić uwagę na konkluzję, do której dochodzi Hesmondhalgh. Uważa on, że stawianie znaku równości pomiędzy studiami nad muzyką popularną i badaniami młodzieży (co było powszechne w czasach dominacji teorii subkultur i co zdaniem Hesmondhalgha jest powielane przez Bennetta), to domena przeszłości. Miało ono sens w latach 70. XX w., tzn. w czasach, gdy muzyka popularna (według dzisiejszego rozumienia tego pojęcia) była młoda. Ponieważ dziś młoda już nie jest, należy przestać ją utożsamiać wyłącznie z badaniami tego, jak tworzą i konsumują ją młodzi ludzie. Warto tu podkreślić, że ten kierunek badań został podjęty, czego owocem są np. publikacje Bennetta [2006, 2013] oraz Hodkinsona i Bennetta [2012] dotyczące tego, jak starsi fani artykułują swoje przywiązanie do ulubionych gatunków muzyki.

PODSUMOWANIE

Podsumowując, można wskazać te obszary studiów nad muzyką popularną, które, jak się wydaje, będą się silnie rozwijać w najbliższym czasie. Pierwszym z nich jest analiza wpływu Internetu i cyfryzacji na relacje pomiędzy artystami, słuchaczami i branżą fonograficzną. Jak wspomniano wcześniej, opinie badaczy odnośnie tego wpływu są podzielone i wahają się od entuzjastycznego wieszczenia postępującej demokratyzacji mediów po pesymistyczną dalszą koncentrację sił w rękach kilku największych korporacji. Co ciekawe, podobne rozbieżności opinii istnieją także w środowisku artystów. Przykładowo, muzycy wyrażają tak skrajnie różniące się opinie, jak: „Internet ułatwił kształtowanie najbardziej bezpośredniej i wydajnej relacji, jaka kiedykolwiek miała miejsce pomiędzy zespołem a słuchaczami” [Albini 2014] i „Internet wyssie całą kreatywność z tego świata” [Byrne 2013]. Mimo tego, że trudno jest spodziewać się, by zadowalająca wszystkie strony odpowiedź na pytanie o to, kto ma rację w powyższych sporach, mogła być udzielona szybko, niewątpliwie można się zgodzić z Robin Mansell, która uważa, że badacze powinni zająć się relacjami władzy w nowych mediach oraz „przejawami oddolnego sprzeciwu wobec dominujących metod

podaży i konsumpcji nowych mediów” [2004: 99]. Jest to temat, który powinien zainteresować zarówno socjologów, jak i medioznawców.

Drugim tematem, który wymaga uwagi badaczy, jest powstawanie nowych gatunków i scen muzycznych, często ułatwiane postępem technologicznym oraz możliwością współdziałania amatorów w tworzeniu profesjonalnych nagrań. Nowe technologie komunikacyjne dały bowiem artystom i ich fanom nie tylko nowe narzędzia służące kształtowaniu wzajemnych relacji, ale także nowe narzędzia umożliwiające tworzenie muzyki. To co dawniej było zarezerwowane dla dysponujących kapitałem przedsiębiorców (np. dostęp do studia nagrań), dziś jest w zasięgu ręki każdego, kto ma łatwą do zdobycia wiedzę i dostęp do odpowiedniego, niejednokrotnie taniego, oprogramowania. Jeśli wziąć pod uwagę, że zmieniają się także ekonomiczne podstawy funkcjonowania scen muzycznych, np. pojawiają się metody zbierania środków w Internecie przed powstaniem dobra kultury (*crowdfunding*, zob. Gałuszka, Brzozowska 2015), można się spodziewać powstania nowych form zaangażowania odbiorców w procesy tworzenia karier artystów. Dalsze upowszechnienie się takich form jak remiks lub mash-up rodzić będzie ciekawe napięcia pomiędzy twórcami, amatorami i stojącą na straży prawa autorskiego branżą fonograficzną [zob. Filiciak, Hofmokl, Tarkowski 2012].

Trzecim tematem, a może raczej grupą tematów, są zagadnienia lokalne. Prawdopodobnie w każdym większym kraju funkcjonują sceny, które są na swój sposób unikalne, a którym nie poświęcono dostatecznej uwagi. Należy cieszyć się z tego, że pojawiają się publikacje o polskim hip-hopie [np. Pawlak 2004] oraz metalu [Lutostański 2012], można jednak wskazać na gatunki lub sceny muzyczne, które z powodzeniem funkcjonują na polskim rynku muzycznym, ale nie znajduje to dostatecznego odzwierciedlenia w literaturze naukowej. Przykładem może być muzyka disco polo, która wprawdzie była przedmiotem zainteresowania badaczy [zob. np. Woźniak 1998], jednak wydaje się tematem niedocenionym. Perspektywy analizy tego zjawiska zarówno z wykorzystaniem modelu produkcji kultury (np. rola kaset magnetofonowych w popularyzacji muzyki disco polo w latach 90. XX w.), jak i modelu pola produkcji kulturowej (muzyka disco polo jako gatunek przez lata odrzucany przez niektóre media), wydają się warte uwagi.

BIBLIOGRAFIA

- Adorno T.W.**, 1976, *Introduction to the sociology of music*, New York: The Seabury Press.
- Albini S.**, 2014, *Steve Albini on the surprisingly sturdy state of the music industry – in full*, „The Guardian” (z dnia 17.11.2014), <http://www.theguardian.com/music/2014/nov/17/steve-albinis-keynote-address-at-face-the-music-in-full>
- Anand N., Peterson R.A.**, 2000, *When Market Information Constitutes Fields: Sensemaking of Markets in the Commercial Music Industry*, „Organization Science”, no. 11(3), pp. 270–284.
- Anand N., Watson M.R.**, 2004, *Tournament Rituals in the Evolution of Fields: The Case of the Grammy Awards*, „Academy of Management Journal”, no. 47(1), pp. 59–80. doi:10.2307/20159560.
- Anderson T.L.**, 2009, *Understanding the Alteration and Decline of a Music Scene: Observations from Rave Culture*, „Sociological Forum”, no. 24(2), pp. 307–336. <http://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2009.01101.x>.
- Bacon-Smith C.**, 1992, *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Baym N.K.**, 2011, *The Swedish Model: Balancing Markets and Gifts in the Music Industry*, „Popular Communication”, no. 9(1), pp. 22–38. <http://doi.org/10.1080/15405702.2011.53668>.
- Baym N.K., Burnett R.**, 2009, *Amateur experts International fan labour in Swedish independent music*, „International Journal of Cultural Studies”, no. 12(5), pp. 433–449. <http://doi.org/10.1177/1367877909337857>
- Bennett A.**, 1999, *Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste*, „Sociology”, no. 33(3), pp. 599–617. <http://doi.org/10.1177/S0038038599000371>.
- Bennett A.**, 2006, *Punk's Not Dead: The Continuing Significance of Punk Rock for an Older Generation of Fans*, „Sociology”, no. 40(2), pp. 219–235. <http://doi.org/10.1177/0038038506062030>.
- Bennett A.**, 2013, *Music, Style, and Aging: Growing Old Disgracefully?*, Philadelphia: Temple University Press.
- Bennett A., Peterson R.A.**, 2004, *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*, Nashville: Vanderbilt University Press.
- Bourdieu P.**, 2005, *Principles of an Economic Anthropology*, (w:) N.J. Smelser, R. Swedberg (eds.), *The Handbook of Economic Sociology*, Second Edition, Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Byrne D.**, 2013, *David Byrne: 'The Internet Will Suck all Creative Content out of the World'*, „The Guardian” (z dnia 11.10.2013), <http://www.theguardian.com/music/2013/oct/11/david-byrne-internet-content-world>.
- Cavicchi D.**, 1998, *Tramps Like Us: Music and Meaning among Springsteen Fans*, Oxford, New York: Oxford University Press.
- Chaple S., Garofalo R.**, 1977, *Rock'n'roll is here to pay*, Chicago: Nelson Hall.
- Crane D.**, 1992, *The Production of Culture: Media and the Urban Arts*, London: Sage Publications.
- DeNora T.**, 2003, *After Adorno: Rethinking Music Sociology*, Cambridge: Cambridge University Press.
- du Gay P.D.**, 1997, *Production of Culture/Cultures of Production*, London: Sage Publications.
- Duffett M.**, 2013a, *Popular Music Fandom: Identities, Roles and Practices*, New York: Routledge.

- Duffett M.**, 2013b, *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*, London, New York: Bloomsbury Publishing.
- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A.**, 2012, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*, Centrum Cyfrowe, http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf.
- Fiske J.**, 1992, *The Cultural Economy of Fandom*, (w:) L.A. Lewis, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London, New York: Routledge.
- Fox M.**, 2004, *E-commerce Business Models for the Music Industry*, „Popular Music and Society”, no. 27(2), pp. 201–220, doi:10.1080/03007760410001685831.
- Frith S.**, 1978, *The Sociology of Rock*, London: Constable.
- Galuszka P.**, 2015, *New Economy of Fandom*, „Popular Music and Society”, no. 38(1), pp. 25–43, <http://doi.org/10.1080/03007766.2014.974325>.
- Galuszka P., Brzozowska B.**, 2015, [w druku], *Crowdfunding: Towards a Redefinition of the Artist's Role – the Case of MegaTotal*, „International Journal of Cultural Studies”, pp. 1–17, <http://doi.org/10.1177/1367877915586304>.
- Galuszka P., Korzeniowska K., Wyrzykowska K.M., Jagiello-Skupińska A.**, 2013, *Polski rynek fonograficzny 2011/2012*, Warszawa: Instytut Muzyki i Tańca, Polskie Centrum Informacji Muzycznej, <http://imit.org.pl/uploads/materials/files/Raport%20-%20Rynek%20fonograficzny.pdf>.
- Gossling**, 2004, *“Not for Sale”: The Underground Network of Anarcho-Punk*, (w:) A. Bennett, R.A. Peterson, *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*, Nashville: Vanderbilt University Press.
- Grossberg L.**, 1992, *Is there a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom*, (w:) L.A. Lewis, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London, New York: Routledge.
- Guschwan M.**, 2012, *Fandom, Brandom and the Limits of Participatory Culture*, „Journal of Consumer Culture”, no. 12(1), pp. 19–40, <http://doi.org/10.1177/1469540512438154>.
- Hebdige D.**, 1988, *Subculture, the Meaning of Style*, London: Routledge.
- Hesmondhalgh D.**, 2005, *Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above*, „Journal of Youth Studies”, no. 8(1), pp. 21–40, <http://doi.org/10.1080/13676260500063652>.
- Hesmondhalgh D.**, 2006, *Bourdieu, the Media and Cultural Production*, „Media, Culture & Society”, no. 28(2), pp. 211–231, <http://doi.org/10.1177/0163443706061682>.
- Hesmondhalgh D.**, 2009, *The Digitalisation of Music*, (w:) A.C. Pratt, P. Jeffcutt (eds.), *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*, London: Routledge.
- Hirsch P.M.**, 1972, *Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems*, „American Journal of Sociology”, no. 77(4), pp. 639–659.
- Hodkinson J.A.**, 2004, *The Fanzine Discourse over Post-Rock*, (w:) A. Bennett, R.A. Peterson, *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*, Nashville: Vanderbilt University Press.
- Hodkinson P., Bennett A.**, 2012, *Ageing and Youth Cultures: Music, Style and Identity*, London, New York, NY: Berg Publishers.
- Jenkins H.**, 1992, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge.
- Jenson J.**, 1992, *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*, (w:) L.A. Lewis, *The Adoring Audience: fan Culture and Popular Media*, London, New York: Routledge.

- Lena J.C., Peterson R.A.**, 2008, *Classification as Culture: Types and Trajectories of Music Genres*, „American Sociological Review”, no. 73(5), pp. 697–718. <http://doi.org/10.1177/000312240807300501>.
- Lewis L.A.**, 1992, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London, New York: Routledge.
- Lutostański M.J.**, 2012, *Ciężki towar eksportowy. Próba analizy polskiego death metalu*, „Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy, Nauki Społeczne”, nr 3, ss. 57–70.
- Maffesoli M.**, 1995, *The Time of Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*, London: Sage.
- Mansell R.**, 2004, *Political Economy, Power and New Media*, „New Media & Society”, no. 6(1), pp. 96–105, doi:10.1177/1461444804039910.
- McLean R., Oliver P.G., Wainwright D.W.**, 2010, *The Myths of Empowerment through Information Communication Technologies: An Exploration of the Music Industries and Fan Bases*, „Management Decision”, no. 48(9), pp. 1365–1377, doi:10.1108/00251741011082116.
- McLeod K.**, 2001, *Genres, Subgenres, Sub-Subgenres and More: Musical and Social Differentiation Within Electronic/Dance Music Communities*, „Journal of Popular Music Studies”, no. 13(1), pp. 59–75, <http://doi.org/10.1080/152422201317071651>.
- McLeod K.**, 2005, *MP3s are Killing Home Taping: The Rise of Internet Distribution and its Challenge to the Major Label Music Monopoly*, „Popular Music and Society”, no. 28(4), pp. 521–531, doi:10.1080/03007760500159062.
- Moore R.**, 2007, *Friends Don't Let Friends Listen to Corporate Rock*, „Journal of Contemporary Ethnography”, no. 36(4), pp. 438–474, <http://doi.org/10.1177/0891241607303520>.
- Negus K.**, 1997, *Popular Music in Theory: An Introduction*, Hanover, NH: Wesleyan University Press.
- O'Connor A.**, 2008, *Punk Record Labels and the Struggle for Autonomy: The Emergence of DIY*, Lanham, MD: Lexington Books.
- Pawlak R.**, 2004, *Polska kultura hip-hopowa*, Poznań: Kagra.
- Peterson R.A.**, 1990, *Why 1955? Explaining the Advent of Rock Music*, „Popular Music”, no. 9(1), pp. 97–116, doi:10.1017/S0261143000003767.
- Peterson R.A., Anand N.**, 2004, *The Production of Culture Perspective*, „Annual Review of Sociology”, no. 30, pp. 311–334.
- Peterson R.A., Berger D.G.**, 1971, *Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry*, „Administrative Science Quarterly”, no. 16(1), pp. 97–106, <http://doi.org/10.2307/2391293>.
- Peterson R.A., DiMaggio P.D.**, 1975, *From Region to Class, The Changing Locus of Country Music: A Test of the Massification Hypothesis*, „Social Forces”, no. 53(3), pp. 497–506, <http://doi.org/10.1093/sf/53.3.497>.
- Rogers J.**, 2013, *The Death and Life of the Music Industry in the Digital Age*, New York, NY: Bloomsbury Academic.
- Shank B.**, 1994, *Dissonant Identities: The Rock'n'Roll Scene in Austin, Texas*, Hanover, NH: Wesleyan University Press.
- Socha Z.**, 2011, *Między bytem a niebytem. Socjologia muzyki w Polsce*, „Muzyka”, nr 223(4), ss. 5–24.
- Strachan R.**, 2007, *Micro-Independent Record Labels in the UK: Discourse, DIY Cultural Production and the Music Industry*, „European Journal of Cultural Studies”, no. 10(2), pp. 245–265, <http://doi.org/10.1177/1367549407075916>.

- Straw W.**, 1991, *Systems of Articulation, Logics of Change: Communities and Scenes in Popular Music*, „Cultural Studies”, no. 5(3), pp. 368–388, doi:10.1080/09502389100490311.
- Thompson J.B.**, 1991, *Editor's Introduction*, (w:) P. Bourdieu, *Language and Symbolic Power*, Cambridge, UK: Polity Press.
- Thornton S.**, 1995, *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press.
- Woźniak Z.**, 1998, *Fenomen disco polo i jego miejsce w polskiej kulturze masowej lat dziewięćdziesiątych*, „Etnografia Polska”, nr 42(1–2), ss. 187–203.
- Yang L.**, 2009, *All for Love: The Corn Fandom, Prosumers, and the Chinese Way of Creating a Superstar*, „International Journal of Cultural Studies”, no. 12(5), pp. 527–543, <http://doi.org/10.1177/1367877909337863>.

Patryk Gałuszka

NEW RESEARCH TRENDS IN POPULAR MUSIC STUDIES – REVIEW OF SELECTED CONCEPTS

Abstract

The paper analyzes selected concepts used by researchers in the field of popular music studies. All these concepts draw on works conducted by sociologists. The following concepts are discussed: fan studies, production of culture, music scenes, field of cultural production, neo-tribes. Discussion of these concepts is followed by a call for their wider implementation by Polish researchers working in the field of sociology of music.

Keywords: Popular music studies, sociology of music, music scenes, fans, field of cultural production, neo-tribes

BARBARA JABŁOŃSKA
Uniwersytet Jagielloński*

DYSKURS O MUZYCE NA PRZYKŁADZIE XVI MIĘDZYNARODOWEGO KONKURSU CHOPINOWSKIEGO

Streszczenie

Celem tekstu jest przedstawienie wielowymiarowego charakteru dyskusji nad finałem XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego (Warszawa 2010). Osią analizy jest ukazanie specyfiki i dynamiki dyskursu o muzyce na wybranym przykładzie. Główne kwestie, jakie podniesione zostały w tekście, dotyczą takich zagadnień, jak tworzenie dyskursu o muzyce przez elity, media i publiczność w procesie negocjowania znaczeń, jak również stosowanie różnorodnych strategii dyskursywnych służących wyznaczaniu wartości wykonawstwa muzycznego. W tekście poruszone zostały w szczególności kwestie odnoszące się do performatywnego wymiaru komunikacji i dystrybucji kapitału symbolicznego w obrębie sfery publicznej. Całości rozważań przyświeca założenie o istotności komunikacji medialnej dotyczącej muzyki oraz pamięci muzycznej w życiu muzycznym społeczeństw.

Słowa kluczowe: dyskurs, muzyka, konkurs pianistyczny, sfera publiczna, media

WPROWADZENIE

Muzyka jest jednym z istotnych elementów życia społecznego, towarzysząc człowiekowi w różnorodnych aspektach jego aktywności. Odwołując się do Ivo Supičića, można z całą pewnością stwierdzić, iż „życie muzyczne jest osadzone w życiu społecznym” [Supičić 1969: 98]. Co więcej, jako wytwór ludzkiej działal-

* Dr, adiunkt, Instytut Socjologii; e-mail: b.jablonska@uj.edu.pl

ności, muzyka stanowi jeden z podstawowych wymiarów kultury symbolicznej¹. Tym samym posiada walor komunikacyjny i interakcyjny, jak bowiem zauważa Bogumiła Mika, muzyka jest formą komunikowania w systemie społecznym [zob. Mika 2007: 13]. Oznacza to, iż zarówno muzyka, jak i dyskurs na jej temat, przynależą integralnie do sfery publicznej, stanowiąc jeden z ważnych aspektów komunikowania się ludzi w obszarze tzw. pola sztuki [zob. Bourdieu 2001, 2005]. Należy też zaznaczyć, iż zagadnienia odnoszące się do życia muzycznego społeczeństwa polskiego wpisują się nie tylko w szeroko pojęty proces komunikowania w sferze publicznej, ale też związane są z kształtowaniem kompetencji estetycznych w polu sztuki, jak również z definiowaniem tego, co uznawane jest za sztukę, co zaś nie. Co więcej, to właśnie w dyskursie medialnym zachodzą nieustanne procesy uzgadniania znaczeń oraz ścierania się gustów² i opinii.

Problematyka socjologicznych rozważań nad muzyką jest dość słabo rozwinięta w polskim piśmiennictwie naukowym, szczególnie jeśli chodzi o zagadnienia odnoszące się do procesów komunikacji związanych z tematyką dotyczącą muzyki w dyskursie publicznym. Choć kwestie związane z muzyką i dyskursem (oraz życiem muzycznym społeczeństwa polskiego) stanowią ważny element debat publicznych, znajdują się one w zasadzie poza obszarem zainteresowań polskich badaczy dyskursu. Warto też zaznaczyć, iż badań metodą analizy dyskursu na temat konkursów muzycznych jest – w skali socjologii światowej – znikoma ilość. Jak zauważyła Lisa McCormick, autorka pracy poświęconej analizie dyskursu wokół Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego Van Cliburn, nie ma w zasadzie żadnych badań na ten temat, poza tym jednym, którego sama się podjęła [McCormick 2009: 3]. Można więc powiedzieć, że tematyka ta jest praktycznie nieobecna w analizach socjologicznych. Tym bardziej więc konieczne wydaje się wysycanie wspomnianego pola badawczego analizami, pozwalającymi uchwycić naturę i specyfikę dyskursu poświęconego problematyce muzycznej, co stanowi jeden z głównych celów podjętych tu rozważań.

¹ Na temat podstawowych elementów kultury symbolicznej, na którą składa się również sztuka, pisze m.in. Antonina Kłoskowska [zob. Kłoskowska 1991: 30–50].

² Posługując się pojęciem gustu mam na myśli przede wszystkim tradycję teoretyczno-badawczą Pierre'a Bourdieu, w której kształtowanie się określonych typów gustu łączy z procesem nabywania tzw. kompetencji kulturowych. Szczególnie wyraźnie problematyka ta ukazana jest w fundamentalnej pracy Bourdieu, pt. *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia* [zob. Bourdieu 2005]. O problematyce kształtowania gustu i kompetencji kulturowej w tradycji francuskiego przedstawiciela strukturalizmu konstruktywistycznego pisze również Anna Matuchniak-Krasuska, w swojej książce pt. *Zarys socjologii sztuki Pierre'a Bourdieu* [zob. Matuchniak-Krasuska 2010].

Przedmiotem analizy jest wybrany przeze mnie wycinek dyskursu o muzyce, ze szczególnym naciskiem na proces negocjowania znaczeń w komunikacji medialnej. Jako *case-study* przedstawiona zostanie rekonstrukcja debaty medialnej na temat werdyktu jury XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego w Warszawie, który odbył się w październiku 2010 r.³ W szczególności uwaga zwrócona zostanie na praktyki dyskursywne wykorzystywane w debacie, które służą negocjowaniu i uzgadnianiu znaczeń w procesach komunikacji na temat decyzji jury konkursowego o przyznaniu nagród. Sam akt przyznania nagrody (szczególnie nagrody pierwszej) wiąże się bowiem z wyposażeniem laureata w symboliczne zasoby, otwierające drzwi większości sal koncertowych na świecie, dając tym samym impuls do dynamicznego rozwoju kariery artystycznej. Przedmiotem rozważań będą tu zatem kluczowe pytania: jakie słownictwo dominowało w analizowanym wycinku debaty, jakich strategii argumentacyjnych używano, a także w jaki sposób negocjowane były oceny związane z estetycznym walorem dzieła muzycznego oraz jak przebiegały procesy komunikacji medialnej w polu sztuki, w szczególności na linii: eksperci (elity symboliczne) – publiczność. Istotną kwestią będzie także zbadanie specyfiki debaty pod kątem dystrybucji określonej wiedzy, pociągającej za sobą relacje władzy, a także odwołanie do pamięci społeczno-muzycznej społeczeństwa.

Tak zarysowanemu celowi badań przyświecają następujące założenia: 1) rzeczywistość społeczna ma charakter dualny, a zatem osadzona jest w strukturze, ale też podlega nieustannym zmianom i przekształceniom w codziennych praktykach działających aktorów; 2) dyskurs pojmowany jest jako język w użyciu, jako struktura i proces [zob. van Dijk 2001] oraz jako nieustanne procesy wytwarzania znaczeń, które następnie interpretowane są w procesach interakcji; 3) jednym z elementów dyskursu jest dyskurs o sztuce – w tym o muzyce, stanowiąc przedmiot publicznych dyskusji; 4) muzyka odznacza się znaczeniowością – podobnie też nośnikiem znaczenia jest dyskurs o muzyce; 5) poprzez dyskurs o muzyce kreowany jest gust muzyczny, definiowany jest smak artystyczny i kompetencje artystyczne, a także dokonywana jest ocena wykonawstwa oraz akt wyłonienia danego wykonawcy jako laureata konkursu (performatywność aktu komunikacji); 6) poprzez dyskurs o muzyce odtwarzana jest i reprodukowana muzyczna wiedza i muzyczna pamięć społeczeństw, składając się na swoistą kulturę muzyczną;

³ Już po ukończeniu tego tekstu odbył się kolejny konkurs (edycja XVII z 2015 roku). Okazało się, że rozważane tu kwestie, związane z dyskursem na temat kryteriów oceny wykonawstwa muzycznego, jak również ze specyfiką debaty medialnej wokół konkursowych zmagani, pozostają wciąż aktualne. Warto jednak podkreślić, że debata medialna odnosząca się do XVI edycji konkursowej jest szczególnie interesująca badawczo z uwagi na wyraźną kontrowersyjność werdyktu jury.

7) Konkurs Chopinowski, jako jedno z ważnych wydarzeń kulturalnych o zasięgu międzynarodowym, wpisuje się istotnie w obszar problematyki dyskursu o muzyce, odznaczając się nie tylko szczególnym zainteresowaniem opinii publicznej, ale też burzliwymi i kontrowersyjnymi dyskusjami nad werdyktami jury.

Trzeba w tym miejscu mocno podkreślić, iż wydarzenie konkursowe, o którym mowa, jest przykładem symbolicznego podtrzymywania pamięci muzycznej w rozumieniu Halbwachsa i Schütza [zob. Schütz 2008]. To w obrębie tak tworzonej wspólnoty komunikacyjnej reprodukowany jest nie tylko gust muzyczny, ale też tożsamość muzyczna zbiorowości. Tym bardziej, iż twórczość Chopina jest przykładem muzyki o mocno integrującym społeczeństwo charakterze, w którym przekazywana jest społecznie podzielana wiedza. Jak zauważa Schütz [2008: 232]:

(...) zasób wiedzy muzycznej – podobnie jak wiedzy ogólnej – ma społeczne pochodzenie. W obrębie owego społecznego pochodzenia wiedzy wyróżnia się wiedza przekazywana przez tych, których obdarza się prestiżem autentyczności i uznaje się ich za autorytety, czyli przez największych mistrzów wśród kompozytorów i uznanych interpretatorów ich dzieł. Przekazywana przez nich wiedza muzyczna ma nie tylko społeczne pochodzenie; jest ona równocześnie społecznie uznana, gdyż traktowana jest jako autentyczna i bardziej predestynowana do tego, by stać się wzorem dla innych, niż wiedza pochodząca z innych źródeł.

Schütz pisze o quasi-symultanicznej relacji pomiędzy kompozytorem i odbiorcą, wskazując na swoistą komunikację muzyczną o międzypokoleniowym, ponadczasowym charakterze. Jak wskazuje, zarówno kompozytora, jak i odtwórcę jego dzieła oraz słuchaczy łączy pewna szczególna więź, możliwa dzięki społecznie podzielanym znaczeniom oraz przekazywanej pamięci muzycznej:

Choć dzielą ich setki lat, ten ostatni uczestniczy w quasi-symultaniczności strumienia świadomości kompozytora, poprzez odtwarzanie krok po kroku dokonującej się artykulacji jego muzycznego zamysłu. Zatem odbiorca jednoczy się z kompozytorem w wymiarze czasu, który jest wspólny dla nich obydwu, co stanowi właśnie formę pochodną relacji „twarz w twarz”, zachodzących między partnerami w ich żywej teraźniejszości, jak to ma miejsce w przypadku mówcy i słuchacza [Schütz 2008: 234].

Zatrzymując się na chwilę nad tożsamościotwórczą, integracyjną i komunikacyjną funkcją muzyki Chopina (oraz – wtórnie – adekwatną funkcją dyskursu o muzyce Chopina), w której przekazywana jest muzyczna pamięć pokoleń, należy zauważyć, iż jej niewiarygodną siłę dostrzegali już Karol Szymanowski. Z przekonaniem podkreślał on, iż czarodziejska moc twórczości kompozytora z Żelazowej Woli polegała na jej uniwersalnym, powszechnie zrozumiałym i przemawiającym do serc rodaków charakterze. Chopin posługiwał się bowiem „(...) najpiękniejszym i zrozumiałym dla wszystkich językiem” [Szymanowski 1949: 13], szczególnie w trudnych historycznie czasach. Można więc powiedzieć,

iż muzyka Chopina wciąż jest silnie integrującą siłą, nawet we współczesnej, zglobalizowanej kulturze audialnej. Jest ona także nośnikiem pamięci zbiorowej, określającej tożsamość narodu, jego dziedzictwo, czy też kompetencje estetyczne. To dlatego kolejne edycje konkursowe mają między innymi na celu podtrzymanie tego dziedzictwa i wskrzeszenie na nowo ducha chopinowskiej tradycji we współczesnym świecie. Wykonawstwo tej muzyki obwarowane jest zatem szeregiem społecznych oczekiwań, ocen, społecznie wytwarzanych, reprodukowanych i przekazywanych z pokolenia na pokolenie interpretacji i wskazań, jak powinien brzmieć chopinowski styl wykonawstwa muzycznego. Wszystkie te kwestie stanowią przedmiot swoistej deliberacji w polu sztuki, w którym toczy się gra o prawomocne wskazanie wykonania najbliższego ideałowi, a zarazem odpowiadającego społecznie podzielanym oczekiwaniom i gustom. Gust ten określany jest nie tylko w procesie negocjacji muzycznych znaczeń i wrażeń estetycznych, ale też uzgadniany jest w debacie medialnej.

DEBATA MEDIALNA NAD FINAŁEM KONKURSU (*CASE-STUDY*)

Zanim scharakteryżuję wybrany wycinek komunikacji medialnej na przykładzie XVI edycji konkursowej, chciałabym w kilku słowach przypomnieć specyfikę tego cyklicznego wydarzenia kulturalnego o zasięgu międzynarodowym. Początki Konkursu Chopinowskiego sięgają 1927 roku, kiedy to zorganizowany został pierwszy konkurs z inicjatywy Jerzego Żurawlewa, profesora konserwatorium, a potem Państwowej Wyższej Szkoły Muzycznej im. Fryderyka Chopina w Warszawie [zob. Wysocki 1986]. Profesor Żurawlew był pomysłodawcą regularnego organizowania święta muzyki Chopina. Od tamtego czasu kolejne edycje konkursu odbywają się cyklicznie – co pięć lat – z wyjątkiem dłuższej przerwy związanej z wydarzeniami II wojny światowej (wówczas to między konkursem z 1937 roku a konkursem z 1949 roku upłynęło dwanaście lat). Później jeszcze odczekano dodatkowy rok między konkursami z 1949 i 1955, by ostatecznie od tej ostatniej daty odliczać kolejne edycje konkursowe równo co pięć lat.

Do chwili obecnej odbyło się siedemnaście edycji konkursowych. Każda z nich wzbudzała niezwykle emocje, zarówno wśród publiczności, jak i krytyków oraz osób kształtujących dyskurs publiczny. Bardzo szybko konkurs stał się wydarzeniem o randze międzynarodowej, a także jednym z najważniejszych wydarzeń kulturalnych Polski XX i XXI wieku. Wokół konkursowych werdyktów zawsze narastały burzliwe debaty i dyskusje związane z oceną wykonania dzieł chopinowskich. Opinię publiczną elektryzowały zarówno kontrowersyjne

czy oryginalne osobowości konkursowe, jak i decyzje jury o przyznaniu nagród laureatom⁴.

Również XVI Międzynarodowy Konkurs Chopinowski, a dokładniej jego finał, odznaczał się niezwykle emocjonalną debatą publiczną. Większość melomanów typowała jako pewnego zwycięzcę ulubieńca publiczności, Ingolfa Wundera (Austria). Debata nabrała sporej intensywności (można tu wręcz mówić o swoistej „burzy medialnej”), gdy laur zwycięstwa otrzymał nie typowany faworyt, lecz pianistka rosyjska, Julianna Awdiejewa, której prawie nikt nie rozważał jako kandydatki do I nagrody konkursowej. Zaskoczeni byli zarówno sami melomani, jak i znaczna część krytyków muzycznych i ekspertów. Zdumienia nie kryła też sama laureatka, która po usłyszeniu werdyktu jury otwarcie przyznała, iż „jest w szoku”. Ostre komentarze ekspertów, dosadne nagłówki artykułów w gazetach codziennych czy emocjonalne wpisy internautów na Facebooku świadczyły o kontrowersjach wokół decyzji jury. Pojawił się szereg „teorii” i argumentacji uzasadniających wynik konkursu czy też roztrząsających ideał wykonania muzyki Chopina. Całość zaś ogniskowała się wokół szeroko pojętego gustu muzycznego. Gust ten wyraźnie różnił się w przypadku jurorów, publiczności i krytyków muzycznych, ekspertów i specjalistów zajmujących się muzyką Chopina.

DYSKURS O MUZYCE: UWAGI METODOLOGICZNE

Wyprzedzając dalsze rozważania na temat problematyki związanej z procesami komunikacji medialnej na temat werdyktu jury XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego, chciałabym w pierwszej kolejności odnieść się do kilku istotnych kwestii natury definicyjnej i metodologicznej, poruszając w skrócie zagadnienia z zakresu analizy dyskursu (w tym tzw. „dyskursu muzycznego” i „dyskursu o muzyce”). Niewiele jest bowiem prac, które – na gruncie polskim – ukazywałyby problematykę dyskursu w powiązaniu z muzyką. Trzeba też pamiętać, iż zagadnienia te omawiam jedynie hasłowo, z uwagi na ograniczone rozmiary niniejszego tekstu. Na temat znaczeniowości muzyki, jej dyskursywnej mocy oraz muzycznego języka piszę szerzej w innym miejscu [zob. Jabłońska 2014].

Przede wszystkim należy stwierdzić, iż dyskurs to coś, co czyni nas istotami ludzkimi [zob. Wodak 2011: 15]. W literaturze przedmiotu dyskurs często bywa

⁴ Przykładem może być tu choćby postać Johna Hendricksona (podczas konkursu w 1975 roku miał nogę w gipsie, co uniemożliwiło mu wejście do finału; zamiast niego pojawiła się Elżbieta Tarnawska, niemal zlinczowana przez publikę, ostatecznie nie wystąpiła w finale) czy Alexieję Sultanowa (podczas konkursu w 1995 nie pojawił się na koncercie finalistów, manifestując swoje niezadowolenie z przyznania mu drugiej, nie zaś pierwszej nagrody).

pojmowany jako „język w użyciu” czy też jako forma międzyludzkiego komunikowania się. Innymi słowy, praktyki dyskursywne związane są z nieustannie dziejącym się i odtwarzanym w procesach negocjowania znaczeń światem społecznym. Na dyskurs składają się zarówno interakcje, jak i podzielane znaczenia. A zatem, w zbiorczym ujęciu możemy zdefiniować za van Dijkem dyskurs jako „(a) **użycie języka**, (b) **przekazywanie idei**, (c) **interakcję** w sytuacjach społecznych” [van Dijk 2006: 1021].

Jednym z aspektów dyskursu jest ten jego wymiar, który odnosi się do muzycznego życia ludzi (tak jak mamy na przykład dyskurs polityczny, dyskurs medialny czy też dyskurs sportowy). W tym miejscu ważne jest wyraźne rozróżnienie pomiędzy „dyskursem muzycznym” i „dyskursem o muzyce”. Ten pierwszy odnosi się do pewnych znaczeń, jakie niesie ze sobą muzyka jako taka. Oczywiście istnieje w tym zakresie wiele stanowisk wskazujących na znaczeniowość muzyki, gdzie kluczowym zagadnieniem wydaje się pytanie o to, czy muzyka jest językiem. W tym temacie istnieje co najmniej kilka koncepcji ukazujących strukturę znaczeniową muzyki. Za Ewą Kofin [1991] można przyjąć klasyfikację, zgodnie z którą wyróżnia się cztery podstawowe stanowiska odnoszące się do znaczeniowości muzyki. Po pierwsze, jest to stanowisko, zgodnie z którym muzyka nic nie znaczy, czyli jest ona sztuką asemantyczną. Po drugie, jest to przekonanie, wedle którego muzyka znaczy coś, ale jedynie dla siebie samej (jest to samoreferencyjność znaczeniowa muzyki). Po trzecie, jest to założenie, iż muzyka znaczy coś, co wykracza poza rzeczywistość muzyczną. Jest więc ona czymś na podobieństwo języka. Najczęściej komunikuje emocje, uczucia, czyli pewne stany emocjonalne, które można wyrazić poprzez sztukę dźwięków. Jej siłą jest też symboliczna moc, w której zawarte są treści przekazywane z pokolenia na pokolenie. I po czwarte, jest to wskazanie, iż muzyka jest językiem. W tym ostatnim przypadku zakłada się więc, że posiada ona warstwę semantyczną i ściśle określone znaczenia, jakie niosą ze sobą dźwięki, stąd też może zostać poddana zasadom analiz semiotyki (co oznacza, że można analizować muzyczne znaki).

Wszystkie te sporne kwestie dotyczące znaczeniowości muzyki omówione zostały wyczerpująco w literaturze przedmiotu i nie są one tematem podjętych tu rozważań. Pomijam więc w tym miejscu te złożone zagadnienia, koncentrując swą uwagę na drugim z aspektów – czyli dyskursie o muzyce, pojmowanym jako językowe sposoby opisywania muzyki, przeżyć estetycznych, formułowania opinii i ocen o dziele muzycznym, wykonaniu, reakcjach publiczności itp. Istotą jest tu zatem znaczeniowość kreowana wokół problematyki muzyki jako sztuki (i całej

szeroko pojętej audiosfery⁵), nie zaś jej dyskusyjna znaczeniowość, immanentnie powiązana z tym, co wyraża i komunikuje wprost lub pośrednio dzieło muzyczne.

Tak rozumiany dyskurs o muzyce jest istotnym elementem dyskursu publicznego. Spostrzeżenia te będą się również odnosić do tej części dyskursu, która dotyczy sztuki i muzyki w szczególności. Mając w pamięci założenie, zgodnie z którym kultura symboliczna ma charakter interakcyjny i komunikacyjny, można przyjąć, iż funkcjonujący w jej obrębie dyskurs na temat muzyki odznacza się również takimi samymi właściwościami. A zatem, kwestie dotyczące muzyki, które pojawiają się w przestrzeni dyskusyjnej danego społeczeństwa, są uzgadniane, modyfikowane i reprodukowane w procesach komunikowania. Przedmiotem zabiegów komunikacyjnych są między innymi takie zagadnienia, jak estetyczny walor dzieła muzycznego, kompetencje artystyczne wykonawcy, smak odbiorców, oceny jurorów itp. Jak powiedziałby Pierre Bourdieu, gra toczy się w polu sztuki i zasadza się na podstawowej kwestii, jaką jest prawomocne narzucanie przez tych, którzy posiadają więcej kapitału symbolicznego, ocen i gustów pozostałym uczestnikom procesu komunikacji [zob. Bourdieu 2001, 2005]. Szczególnie istotny obszar uzgadniania rzeczywistości dyskusyjnej odnosi się do wspomnianego gustu, który jest kształtowany, nie zaś dany „naturalnie”⁶.

Wszystkie te powyżej zarysowane zagadnienia prowadzą nas ostatecznie do określenia metody, którą będę się tu posługiwać, analizując wybrany przeze mnie wycinek debaty medialnej. Inspirując się typologią zaproponowaną przez van Dijk [zob. van Dijk 2006: 1024 i nast.], jednego z kluczowych przedstawicieli krytycznej analizy dyskursu, proponuję wyróżnić **cztery** podstawowe **wymiary analizy: komunikacyjny, językowy, poznawczy oraz interakcyjny**. W przypadku tego pierwszego, istotne jest zwrócenie uwagi na takie elementy analizy, jak cel komunikacji, uczestnicy komunikacji, kontekst komunikacji, model komunikowania, przepływ informacji, a także dynamika procesu komunikowania. Tak rozumiana analiza koncentrować się będzie na głównych powiązaniach i przepływach komunikacyjnych pomiędzy aktorami procesu komunikacji – elitami, mediami oraz publicznością. Drugi wymiar analizy, czyli wymiar językowy, dotyczy przede wszystkim takich kwestii, jak używane w debacie słownictwo oraz strategie argumentacyjne. Trzeci aspekt badawczy odnosi się do komponentów poznawczych. W szczególności chodzi tu o takie zagadnienia, jak społecznie

⁵ Pojęciem audiosfery posługuje się na przykład Tomasz Misiak [2010] w swym tekście pt. *Audiosfera w kulturze współczesnej. Próba przybliżenia pojęcia*.

⁶ Więcej na ten temat pisze A. Matuchniak-Krasuska [2010], rozważając w swej pracy pt. *Zarys socjologii sztuki Pierre’a Bourdieu* istotę gustu w polu sztuki.

podzielana wiedza i jej dystrybucja, a także związane z nią mechanizmy władzy. Ponadto kluczowym elementem analizy jest społecznie reprodukowana pamięć społeczno-muzyczna, a także negocjowany w procesach komunikacji gust i kompetencje muzyczne. I na koniec – czwarty element analizy – czyli wymiar interakcyjny, odnosić się będzie do takich kwestii, jak sprawczość dyskursu, akty mowy, w tym przede wszystkim presupozycje i performatywy, które stanowią element urzeczywistnienia się dyskursu w działaniu i kreowaniu społeczno-muzycznej rzeczywistości.

Oto schemat, który w syntetyczny sposób ukazuje wspomniane cztery wymiary analizy:

TABELA 1. Macierz do analizy dyskursu o muzyce

WYMIARY ANALIZY	WYMIAR KOMUNIKACYJNY (meta wymiar)			WYMIAR JĘZYKOWY	WYMIAR POZNAWCZY			WYMIAR INTERAKCYJNY			
	Aktorzy procesu komunikacji	Kontekst komunikacji	Cele komunikacji		Słownictwo	Argumentacja (strategie argumentacyjne)	Pamięć społeczno-muzyczna	Wiedza (społeczna generowana i dystrybuowana w dyskursie)	Władza	Akt mowy (performatywy)	Dystrybucja kapitału symbolicznego (i jego konwersja)
KATEGORIE ANALITYCZNE											

Źródło: Opracowanie własne.

Tak rozumiana perspektywa badawcza oznacza, że w analizie wykorzystana zostanie krytyczna analiza dyskursu (KAD). To bowiem za jej pomocą możliwe jest zgłębianie nie tylko kontekstowych aspektów dyskursu, specyfiki słownictwa i strategii argumentacyjnych, ale też zwrócenie uwagi na wzajemnie sprzęgające się relacje wiedzy-władzy, reprodukowane w medialnej debacie na temat konkursowych zmagania. Co więcej, możliwe jest uchwycenie sprawczej mocy dyskursu. Dla tak pojętej płaszczyzny analitycznej proponuję tu połączenie KAD z perspektywą fenomenologiczną Schütza [zob. Jabłońska 2013]. Takie kategorie, jak społecznie wytwarzana wiedza, jej dystrybucja, jak również społecznie podzielana pamięć (w tym – można dodać: pamięć społeczno-muzyczna), sprzęgają się z władzą. Zdaniem van Dijka, istotą podejścia fenomenologicznego Schütza jest zwrócenie uwagi na refleksyjność jednostki oraz jej intencjonalną świadomość, rozumianą jako podstawa doświadczenia w obrębie „świata przeżywanego” [zob. van Dijk 2009: 92]. Mimo tak rozumianej refleksyjności „naturalne nastawienie” jednostek „(...) nie jest zorientowane jedynie wokół procesów psychicznych jako takich, ale przede wszystkim wokół intersubiektywnie pojmowanej rzeczywistości oraz codziennych praktyk działających aktorów” [van Dijk 2009: 92]. Co wię-

cej, „(...) tak rozumiana intersubiektywność jest także podstawą dla społecznie podzielanej wiedzy, jak również – ujmując bardziej ogólnie – dla społecznego poznania (norm, wartości, ideologii). Członkowie tej samej społeczności mogą więc tworzyć podobne modele interpretując rzeczywistość społeczną (...)” [van Dijk 2009: 96]. A zatem, jednym z kluczowych wyzwań, przed jakimi stoi KAD, jest – jak podkreśla van Dijk – ukazanie wzajemnych powiązań pomiędzy dyskursem i wiedzą [zob. van Dijk 2003: 85].

Z drugiej strony KAD połączona jest integralnie z założeniami odnoszącymi się do dyskursywnie wytwarzanej władzy. Tu pomocna wydaje się w szczególności perspektywa reprezentowana przez Pierre’a Bourdieu, na której mocno oparte są zręby teoretyczne KAD [zob. van Dijk 1993, a także Jabłońska 2006]. Mając na względzie silne sprzężenia między krytyczną analizą dyskursu oraz perspektywą reprezentowaną przez francuskiego przedstawiciela strukturalizmu konstruktywistycznego, można z całą pewnością posługiwać się w analizie takimi jego pojęciami, jak elity symboliczne (które odpowiedzialne są za kształt dyskursu publicznego), gust i kompetencje (w tym te odnoszące się do muzycznego wymiaru ludzi), konwersja kapitałów, dominacja w dyskursie i procesy komunikowania, a także pole sztuki⁷.

KOMUNIKOWANIE PUBLICZNE NA TEMAT MUZYKI I POPRZEZ MUZYKĘ

Mając w pamięci rozróżnienie pomiędzy dyskursem muzycznym i dyskursem o muzyce należy zauważyć, iż w obydwu przypadkach mamy do czynienia z interakcyjnym dzieleniem i negocjowaniem znaczeń. Pamiętając jednak, iż sam dyskurs muzyczny operuje na „innym” poziomie znaczeniowości (powiązany z emocjami, uczuciami), ten obszar analizy – jak już wcześniej podkreślałam – pozostawiam muzykologom i teoretykom muzyki. To, co interesuje mnie tutaj, to nie znaczeniowość samej muzyki, niosącej treści pozasemantyczne, emocje, odczucia i przeżycia, ale ich zwerbalizowane manifestacje w formie „dyskursu o muzyce”, które pojawiają się w przestrzeni publicznej i ściśle sprzęgnięte są z dynamicznymi procesami interakcyjnymi odbiorców dzieła muzycznego (to właśnie tu dokonywane są oceny dzieła muzycznego, jego wykonania, kształ-

⁷ Na temat ścisłych związków pomiędzy KAD-em oraz perspektywą teoretyczną strukturalizmu konstruktywistycznego piszę obszerniej w dwóch tekstach pt. *Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2006/II/1, a także *Władza i wiedza w krytycznych studiach nad dyskursem – szkic teoretyczny*, „Studia Socjologiczne”, 2012/1 (204).

towane są gusty, negocjowane sposoby określania tego, co jest doskonałym wykonaniem, co zaś nie). Stąd też uwaga zwrócona została na procesy komunikacyjne związane z odbiorem dzieła muzycznego (dyskursem publicznym, w którym biorą udział zarówno przedstawiciele elit, krytycy, jurorzy, dziennikarze, eksperci, jak i „zwykli” odbiorcy, czyli publiczność).

Istotna rola w tak rozumianym procesie przypada zazwyczaj elitom symbolicznym. Należy bowiem pamiętać, iż – zgodnie z przyjętymi tu założeniami – dyskurs o muzyce stanowi wytwór społeczny, w szczególności zaś za jego jakość odpowiadają ci, którzy posiadają dostęp do sfery publicznej i wyposażeni są w autorytet pozwalający na dokonywanie ocen i formułowanie opinii na temat wydarzeń ze świata muzyki. Oprócz dziennikarzy, publicystów czy ekspertów wypowiadających się w dziedzinie muzyki, ważną rolę pełnią też krytycy muzyczni. Ich rola jest, jak zauważa Paweł Beylin [1975], co najmniej dwoista. Z jednej strony są oni bowiem informatorami o wydarzeniach kulturalnych, z drugiej zaś oczekuje się od nich formułowania ocen. Jak podkreśla Beylin [1975: 13],

wraz z oceną (...) zaczyna się najistotniejsza część pracy krytyka muzycznego. Krytyk ocenia także wykonanie dzieła muzycznego. (...) Oczekiwanie na ocenę jest tak silnie związane w świadomości czytelników z recenzją, że gdy krytyk powstrzymuje się od oceny, fakt ten zostaje utożsamiony z sądem negatywnym.

Krytyk nie tylko informuje i ocenia, ale też występuje w podwójnej roli, jako łącznik pomiędzy samym dziełem a publicznością, pomiędzy teorią a praktyką muzyczną [zob. Beylin 1975: 12]. Jest to trudna i odpowiedzialna rola, szczególnie zważywszy na fakt, iż muzyka jest sprawą publiczną. Dyskusje wokół muzyki stanowią bowiem istotny element sfery publicznej, w której dokonuje się ocen, formułuje opinie, feruje wyroki, interpretuje wydarzenia, przedstawia argumenty, itp. Nie trzeba nikogo przekonywać, iż głos krytyków i ekspertów jest niesłychanie ważny w tego typu dyskusjach, przybierających na szczególnej intensywności choćby podczas eventów muzycznych. Jak zauważa wspomniany już Beylin, podczas konkursu krytycy znajdują się niejako „na świeczniku”, w centrum zainteresowania opinii publicznej, zaś sama krytyka nabiera rumieńców [Beylin 1975: 26]. Wokół opinii krytyków tworzą się całe debaty (szczególnie po kontrowersyjnych werdyktach jury). Beylin ubolewa jednak, że nie można utrzymać społecznego zainteresowania wydarzeniami muzycznymi i krytyką muzyczną również po zakończeniu konkursu. Jak zauważa: „należałoby zastanowić się nad tym, co zrobić, aby ów klimat intensywnego przeżywania spraw muzycznych mógł przetrwać i po konkursie i dotyczyć nie tylko spraw pianistycznych” [Beylin 1975: 26]

Istotnym elementem procesu komunikowania jest również masowy odbiorca (publiczność). W klasycznej literaturze przedmiotu rola publiczności ma z reguły charakter bierny, jak choćby w przypadku tzw. medialnej opinii publicznej [zob. Schulz 2006: 67]. W medialnej opinii publicznej odbiorcy odznaczają się bowiem najczęściej pasywnym uczestnictwem kognitywnym, polegającym na odbiorze przekazywanych treści, i – w szczególnych sytuacjach – reagowaniu zwrotnym, w postaci opinii, komentarzy, uwag do wypowiedzi prezentowanych przez reprezentantów elit. Jednak we współczesnym, zglobalizowanym świecie, platformą umożliwiającą masowemu odbiorcy uczestnictwo w sferze publicznej jest Internet. W przypadku interesującej mnie tutaj dyskusji medialnej wokół XVI Konkursu Chopinowskiego, będę więc brała pod rozwagę fragmenty wypowiedzi internautów na jednym z największych światowych portali społecznościowych, czyli na Facebooku (gdzie swoją stronę posiada Narodowy Instytut Fryderyka Chopina). Ich udział zmienił bowiem znacząco charakter procesów komunikacyjnych zachodzących w sferze publicznej, co staram się pokazać poniżej.

Stosując się do zasad analizy dyskursu, traktuję zjawiska komunikacyjne jako językowe sposoby oznaczania rzeczywistości. A zatem, na poziomie dyskursywnym rzeczywistość ta jest nieustannie reprodukowana i przekształcana w procesach interakcji. Zakładam, że dyskusje medialne będą także odznaczać się swoistą formą interakcyjności, jak również – za pomocą illokucyjnych aktów mowy – będą miały siłę transformacyjną. Innymi słowy, w procesach negocjowania znaczeń co do wartości wykonania dzieła muzycznego, przejawiać się będą różnorodne strategie komunikacyjne akcentujące to, co związane jest z muzycznym gustem. Konkurs Chopinowski (a dokładniej rzecz biorąc jego finałowy etap) daje w tym względzie znakomite pole pod socjologiczne rozważania.

OPIS MATERIAŁU BADAWCZEGO I METODY

XVI Międzynarodowy Konkurs Chopinowski był nie tylko wydarzeniem kulturalnym, ale też – po raz pierwszy – tak szerokim wydarzeniem medialnym. Transmitowany był na żywo nie tylko w TVP Kultura (po raz drugi w historii konkursu TVP Kultura relacjonowała wszystkie etapy konkursowe), ale też w polskim radiu (PR II) oraz w Internecie (po raz pierwszy na tak szeroką skalę). Pisały o nim także gazety, choć najwięcej tekstów pojawiło się po finałowej części konkursu. I właśnie na materiale prasowym, jak również na wybranych przekazach internetowych, opieram swoje analizy. Uwzględniony w analizie materiał badawczy posiada dwa zasadnicze „segmenty”. Na pierwszy z nich składają się artykuły prasowe z wybranych gazet codziennych („Gazeta Wyborcza”, „Rzecz-

pospolita”, „Dziennik Polski”, „Nasz Dziennik”) oraz tzw. tygodników opinii („Wprost”, „Newsweek” i „Polityka”) i czasopism branżowych poświęconych *stricto* muzyce („Ruch Muzyczny”, „Muzyka21”). Drugi zaś segment analizy to odzwierciedlona w prasie codziennej komunikacja internetowa za pośrednictwem Facebooka (na stronie Narodowego Instytutu Chopinowskiego), na którą składały się wypowiedzi internautów. Całość analizy prasy codziennej i tygodników opinii zamknęła się w przedziale czasowym od 22 do 30 października 2010 roku, natomiast w przypadku czasopism branżowych („Ruch Muzyczny” i „Muzyka21”) analiza rozszerzona została od października 2010 r. do lutego 2011 r. Był to zatem czas po ogłoszeniu kontrowersyjnego werdyktu jury konkursowego, po którym pojawiła się swoista „burza medialna” na temat wygranej Julianny Awdiejewy i „porażki” faworyta publiczności, Ingolfa Wundera.

SPECYFIKA DEBATY MEDIALNEJ NAD WERDYKTEM JURY KONKURSOWEGO

Podjęta w niniejszym tekście analiza dotyczy tego wycinka sfery publicznej, który odnosi się do finałowego etapu konkursu. Mamy tu bowiem do czynienia ze złożoną debatą, w której wzięli udział zarówno przedstawiciele elit symbolicznych i mediów, jak i obywatele (zwykli słuchacze i melomani). W szczególności interesuje mnie sposób uzgadniania znaczeń i definicji związanych z werdyktem jury konkursowego, a zatem znaczeń odnoszących się do wykonawstwa dzieł Chopina, gustu muzycznego itp. Jak przebiegały owe procesy, jakie strategie argumentacyjne pojawiały się w wypowiedziach reprezentantów elit oraz zwykłych słuchaczy w odniesieniu do pierwszej nagrody konkursowej?

Zakładam, iż akt przyznania przez kompetentne jury (a więc ekspertów chopinistów) nagród konkursowych jest formą performatywu, który ma moc sprawczą, czy też inaczej mówiąc – wykonawczą [zob. Austin 1993: 314]. Innymi słowy, z performatywną wypowiedzią wiąże się określony czyn [zob. Szymura 1982: 196]. Laureaci konkursu (a szczególnie laureat pierwszej nagrody) wyposażeni zostają w kapitał symboliczny, społeczny i ekonomiczny (prestż, otwarcie drzwi do sal koncertowych całego świata, kontrakty z firmami fonograficznymi itp.). Kapitały te ulegają konwersji, wzajemnie się „wzmacniają”. Decyzja niezależnego jury ma zatem niezwykle silną, symboliczną i performatywną moc. Jury, uznawane jako autorytet w chopinowskiej pianistyce, ma prawo do arbitralności w zakresie kształtowania gustu muzycznego (w swoich ocenach jurorzy często posługują się skomplikowaną procedurą liczenia głosów, głosowanie jest tajne, zaś wyniki podawane do publicznej wiadomości są uśredniane). Można przyjąć,

iż jury powinno więc wskazać wykonanie najbliższe ideałowi, najdoskonalsze, takie, które z pewnością jest zgodne z duchem chopinowskim i – być może – oczekiwaniami szerokiej publiczności. Warto zatem prześledzić, co działo się bezpośrednio po ogłoszeniu werdyktu przez jury – werdyktu, który zelektryzował opinię publiczną, wywołując medialną burzę.

„SZOK” PO WERDYKCIE

Początkowe reakcje szerokiej publiczności, znacznej części komentatorów, krytyków i ekspertów na werdykt jury były niezwykle gwałtowne i – w symbolicznym wymiarze – podważające słuszność decyzji jurorów. Zgromadzony i przeanalizowany materiał prasowy dostarcza wielu przykładów wskazujących, iż w przestrzeni dyskursywnej pojawił się swoisty opór, czy wręcz próba odrzucenia decyzji jurorów. Świadczy o tym zarówno używane w dyskursie prasowym słownictwo, jak i strategie argumentacyjne. Werdykt określano jako „nieporozumienie” („Gazeta Wyborcza”), „zaskoczenie” („Dziennik Polski”), „skandal” („Nasz Dziennik”), „sensacja” („Newsweek”), „krzywda” czy „niesprawiedliwość” („Muzyka21”). Jak można było przeczytać na łamach branżowego miesięcznika „Muzyka21”:

Gdy Waldemar Dąbrowski, Dyrektor Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina, ogłosił, w foyer Filharmonii Narodowej, nazwisko zwycięzcy Konkursu Chopinowskiego, usłyszeliśmy, zamiast okrzyku radości, jęk zawodu zebranych tam osób, a zamiast gromkich braw – anemiczne oklaski. Jest to wydarzenie bez precedensu. Chwilę później okazało się, że nie tylko publiczność była zniesmaczona kontrowersyjnym werdyktem, ale też komentatorzy konkursu, w tym ze studia Programu II Polskiego Radia i TVP Kultura. Tam Marek Dyżewski powiedział, że: „takiego skandalu Konkurs Chopinowski nie pamięta, a *casus* Pogorelicha przy tym to małe ziarenko”⁸.

Znamienne w szczególności wydają się w tym kontekście takie określenia, jak „jęk zawodu” czy też „anemiczne oklaski”, świadczące o słabym przyjęciu werdyktu jury przez publiczność. Co więcej, na łamach „Dziennika Polskiego” w takich oto słowach odniesiono się do werdyktu jury: „Decyzja jury zszokowała publiczność, ekspertów i samą zainteresowaną, która w nocy po ogłoszeniu wyników nie chciała skomentować swojej wygranej, mówiąc, że jest w szoku”⁹. Tak więc laureatka miała być całą tą sytuacją „zszokowana” i równocześnie

⁸ Źródło materiału prasowego: M. Chiżyński, *Kontrowersyjne decyzje jurorów*, „Muzyka21”, 2011, nr 1, s. 7.

⁹ Źródło materiału prasowego: A. Małatyńska-Stankiewicz, *Zszokowana i szokująca Avdeeva*, „Dziennik Polski”, 22 X 2010, s. A9.

„szokująca” dla publiczności. Jak podkreślano na łamach „Rzeczpospolitej”, jury postąpiło w sposób „(...) zachowawczy, jakby przestraszyło się wskazać, który z wykonawców był najlepszy”¹⁰.

Wraz z ostrymi komentarzami posypały się gorzkie słowa pod adresem laureatki, Julianny Awdiejewy, w których podważano jej artystyczne kompetencje i umiejętności interpretacji muzyki Chopina. Odwoływano się tu do strategii argumentacyjnych służących – z jednej strony – uzasadnieniu werdyktu jury, ale też z drugiej – ukazaniu jego kontrowersyjności. Wskazywano na przykład, iż rosyjska instrumentalistka to „(...) typ bezpiecznej pianistki, bez odważniejszych prób szukania własnych możliwości interpretacyjnych” („Rzeczpospolita”)¹¹, jest „chłodna emocjonalnie”, choć „perfekcyjna technicznie” („Nasz Dziennik”)¹², wygrała „sunąc bezpiecznym środkiem drogi” i prezentując „równą i biegłą grę” („Newsweek”)¹³, a także grę „drapieźną” („Polityka”)¹⁴. Podkreślano też, że jest to artystka „(...) grająca dość przeciętnie, mająca do tego braki techniczne” („Muzyka21”)¹⁵.

Jak można było przeczytać na łamach „Ruchu Muzycznego”, Julianna Awdiejewa to „(...) pianistka bez wątpienia dobra, może nawet bardzo dobra, ale przecież nie wyrastająca zdecydowanie ponad innych uczestników, grająca trochę bezosobowo, a już z pewnością daleka od tego, co przywykliśmy nazywać ‘chopinowskim stylem gry’”¹⁶. Wypromowano zatem – jak podkreślano w „Ruchu Muzycznym” – „dobrą średnią”, gdyż pianistka szła równo przez wszystkie etapy¹⁷. W ten sposób wygraną argumentowali również niektórzy z jurorów, wskazując, że Awdiejewa grała w sposób najbardziej „równy” we wszystkich czterech etapach konkursu. Warto też wspomnieć, że obok komentarzy i głosów

¹⁰ Źródło materiału prasowego: J. Marczyński, *Co ma Putin do Chopina*, „Rzeczpospolita”, 22 X 2010, s. A16.

¹¹ Tamże.

¹² Źródło materiału prasowego: A. Czopek, *Jeśli nie zdecydowała muzyka, to co?*, „Nasz Dziennik”, 22 X 2010.

¹³ Źródło materiału prasowego: F. Łobodziński, *Głośniejsz, prędzej, bieglej!*, „Newsweek”, 31 X 2010, ss. 82–85.

¹⁴ Źródło materiału prasowego: D. Szwareman, *Koncertowi Rosjanie*, „Polityka”, 30 X 2010, ss. 78–81.

¹⁵ Źródło materiału prasowego: M. Chiżyński, *Konkurs wielkich indywidualności i wielkich kontrowersji (dokończenie)*, „Muzyka 21”, 2011, nr 1, s. 8.

¹⁶ Źródło materiału prasowego: J. Kański, *A miało być tak pięknie*, „Ruch Muzyczny”, 28 XI 2010, nr 24, s.15.

¹⁷ Tamże.

odrzucających czy podważających wygraną Rosjanki, pojawiały się również opinie pochlebne, niemniej jednak pozostawały one w zdecydowanej mniejszości.

Komentarze te nabierają w szczególności sensu w kontekście szerszej, społecznie generowanej i dystrybuowanej pamięci muzycznej, w której przechowywane są symbolicznie uzgadniane znaczenia co do wartości wykonawstwa muzycznego, specyfiki konkursowej rywalizacji oraz cech, jakimi powinien odznaczać się laureat nagrody konkursowej. Z pewnością nie powinno tu być miejsca na „przeciętność”, „poprawność”, „dobrą średnią”. Nie jest to bowiem słownictwo, które koresponduje z tradycją konkursowych, chopinowskich potyczek, gdzie słowami-kluczami raczej powinny być: „wirtuozeria”, „mistrzostwo”, „doskonałość” itp.

CO DALEJ? RYTUALNE UZGADNIANIE ZNACZEŃ

Medialne podważanie decyzji jurorów, jak również artykułowanie różnego rodzaju podejrzeń związanych z okolicznościami przyznania pierwszej nagrody konkursowej Juliannie Awdiejewej, charakterystyczne było przede wszystkim dla dość emocjonalnych wypowiedzi w pierwszych dniach po ogłoszeniu werdyktu. Negocjując wartość wykonawczą dzieł chopinowskich, prezentowaną przez rosyjską pianistkę, uczestnicy medialnej dyskusji akcentowali równocześnie konieczność „zweryfikowania” wygranej Awdiejewy, szczególnie w trakcie koncertu laureatów, jak i później – podczas rozwijającej się kariery międzynarodowej. Pewnego rodzaju zmiana tonu debaty pojawiła się po występie Rosjanki na koncertowej gali laureatów. Znaczna część komentarzy wskazywała, iż wyszła ona „obronną ręką” z całej kłopotliwej skądinąd sytuacji. Niemniej jednak pozostał niesmak po całym zamieszaniu wokół nagród konkursowych. Co istotne, w dyskursie publicznym pojawiły się równoległe próby rytualnego uzgodnienia całej zaistniałej sytuacji poprzez odwołanie się do szerszej perspektywy czasowej. Przyjęto zatem do wiadomości prawomocność sędziowskiego werdyktu, choć z zastrzeżeniem, iż będzie on musiał zostać „przypieczętowany” swoistym dowodem na jego słuszność w postaci znakomitych (i godnych laureatki Konkursu Chopinowskiego) występów. W wielu spośród analizowanych tytułów prasowych pojawiały się zatem pytania: czy artystka „dźwignie nagrodę?” („Dziennik Polski”)¹⁸. Na łamach „Newsweeka” przekonywano, iż „(...) Julianna Avdeeva dopiero dalszą

¹⁸ Źródło materiału prasowego: A. Małatyńska-Stankiewicz, *Zszokowana i szokująca Avdeeva*, „Dziennik Polski”, 22 X 2010, s. A9.

karierą będzie musiała udowodnić, że werdykt nie wziął się znikąd”¹⁹. W podobny sposób argumentowano także na łamach „Ruchu Muzycznego”: „można co najwyżej życzyć 25-letniej Juliannie Awdiejewej, aby ciężar przyznanej jej nagrody potrafiła godnie dźwigać. Co jednak będzie, jeśli młodzi pianiści uznają jej interpretacje za wzorzec stylu Chopinowskiego?”²⁰.

Szczególnie istotny w kontekście symbolicznego uzgadniania prawomocności decyzji jury (czyli mocy obowiązującej performatywu) był również głos reprezentantów władzy państwowej (Prezydenta RP, Ministra Kultury czy dyrektora Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina), którzy – jak się wydaje – czynili wysiłki, by swym autorytetem wzmocnić werdykt jury. W tym kontekście padły słowa Ministra Kultury, Bogdana Zdrojewskiego, który stwierdził, iż „nie ma nic lepszego niż kłócić się o Chopina” („Dziennik Polski”)²¹.

PROCESY KOLISTE W SFERZE PUBLICZNEJ

Debata nad XVI edycją Konkursu Chopinowskiego odznaczyła się dodatkowo jeszcze jedną cechą. Jak nigdy wcześniej pojawiły się bowiem wzajemne powiązania komunikacyjne w przestrzeni publicznej pomiędzy ekspertami, jurorami i – co jest swoistym *novum* – publicznością (a zatem mamy tu do czynienia z takim modelem komunikowania, w którym jego uczestnicy wzajemnie odnosili się do swoich argumentów). Tego typu wzajemne odwołania możliwe były dzięki nowym mediom, w tym przede wszystkim Internetowi. To właśnie za pośrednictwem internetowych forów do sfery publicznej przenikały opinie i komentarze zwykłych odbiorców śledzących zmagania konkursowe. Co więcej, nie pozostawały one bez echa. Jak można było przeczytać w jednym z artykułów „Gazety Wyborczej”: „po raz pierwszy na tak szeroką skalę do promowania konkursu wykorzystano media internetowe. (...) To wszystko niesłychanie ożywiło dyskusję i poszerzyło grono jej uczestników. Konkurs z elitarniej imprezy dla wybranych stał się zjawiskiem niemal masowym”²².

¹⁹ Źródło materiału prasowego: F. Łobodziński, *Głośniej, prędzej, bieglej!*, „Newsweek”, 31 X 2010, s. 82.

²⁰ Źródło materiału prasowego: J. Kański, *A miało być tak pięknie...*, „Ruch Muzyczny”, 28 XI 2010, nr 24, s. 15.

²¹ Źródło materiału prasowego: A. Małatyńska-Stankiewicz, *Chłodna Avdeeva emocjonuje*, „Dziennik Polski”, 23 X 2010, s. A11.

²² Źródło materiału prasowego: R. Pawłowski, *Fejs Fryderyka*, „Gazeta Wyborcza”, 29 X 2010.

Szczególnie dynamiczne okazało się forum na Facebooku, gdzie Narodowy Instytut Fryderyka Chopina ma swój profil. Jak podają źródła „Gazety Wyborczej”, w październiku 2010 roku, a więc w czasie trwania konkursu, facebookową stronę „Fryderyka” odwiedziło pół miliona osób, w tym w części finałowej 13 tysięcy²³. Oczywiście liczby te odnoszą się wyłącznie do użytkowników „zarejestrowanych” na forum (czyli tych, którzy zaznaczyli na forum NIFC kategorię „Lubię to”). Prawdopodobnie ilość odwiedzin strony była znacznie większa niż podają dane. Drugą, cieszącą się zainteresowaniem internautów stroną, było wirtualne forum TVP Kultury (tu użytkownicy mogli występować pod pseudonimami, stąd też bywało, że ich opinie i komentarze były znacznie ostrzejsze niż na Facebooku). Trzecim forum, które również stanowiło platformę dla słuchaczy konkursowych zmaganiań, był portal www.chopin.darmowefora.pl. Wszystkie te fora spełniły znakomitą rolę zapośredniczającą komunikację w sferze publicznej i – jak nigdy wcześniej – pozwoliły zwykłym użytkownikom uczestniczyć w medialnej dyskusji nad konkursowymi wydarzeniami, szczególnie zaś w dyskusji nad werdyktem jury konkursowego. Zaistniał dzięki temu swoisty *feed-back* między ekspertami i komentatorami konkursowymi a internautami. Nawet w mediach zauważono i opisano ów proces. Jak można było przeczytać na łamach cytowanej już wcześniej „Gazety Wyborczej”: „Doszło do reakcji zwrotnej, komentatorzy w studiu TVP Kultura cytowali wpisy z forum, a forumowicze odnosili się do ich opinii”²⁴. Podobnie rzecz dotyczy prasy – tu też cytowane były wypowiedzi internautów, zaś internauci odnosili się do wypowiedzi podawanych w prasie. Najwięcej opinii internautów (pod względem ilościowym) zamieszczono na łamach „Dziennika Polskiego”²⁵. Większość z nich była bardzo emocjonalna; z ust forumowiczów padały takie słowa, jak: „mierna Avdeeva”, „szemrane układy faworyzujące miernych”, „wstyd”, „skandal”, „pomyłka”, „ogromna niesprawiedliwość”²⁶. Co ciekawe, opinie internautów stanowiły – obok opinii ekspertów – główny trzon artykułu. Oto najważniejsze wypowiedzi forumowiczów z powyżej cytowanego „Dziennika Polskiego”:

(...) Karolina Czerniak pisała: „tragedią zdobywców II, III i IV nagrody nie jest to, że to nie oni zdobyli I nagrodę, ale że I nagroda przypadła komuś tak miernemu jak Avdeeva”. Bardzo to przykre, a nawet demoralizujące, że tak prestiżowy konkurs nie oparł się powszechnym

²³ Tamże.

²⁴ Tamże.

²⁵ Źródło materiału prasowego: A. Malatyńska-Stankiewicz, *Zszokowana i szokująca Avdeeva*, „Dziennik Polski”, 22 X 2010, s. A9.

²⁶ Tamże.

wszędzie, tzw. szemranym układom faworyzującym miernych, bądź jedynie poprawnych, natomiast eliminującym prawdziwe talenty.

(...) Marta Jarczewska pisała: „jestem zdruzgotana I nagrodą (...)”.

(...) Wojciech Bakłażec podkreślał: „wstydzę się za Konkurs Chopinowski’!!! Skandal, pomyłka, ogromna niesprawiedliwość!!!”.

(...) Małgosia Smolska pisała: „Avdeeva miała przed sobą trudne zadanie, wybrnęła znakomicie, choć jej mina wskazywała na to, że miała obawy, jak zostanie przyjęta przez publiczność”.

(...) Iwo Jedynecki tłumaczył na forum „Avdeeva zagrała dziś wspaniale, zgadzam się, ale nadal pozostaje niesmak po decyzji jury”²⁷.

Co istotne, głosy forumowiczów wyeksponowane zostały w pierwszej części tekstu prasowego, a dopiero po nich pojawiły się fragmenty wypowiedzi ekspertów. Podobnie struktura artykułu wyglądała w przypadku tekstu z „Gazety Wyborczej” pt. *Tak czy owak: Chopin*²⁸. Tu również w pierwszej kolejności pojawiło się nawiązanie do głosów internautów na forach dyskusyjnych, a dopiero później zamieszczone zostały głosy ekspertów. Jak można było przeczytać na łamach gazety:

Na facebookowym forum Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina (...) rozgorzała dyskusja, w której „rozczarowanie” było najliczniejszym komentarzem wyników. „Konkurs nie ma już sensu”, werdykt „dewaluuje znaczenie konkursu”, „na koncercie laureatów publiczność pokaże, kto jest prawdziwym zwycięzcą”, „jestem dotknięty”²⁹.

Warto też dodać, że relacjonowane przez gazetę głosy internautów odwoływały się również do opinii ekspertów, wprowadzając w kolisty ruch cały proces komunikacyjny w sferze publicznej. Także na łamach pozostałych, analizowanych tytułów prasowych („Nasz Dziennik”, „Polityka”, „Ruch Muzyczny”) pojawiały się wzmianki o „głosie internautów”, jako jednym ze znaczących elementów dyskusji nad werdyktem jury. Jest to zatem przykład włączenia obywateli do dyskursu medialnego, a co więcej – przyznania im mocy transformującej ów dyskurs. Opinie te bowiem wpływały zwrotnie na komentarze eksperckie w przestrzeni medialnej. A zatem tak rozbudowana dyskusja zmieniła znacząco oblicze konkursu w jego wymiarze deliberacyjnym.

Należy też dodać na zakończenie, iż procesy kolisty zachodziły również w drugą stronę: dyskusje na forach internetowych pełne były odwołań do wypowiedzi ekspertów prezentowanych w prasie, radiu, telewizji czy również w Internecie. W ten sposób mocno zagęszczona siatka powiązań dyskursywnych

²⁷ Tamże.

²⁸ Źródło materiału prasowego: *Tak czy owak: Chopin*, „Gazeta Wyborcza”, 22 X 2010, s. 2.

²⁹ Tamże.

dała możliwość zaistnienia niezwykle ciekawej i rozbudowanej dyskusji nad kontrowersyjnym werdyktem jury. Ostatecznie – jak się wydaje – werdykt ten został zaakceptowany przez opinię publiczną, której komentarze, już po koncercie laureatów, nieco złagodniały. Ciąg dalszy dyskusji medialnej utrzymywany był jedynie w czasopismach branżowych („Ruch Muzyczny”, „Muzyka21”) oraz na wspomnianych forach internetowych. Natomiast w prasie codziennej i tygodnikach opinii dyskusja uległa naturalnemu wygaszeniu wraz z zakończeniem konkursu.

ZAKOŃCZENIE

Analiza wybranych materiałów medialnych na temat werdyktu XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego dostarcza wielu interesujących konkluzji. Jeśli spojrzymy na analizowany materiał z punktu widzenia przyjętych na początku rozważań kryteriów, pojawiają się następujące wnioski.

Po pierwsze, odnosząc się do wymiaru komunikacyjnego, zauważalna jest wyraźnie emancypacyjna moc dyskursu. Widoczny jest bowiem znaczący udział publiczności w debacie, (rola głosu internautów w dyskusowaniu nad werdyktem jury), co zmienia charakter przepływów komunikacyjnych w stronę bardziej partycypacyjnego modelu sfery publicznej. Co więcej, złamany zostaje monopol elit symbolicznych (komentatorów, ekspertów, krytyków itp.) na wyłączność ferowania opinii i gustów. Całość dyskusji wprowadzona zostaje więc w ruch kolisty: to, co powiedzieli internauci, cytowane jest w prasie i komentowane przez ekspertów, dla których do tej pory zarezerwowane było symboliczne określanie gustu społeczeństwa co do kanonów chopinowskiej pianistyki. W sferze publicznej dopuszczony więc zostaje głos słuchaczy śledzących przebieg zmagania konkursowych, co równocześnie powoduje osłabienie władzy elit symbolicznych. Innymi słowy, analizowane procesy komunikacyjne zachodzące w przestrzeni dyskursywnej ujawniają wagę głosów „publiczności”, czyli „zwykłych” odbiorców, prezentujących swoje opinie na internetowych forach. Ich głos eksponowany był w analizowanej prasie na równi z głosami ekspertów (co jest pełnym ewenementem, jeśli chodzi o Konkurs Chopinowski). Zniesiona zatem została wyłączność ekspercka na ferowanie wyroków co do oceny wartości wykonania dzieła muzycznego. Zniesiona też została wyłączność ekspercka na komentowanie wyroków jury. Całość dyskursu wymyka się zatem z dotychczas strzeżonej i kontrolowanej przez elity symboliczne płaszczyzny (w sensie Pierre’a Bourdieu), stając się elementem dostępnym dla szerokiej publiczności. Nie tylko dostępnym, ale też – w pewnym zakresie – kontrolowanym. W jego obrębie reprodukowana jest bowiem pamięć muzyczna,

pozwalająca komunikować muzyczne i poza-muzyczne znaczenia, określające charakter i tożsamość tradycji i kultury muzycznej danego społeczeństwa.

Po drugie, wymiar językowy debaty pokazuje, iż dominowało w niej charakterystyczne, emocjonalne słownictwo, którego głównym motywem przewodnim jest strategia szoku i skandalu. Słowa „szok” i „skandal” pojawia się bowiem dość często w analizowanych materiałach prasowych. Wraz z dynamiką debaty słownictwo ulega zmianie w stronę bardziej konsensualnego, którego celem jest wypracowanie porozumienia co do kontrowersyjnego werdyktu jury. Można więc powiedzieć, że celem strategii argumentacyjnych jest – w pierwszym etapie debaty – uporanie się z zaskakującym werdyktem jury, a w późniejszym jej etapie – normalizacja werdyktu jury i dojście do porozumienia. Strategie te opierają się głównie na poszukiwaniu uzasadnień dla kontrowersyjnej decyzji komisji.

Po trzecie, wymiar poznawczy analizy ujawnia, iż Międzynarodowy Konkurs Chopinowski jest doskonałym przykładem podtrzymywania pamięci społeczno-muzycznej społeczeństwa polskiego. Jest to bowiem jedno z ważniejszych wydarzeń pianistycznych w skali zarówno ogólnopolskiej jak i światowej. Ponadto muzyka Chopina stanowi istotny element polskiej tradycji narodowej, w której zawarty jest cały zestaw znaczeń, określających to, jak powinna brzmieć muzyka kompozytora z Żelazowej Woli. O znaczeniu muzyki w życiu społecznym pisał choćby Karol Szymanowski, wskazując, iż jest ona swoistym pokarmem duchowym narodu i przenika w najgłębsze warstwy społeczeństwa [zob. Szymanowski 1949: 16]. Co więcej, jest ona uniwersalnym językiem, pełniąc funkcję tożsamościową, integracyjną, komunikacyjną i wiele innych. Zbiega się to z Schützowską perspektywą, w której muzyka stanowi istotny element międzygeneracyjnie podzielanej i przekazywanej z pokolenia na pokolenie pamięci muzycznej. To w niej bowiem zdeponowane są znaczenia związane z walorem muzyki, które negocjowane są w procesie komunikacji. Dzięki tak rozumianym procesom możliwe jest też tworzenie swoistej wspólnoty, w obrębie której muzyka posiada określony zestaw symbolicznych treści. Wokół nich także – jak pokazała analiza – narasta złożona dyskusja medialna, w której ścierają się głosy i opinie co do wartości wykonania dzieła muzycznego. To zaś samo w sobie stanowi niezwykle istotny element kultury symbolicznej społeczeństwa.

Po czwarte zaś, wymiar interakcyjny analizy pokazuje wyraźnie sprawczy charakter dyskursu, który przejawia się poprzez performatywny charakter komunikacji, dynamikę debaty oraz wzajemne powiązania dyskursywne pomiędzy poszczególnymi aktorami procesu komunikacji (elitami, mediami i publicznością). Werdykt jury konkursowego jest bowiem formą tworzenia nowej rzeczywistości poprzez akt rozdania nagród laureatom oraz symboliczne nadanie im

tytułu zwycięzcy. Co więcej, w tak rozumianym procesie interakcyjnym wyraźnie widać konwersję kapitałów (symbolicznego, ekonomicznego, kulturowego), szczególnie w przypadku dalszych strategii działania zwycięzców konkursu. Interakcyjność procesu komunikacji polega też na negocjowaniu ocen i gustów, wskazywaniu cech wykonania doskonałego oraz tego, które nie spełnia kryteriów doskonałości. Ponadto, spoglądając na analizowany materiał badawczy, można stwierdzić, iż dynamicznie pojęta przestrzeń komunikacyjna odznaczała się mocą transformującą sam dyskurs – zachodzące bowiem procesy uzgadniania znaczeń waloru wykonawstwa dzieła muzycznego, reprodukowały coraz to nowe „odsłony” konkursowego wydarzenia, począwszy od ogłoszenia werdyktu przez jury (w postaci aktu performatywnego), poprzez procesy dyskursywnego negocjowania, podważania (czy wręcz kwestionowania) prawomocności decyzji, a skończywszy na „odroczonej” akceptacji werdyktu jury.

Konkludując, analizowana próbka materiału badawczego stanowi interesującą ilustrację dla szeroko pojętej debaty medialnej, odnoszącej się do życia muzycznego społeczeństwa. Debata ta okazała się (jak większość dyskusji nad zmaganiem konkursowymi) niezwykle żywiołowa, dynamiczna i pełna konkursowych emocji. To, co specyficzne dla odsłony konkursowej z 2010 roku, to przede wszystkim przełamanie monopolu elit symbolicznych na wyłączność określania doskonałości chopinowskiej pianistyki. Oznacza to tym samym przyczynek do emancypacyjnej mocy dyskursu, w której głos zwykłych obywateli (słuchaczy, internautów czy szerzej – publiczności) stanowi ważny element debaty. Tym samym realizowany jest postulat krytycznej analizy dyskursu, w której dochodzi do jego (choćby częściowego) uwolnienia ze struktur dominacji i panowania.

BIBLIOGRAFIA

- Austin J.L.**, 1993, *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Beylin P.**, 1975, *O muzyce i wokół muzyki*, Kraków: Polskie Wydawnictwo Muzyczne.
- Bourdieu P.**, 2005, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Bourdieu P.**, 2001, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, Kraków: Universitas.
- Jabłońska B.**, 2006, *Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne*, „Przeгляд Socjologii Jakościowej”, t. 2, nr 1, ss. 53–67 [dostęp 18.03.2015].
- Jabłońska B.**, 2012, *Władza i wiedza w krytycznych studiach nad dyskursem – szkic teoretyczny*, „Studia Socjologiczne”, 1(204), ss. 75–92.

- Jabłońska B.**, 2013, *Krytyczna analiza dyskursu w świetle założeń socjologii fenomenologicznej (dylematy teoretyczno-metodologiczne)*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 9, nr 1, ss. 48–61 [dostęp 18.03.2015].
- Jabłońska B.**, 2014, *Socjologia muzyki*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Kłoskowska A.**, 1991, *Kultura symboliczna*, (w): A. Kłoskowska (red.) *Encyklopedia Kultury Polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*, Wrocław: Wydawnictwo „Wiedza o kulturze”.
- Kofin E.**, 1991, *Semiologiczny aspekt muzyki*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Matuchniak-Krasuska A.**, 2010, *Zarys socjologii sztuki Pierre’a Bourdieu*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Mika B.**, 2007, *Muzyka jako znak w kontekście analizy paradygmatycznej*, Lublin: POLIHYMNIA.
- Misiak T.**, 2010, *Audiosfera w kulturze współczesnej. Próba przybliżenia pojęcia*, „Przegląd Kulturoznawczy”, nr 1.
- McCormick L.**, 2009, *Higher, Faster, Louder: Representations of the International Music Competition*, „Cultural Sociology”, no. 3.
- Schulz W.**, 2006, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Schütz A.**, 2008, *O wielości światów. Szkice z socjologii fenomenologicznej*, Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS.
- Supičić I.**, 1969, *Wstęp do socjologii muzyki*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Szymura J.**, 1982, *Język, mowa i prawda w perspektywie fenomenologii lingwistycznej J.L. Austina*, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź: Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk.
- Szymanowski K.**, 1949, *Wychowawcza rola kultury muzycznej w społeczeństwie*, Kraków: Polskie Wydawnictwo Muzyczne.
- Van Dijk T.**, 1993, *Principles of Critical Discourse Analysis*, „Discourse & Society” 4/2, pp. 249–283.
- Van Dijk T.** (red.), 2001, *Dyskurs jako struktura i proces*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Van Dijk T.**, 2003, *The Discourse-Knowledge Interface*, (in:) G. Weiss, R. Wodak (eds.), *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*, New York: Palgrave Macmillan, pp. 85–109.
- Van Dijk T.**, 2006, *Badania nad dyskursem*, (w:) A. Jasińska-Kania, L.M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziolkowski (red.), *Współczesne Teorie Socjologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo SCHOLAR.
- Van Dijk T.**, 2009, *Society and Discourse. How Social Contexts Influence Text and Talk*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Wodak R.**, 2011, *Wstęp: badania nad dyskursem – ważne pojęcia i terminy*, (w:) R. Wodak, M. Krzyżanowski (red.), *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- Wysocki S.**, 1986, *Wokół Konkursów Chopinowskich*, Warszawa: Wydawnictwa Radia i Telewizji.

Artykuły prasowe

- Chiżyński M.**, *Kontrowersyjne decyzje jurorów*, „Muzyka21”, I 2011.
- Chiżyński M.**, *Konkurs wielkich indywidualności i wielkich kontrowersji (dokończenie)*, „Muzyka21”, I 2011.
- Czopek A.**, *Jeśli nie zdecydowała muzyka, to co?*, „Nasz Dziennik”, 22 X 2010.

- Kański J.**, *A miało być tak pięknie*, „Ruch Muzyczny”, 28 XI 2010.
- Lobodziński F.**, *Głośniej, prędej, bieglej!*, „Newsweek”, 31 X 2010.
- Malatyńska-Stankiewicz A.**, *Chłodna Avdeeva emocjonuje*, „Dziennik Polski”, 23 X 2010.
- Malatyńska-Stankiewicz A.**, *Zszokowana i szokująca Avdeeva*, „Dziennik Polski”, 22 X 2010.
- Marczyński J.**, *Co ma Putin do Chopina*, „Rzeczpospolita”, 22 X 2010.
- Pawłowski R.** (w rozmowie z Barbarą Pabjan), *Nikłe zainteresowanie muzyką*, „Gazeta Wyborcza”, 19 II 2010 (wydanie internetowe).
- Pawłowski R.**, *Chopin po polsku*, „Gazeta Wyborcza”, 19.II.2010 (wydanie internetowe).
- Pawłowski R.**, *Fejs Fryderyka*, „Gazeta Wyborcza”, 29 X 2010 (wydanie internetowe).
- Szwarcman A.**, *Koncertowi Rosjanie*, „Polityka”, 30 X 2010.
- Świąder Z.**, *Tak czy owak: Chopin*, „Gazeta Wyborcza”, 22 X 2010.

Barbara Jabłońska

**DISCOURSE ON MUSIC: THE CASE OF THE 16TH INTERNATIONAL
FRYDERYK CHOPIN PIANO COMPETITION**

Abstract

The aim of the text is to elaborate the discursive aspects of cultural communication, taking into account the case of 16th International Fryderyk Chopin Piano Competition (Warsaw 2010). The focal point of the analysis is the nature and dynamics of public discourse on music. The crucial questions are: how symbolic elites, media and public - involved in the process of communication in public sphere – create discourse on music and music taste; how do they use strategies of argumentation and negotiate the value of musical performance; what are the performative aspects of communication (distribution of symbolic capital); what is the nature of contemporary media communication on cultural events (crucial role of multimedia).

Keywords: Discourse, music, piano competition, public sphere, media

VYATCHESLAV P. STOLBOV
Chemical and Technological State University, Ivanovo*

CONFESSIONAL PROCESSES IN RUSSIA: FROM ATHEISM TO RELIGIOUS PLURALISM

Summary

Modern Russian society is undergoing a transition from a paradigm of communistic ideology to an ideology which gives prominent recognition to historical national spiritual institutes. The multi-religious state is entering into the world arena, democratic in its religious aspect. The legal basis of this process are the provisions of the Constitution of the Russian Federation, the Civil code of the country, and the law “Concerning Freedom of Worship and Religious Associations”, as well as the regulations adopted in territorial units of the Russian Federation. Russian society includes more than sixty faiths in its religious space, the tasks and functions of which are connected with the need for spiritual education of members of society, elimination of contradictions between ethnic cultures and values, and the formation of a tolerant society. The general trend is toward the revival of religion, its organizations and associations, and a gradual release from dogmatism in world views, as well as the formation of democratic principles corresponding to the functioning of a civil society.

Keywords: Russia, religiosity, religious faiths, social transformation

INTRODUCTION

The process of globalization has impacted different countries not only in the spheres of their economic and political life, but also in terms of their values and the forms of activity connected with religious practice. In the world community this has been reflected in a new religious and mystical wave, and the emergence

* E-mail: stolbov@isuct.ru

of a set of religious movements (new religions, sects and cults), with attributes corresponding to their ideas of life values in society. According to a number of philosophers (D. Bell, A. Toffler, T. Rozzak, M. Eliade), this fact is explained as a consequence of a civilizational shift in the social development of those countries which have entered a post-industrial phase of development, and also as a manifestation of a youth counterculture. In the assessments of this process there is an opinion that this is *a particular manifestation of a "spiritual transformation" of modern society, and the creation of a "spiritual supermarket" to meet individuals' needs*. [Dictionary reference, 1998: 16–17; Toffler, 1980: 310].

The manifestation of this wave in modern Russian society is characterized by a revival of traditional religious faiths, religious consciousness, and a new outlook on life by millions people. An interesting assessment of this process was offered by G. Anderson, one of leaders of the Unification Church of Sun Myung Moon: *"... Someone has to take over the mission of the failed communistic empire"* [Die Curus kommen, 1990].

RELIGIOUS LIFE IN RUSSIA: PAST AND PRESENT

Modern Russian society is undergoing a swing of the pendulum in the barometer of its social life, brought about by the withdrawal from a Marxist-Leninist paradigm of a total atheistic outlook on life to a revival of traditional historical and spiritual institutions of Russia and to a multi-religious explosion. In examining this process, it is necessary to understand that in recent times, i.e. during the existence of the Soviet society, the practice of various religious faiths was substantially liquidated or significantly reduced in connection with the total promotion of atheism in communist ideology. The maxim that 'religion is the opium of the people' defined the relation of the government to religious associations, as well as other organizations in their elaborations of their political and ideological strategies for society. The Soviet powers took a hard line toward religion, since they saw it as an obstacle and opponent to Soviet plans to transform Russia and offer a *homo sovieticus* model and education. To some extent this attitude was an expression of the expectations voiced by Russian intellectuals beginning in the middle of the 19th century (i.e. much earlier than the political revolution of October 1917), espousing nihilistic views and criticizing religious life. This became especially visible after the great reforms of 1861, when it became vogue to promote the breakdown of stereotypical outlooks and ways of life among city dwellers, and in part among the country people as well. 'Advances' by mystical practitioners and the propagation of atheism became visible in society. One of characters of

a novel by P.I. Melnikov-Pecherski offered this interesting assessment: "... the truth is that people became free, and at the same time the fear of God didn't become anything" [Melnikov-Pechersky, 1963: 135].

During the decades of the total rejection of religion in the country, tens of thousands of religious centers were closed, 200,000 priesthoods were liquidated, and about half a million priests underwent repressions. It was a peculiar conflict between "fathers and children", in which a new generation of the Russian young people took part in a program of militant atheism, joining in the destruction of religious temples, the plunder of church property, and the destruction of icons and religious books, against the condemning grumbles and prayers of believers. The mass closure of churches and destruction of religious sites began in the 1920s in connection with adoption of the Decree "Concerning the expropriation of church valuables" (1922), and proceeded throughout the 1930s and the beginning of the 1940s. This destructive process was designated 'the godless five-year period.' By 1941, at the outbreak of the Great Patriotic War on Russian territory, no a single orthodox temple operated in any of the 25 regions of the Russian Federation, and in another 20 regions there were no more than five operating churches.

In days of the Great Patriotic War there was an easing up of repressions on religious life. The important political act which marked a turning point in state and church relations and the Soviet attitude toward religion was I.V. Stalin's meeting on September 4, 1943 in the Kremlin with the metropolitans Sergy (Stragorodsky), Alex (Simansky) and Nikolay (Yarushevich). During this meeting the issues of the return of church officials from camps and exile, the opening of parishes, and the publication of a magazine of the Moscow Patriarchy, was resolved by the formation of a Council for Religious Affairs, attached to the Council of People's Commissars of the USSR. Also, following this meeting several thousand orthodox temples were opened for "grief soothing" ceremonies concerning losses on the battlefields, and the activities of the highest-ranking monasteries of Trinity-Sergius and Kiev Pecherski were resumed, along with many others. During the war years religious processions in Moscow were repeatedly carried out, displaying the wonder-working icon of the Kazan Mother of God, esteemed among orthodox Russians. There were numerous incidents of telegrams coming to Moscow from the front containing requests to send materials with church sermons and other leading religious materials of the Orthodox Church to the front. However, after the war's end the attacks on religion were renewed [Zipin, 1994; Shkarovsky, 1999].

From the beginning of the 20th century and until the end of the 1980s tens of thousands of churches, as well as more than one thousand leading orthodox monasteries were closed in Russia. At the beginning of the process of revival of

religion in the late 1980s only 23 out of some one thousand religious temples functioned (prior to 1922, fifty-five thousand orthodox churches and Muslim mosques were functioning) [Orthodox church in the history of religion, 2004: 237–255.].

In the 1970s and 1980s Russian Orthodox Church activity was still limited, and was supervised by the government of the USSR through the Council for Religious Affairs, which supervised all issues of religious life in the country and its regions (similar councils functioned in each Republic). The obligatory presence of a representative from the religious faith was accepted at the Committee of the Fight for Peace. During the same period, the Russian Orthodox Church faced the problem of developing its position with respect to the spread of nonconventional religions (the so-called ‘new edge religions’), which began to extend into the large cities of the country. The Orthodox Church took a position of condemnation of nonconventional religions, having defined them as “terrestrial servants of Satan”. This definition of new religions reflects the aspiration to religious monopoly shown by the Russian Orthodox Church. The government defined the representatives of these ‘new edge’ faiths (Society of Consciousness of Krishna, Moon’s Unification Church, the White Brotherhood, Church of new Sacred Russia, Church of the Last Precept, AUM to Sinrika, etc.), as religious dissidents, and their associations as “totalitarian sects”. Based on such positions of the state and Orthodox Church, repressive measures were even applied against the members of these religious groups. According to the Society of Consciousness of Krishna, about 50 people from this confessional association were imprisoned in intolerable conditions, some of them losing their lives [Orthodox church in the history of religion, 2004].

In the main, the new religious movements were concentrated in the large cities, where representatives of various ethnic diasporas lived. In the territory of rural settlements they didn’t find a fertile soil for their activity, since in these settlements the long-standing, steady relationship of inhabitants to their traditional Orthodox or Muslim religious faiths remained strong. For example, in the Central part of Russia the majority of parishioners belong to the Orthodox religion, and in the territory of Central Russia and the Lower Volga Area, along with the Orthodox religion a number of parishioners profess the Muslim religion. Also, in the Lower Volga Area Kalmyks, and in Siberia inhabitants of Tuva, profess Buddhism, adjoining the Russian population which adheres to Orthodoxy.

The missionary activities of the leaders of the new nonconventional religions often took on an uncontrollable character – even to the extent of using deception, blackmail and bribery – and their actions were in violation of the laws on missionary activity in concrete regions. At present more than 350 new religious organizations are registered as nonconventional, or ‘dissident’. As a result of the

growth in the number of new religions, a change in the religious map of the country can be observed. In its some regions there is a declining trend in the number of Orthodox associations (the Far East, the Urals), a fact which has not remained unaddressed by the Russian Orthodox Church. These changes complicate the interfaith relations in society. Although the number of adherents of organizations of nonconventional religious associations is less than the number of adherents of traditional religions, their rates of growth testify to the fact that they are rapidly expanding. This causes them to be negatively perceived and assessed by many religious figures of the traditional religions –the Russian Orthodox Church, Muslim, Buddhist and Jewish organizations – as constituting influences creating radical tendencies among ethnic groups and washing out national and cultural identity.

Having the aim of establishing order in Russian religious activity and reducing the ‘interference’ from nonconventional religions and their leaders, in 1997 the Russian Federation passed a law *Concerning Freedom of Worship and Religious Associations*. Thus began the phase of a certain regulation of the new religious movements.

Today the intensity with respect to the regulation of new, nonconventional religious faiths has softened, which reflects not only the revival and frequency of such religious practices, but also the steady manifestation in the society as a whole of a trend toward religious pluralism.

In 1987, during the course of revival of religion of various confessional directions in Russia, the authorities began to gradually return the former so-called ‘cult’ buildings (churches, mosques, monasteries), which were occupied in the Soviet period and converted into economic premises (warehouses, shops, machinist repair shops, movie theatres, municipal hostels, archives and so forth) to local dioceses, with the aim of restoring them and organizing and carrying out religious practices in them. In a number of the large cities of the country however, the transfer of religious buildings and sites from party and Soviet bodies to believers and dioceses was hampered by bureaucratic regulations and obstacles. This led to protest actions by believers, with wide public support, against this red tape. While the actions were similar throughout the country, we may note the protest in Ivanovo, which received a lot of attention in both the Russian and foreign mass media. There believers, in protest against the failure to transfer a local diocese church, engaged in a sit-in hunger strike at the steps of the renowned Svyato Vvedensky (Holy Vvedenski) Temple. The conflict was solved by the accelerated removal from the temple of government services and regional archives.

In 1988 resolutions were passed throughout the country devoted to the 1000th year anniversary of the Christianization of Kiev and Russ, which stirred up the historical memory of society and led to a renewed interest in religion. In 1990 religious faiths acquired the right to form legal entities, allowing them to carry out not only spiritual, moral, and educational missions, but also to engage in economic activity.

The turning point in the life of the Russian Orthodox Church (ROC) was the year 2000. In August of that year a ceremony devoted to the 2000th anniversary of Christmas took place in the Anniversary Hierarchal Cathedral of the Russian Orthodox Church. At the Cathedral a document entitled *Foundations of the social concept of the Russian Orthodox Church* was accepted. This was the first official document regulating the activities of church establishments and their relationship with the state and various secular associations and the organizations (it is interesting to note in this regard that a similar document was accepted for the first time in the 19th century by the Catholic church). In its sixteen sections, the *Foundations of the Russian Orthodox Church* covered the maintenance of the relation of the Church to various aspects of Russian society, the limits of Church loyalty in relation to the state, and the conditions under which it could refuse obedience to the state [SOTsIS, 2001: 96–103].

In the multi-religious Russian society, the preferences of believers in the various religious practices carried out at traditional religious institutions were somewhat accurately defined: Russian Orthodoxy, Islam, Buddhism, Judaism, and Christian confessional religions – Catholicism, Protestantism in its various denominations (Associations of Baptists, Evangelicals, Adventists, Jehovah Witnesses), and the Lutheran church. In addition, the practices of the Old Believer Church in its many forms (Russian Old Orthodox Church, the Old-Rite Orthodox Church, Bespopovsky, Fedoseevsky, Pomor, Begunsky, Filippovsky, Spasovsky Soglasiya and others) intensified. Also various associations appeared, declared as sectarian associations: the Dukhobor, Molokanyo, Bogorodinchoy centers, and others.

The revival of religion and spread of religious beliefs in the country, generally centers in the large cities on the periphery. As a result of this process, the number of the Russians identifying themselves as believers of various faiths is constantly growing. Selective research carried out in Moscow and a number of the big cities in the 1990s found the number of believers there to be about 40%. Now the number of believers (as determined by sociologists) exceeds 50%, and in some regions of the country is as high as 75%.

Research into the phenomenon of religious identity in the Ivanovskoye region, conducted in 2010 (on an RGNF grant) also testifies to a trend toward the distribution of religion from the city to regional suburbs. The following data testifies to the current condition of religious life in traditional Russian regions, which the Ivanovo region represents. In the region there are 185 Orthodox parishes, three Orthodox dioceses, and more than ten monasteries registered and carrying out religious practices and activities (the best known in the area (and beyond) are the Sacred Nicolo – Shartomsky, a male monastery with farmsteads in Moscow and in some other the cities, and the Sacred Nicolo-Tihon Luhskogo, another male monastery, both of which have roots going back to the Fifteenth century; while female monasteries include the Sacred Vvedensky in Ivanovo and the Sacred Uspensky in the village of Dunilov). In the city of Ivanovo alone there are eight functioning Orthodox churches, a Muslim mosque, three monasteries, and prayer centers for 30 religious faiths operating as independent, located in premises such as manufacturing enterprises, hospitals, and others. Educational and religious educational activity is carried out in the city by an Orthodox spiritual school and a theological department in the local Humanities' University. Within the city's territorial limits, the new Pokrovsk temple is in the final stage of construction, the trustee of which is the well-known Moscow lawyer I. Reznik, and the cathedral is under reconstruction. The link between the process of revival of religion in the Ivanovskoye region and in the country overall should be noted. This city and the region was the site of construction of the new atheistic socialist ideology in the Soviet period, accompanied by the destruction of many religious buildings, despite their architectural value.

Religion, being both a social and spiritual institution of public life and one of the early forms of ideology, carries out certain functions which impact on the consciousness of people. In the course of the revival of multi-confessional religious life in Russia, these functions of religion have gained a special importance because the majority of society, now stripped of communist ideology, hasn't yet developed a new system of values. The traditional function of religion is religious enlightenment, affecting the world-views and life-views of people; matters of life and death, explanations of events capable of being ascribed to a divine origin, and matters of self-discipline. Initially God – the basic principle of religious ideology – arose in “contemplation of death”, as a principle of control of one's actions and thoughts, inasmuch as “life after death” was connected with a divine final judgment. Through religion a believing individual attempts to understand the essence of biblical precepts and/or revelations in Islam or the basic principles of other faiths. Religious, transcendental thought connects people and makes society

predictable and steady, and the establishment of “taboos” prohibits ‘incorrect’ behaviors on the part of persons ascribing to dogmatic religious positions, as well as encourages certain actions deemed positive. This underscores the importance and function of the formation of religious outlooks, i.e. views of the world from the position of religious philosophy, where the center is God as the supreme spiritual value. Today the majority of Russian society ‘joins’ religion by means of baptism, which affirms and characterizes the individual as a confirmed and accepted member of a church, with both the right and the obligation to participate in religious ceremonies, services, etc. Examples of such relations to religion are reflected in the actions of top officials of the state, and in the political, artistic, and creative elite of society Russia’s large cities, who frequently engage in mass ceremonies with crowds of people to observe the tradition of religious processions and the worship of church icons and treasures. For example, each year in Ivanovo a ceremony takes place in the form of a religious procession carrying the icon of the Kazan Mother of God. The church has begun to actively realize the ideological function of reconciliation among Orthodox faiths, both within the country and abroad. The Cathedral of the Orthodox Church reconsidered its position in relation to the Orthodox Old Believers’ Church, recognizing its past persecutions of these religious conservatives as a historical injustice and establishing their equality in religious practice along with the official Orthodox church. As a result of this recognition, Old Believers have begun to return to Russia from other countries to which they were compelled to migrate in the 19th and 20th centuries. The meetings of the Patriarch of the Russian Orthodox Church, Kirill, with representatives of Orthodox faiths of the USA also testifies to the attempt to create an association of Orthodox churches, including those in Turkey, Greece, Ukraine, China, and Japan, who recognize the predominant place of Moscow as the center of the Orthodox religion.

The activities of the Orthodox church also take on political functions by means of the establishment of contacts with other religious faiths. Thus the meeting of the Russian patriarch Kirill with the head of Catholic church of Poland was an attempt to understand the needs and resolve the problems and issues in contacts between the Russian and Polish societies.

Another important function and aspect of religion in the context of its current revival in Russian society is determination of the sphere of interaction and cooperation between the church and the state in finding solutions to social problems. Cooperative activities in this regard are very wide-ranging: “care about troops”; education in the spirit of fidelity to high moral ideals; strengthening of values in a Christian family; prevention of crime; support for a moratorium

on the death penalty; cooperation in the field of education and health care and overcoming drug addiction and alcoholism; development of a negative attitude toward abortions and homosexual relations, etc. Caesar and God, i.e. the State and the Church, have to live in a certain harmony, helping each other instead of offering wholly independent solutions to problems in society. At the same time, there has to be a certain distance in state and church relations as well, and the loyalty of the church to the state has to have limits, i.e. there must be spheres in which the church can deprive the state of its support.

THE LEGAL BASIS FOR THE FUNCTIONING OF RELIGIOUS GROUPS IN RUSSIA

The revival of multiple religious associations on the religious space of Russia testifies to development of the phenomenon of “religious pluralism” (also sometimes called “religious democracy”). This is confirmed by the fact that more than 24,600 religious organizations and 60 religions are now active in Russia [6]. Legally, religious pluralism is set forth in Article 44 of the new Constitution of the Russian Federation, and the right to hold various world views and religious variety is guaranteed by the 1997 Act of the Russian Federation *Concerning the freedom of worship and religious associations* [Odintsov, 2005]. The rights of religious associations to carry out economic activities is established in the Civil Code of the Russian Federation (Art. 117).

The constitutional arrangement concerning the activity of various religious associations creates a dilemma for the Russian Orthodox Church (ROC), which on the one hand proclaims an ideology of conciliation of churches and social unity as a central idea, while on the other proclaiming the thesis that it is tolerant in relation to other faiths. Ideas of conciliation and unity in society have to concern not only the activities of Orthodox churches, but also other religious groups, so as not to create a contradiction between the tasks and views of various faiths.

Historically, the concept of being on equal footing and the functioning of various religious associations in Russia goes back to the decree *Concerning Tolerance of Religion*, approved in 1773 by Empress Catherine II. Toleration is a characteristic feature of the Russian society and its recognition of religious pluralism based on constitutional principles about freedom of worship has put the state in special situation, whereby it should not be engaged in religious protectionism or promotion. This latter circumstance should be considered in connection with the contents of paragraph N 15 of the Recommendation 1202 *Religious tolerance in a democratic society*, ratified by the Parliamentary

Assembly of the Council of Europe (Strasbourg, 1993), which states: “*The secular state has to awaken respect for all recognized religious communities and should not assign any religious obligations to its citizens*” [Parliamentary Assembly of the Council of Europe, 1993, 2 February].

So what confessional groups function in the religious space of Russia? Within the country’s territory 24,600 religious organizations and 202 spiritual educational institutions are registered. The leader is the Orthodox church. This is related to its historical existence as the titular ‘nation’ in the country of Russian people. All told, 13,943 Orthodox parishes and 429 monasteries with farmsteads are active on the territory of Russia. In total there are 170 million people in the world registered as Orthodox. A part of Russian Orthodoxy is made up of the ‘Old Believers’ church, which resulted from the split of church in the middle of the 17th century, during the reforms of Patriarch Nikon (1652–1666). In the territory of Russia there are 303 functioning and registered Old Believer organizations, and 44 monasteries with farmsteads.

Besides the Orthodox churches, in Russia one finds the Catholic church (226 communities and episcopates in Moscow and Novosibirsk); Protestant churches (Baptists, Evangelicals, Pentecostals, Adventists – 2,700 communities); the Lutheran church – 218 communities; Mormons – 55 communities of The Church of Jesus Christ and the Latter Day Saints; the New apostolic church, Moon Unification Church – 6 communities; Jehovah’s Witnesses – 409 communities; Shamanism – 16 communities; pagan beliefs – 4 communities; other religions – 87 communities.

Buddhism, in the form of Lamaism, operates in Buryatia, Kalmykia, and Tuva and totals 221 communities and datsans. Judaism in Russia is represented by 276 religious associations of the various types of Judaism – Hassidism, reformed Judaism, and orthodox Judaism. The international Society of Consciousness of Krishna, based in Russia since 1972, has 75 temples [Statistical collection, 212].

In terms of numbers, the second largest registered religious faith in Russia is Islam. Moslems appeared in the territory of Russia in the 9th century. Today this religious faith unites believers in more than 4,500 religious centers, and the number of adherents of Islam totals about 25 million people [Abdulatipov, 2002].

In order to explore the understanding of religious pluralism in modern Russian society we will focus our attention on one of the Orthodox religious faiths: the Old Believer’s Orthodox Church.

The ‘Old Believers’ journal carried out a sociological survey, and in response to the question – “What do you know about the ‘Old Believers’?”, the majority of Russians (48%) answered – nothing, 29% replied that it is a sect, 8% that Old

Believers are Orthodox Christians who have broken away from Church, and only 4% answered that it is the remains of the Old Russian Church [9]. Despite these rather negative results, a certain interest in the history of the split of the Russian Orthodox Church can be observed in Russian society.

The Old Believer movement arose as a form of peculiar protest in society against innovations in church life and the submission of the church to the state. Historical research data testifies to the large number of participants in this protest movement. In the 18th century this movement comprised about a third of the population of Russia, and in the 19th century around 10 million people. Today Old Believers are estimated to number between 3 to 5 million [Panchenko, 1984: 110; Taranez, 2008: 47–49]. This movement also generated a special economic mentality, according to which a special social behavior emerged, sometimes termed "... a local current of Protestantism."

Much interest in the Old Believer movement is shown in connection with research into the history of Russian business and economic ethics and their influence on the economic development of Russia. Modern researchers of this problem tend to rely on M. Weber's theoretical conclusions about the influence of European Protestantism on the development of capitalism in Europe and the USA. In this sense Old Believers can be presented, on the basis of their ethical principles, as a Russian branch of Protestantism. However, it would be incorrect to limit the influence of the economic ethics of Old Believers only to Russian economic history. In those foreign countries where communities of Old Believers settled, it is also possible to track the influence of their economic way of thinking on the development of the national economies in which they interacted.

The assessment of the importance of activities of Old Believer communities in the economic life of Russia during the period of its initial accumulation of the capital and the industrial revolution includes both hypothetical and theoretical considerations as well as actual in-depth studies. The Russian religious philosopher S. Bulgakov observed that "... any economic era has its spirit, and, in turn, is a generator of this spirit. Each economic era has a special type of "economic" person generated by the prevailing spirit of the economy." This statement can be coordinated with M. Weber's position [Bulgakov, 1991: 345–369; Weber, 1991]. Bulgakov's remark on the special spirit and type of "economic person" is also applicable to the analysis of the economic ethics of an Old Believer community.

Old Believers as a community were guided in their activities by Orthodox asceticism, which condemned ostentatious wealth. They considered wealth "as a manifestation of human arrogance and a sin." In the Old Believer communities

the spirit of ascetic, “rational” traditions of economic life prevailed. The rationalistic paradigm of behavior of these people promoted the selection and formation of stoic personal qualities and responsibility for one’s destiny. Such an alloy of spiritual and behavioral qualities gave an impulse to Old Believers to occupy themselves with business activities in difficult legal, cultural, and geographical environments. The underlying characteristics of such activities were:

- a sense of proportion, counterbalancing haste, emotion, and passion and measuring the importance of various purposes;
- practical calculation, capable of sacrificing short-term gains in order to attain the sublime goal;
- sobriety of character and will power, supporting courage and domination of the mind over rushes of feelings [Roschin, 1994].

P. Melnikov-Pechersky, a prominent researcher and astute observer of Old Believers, noted that they were ... *prudent, economical and careful in business affairs, gradually accumulating millions and, what is much more important, were able to keep them, not dissipate them ... They didn’t go bankrupt owing to ventures; they didn’t let their sons go into government service, so their children and their grandchildren weren’t transformed from merchants earning millions into depraved noblemen, with yesterday’s coat of arms and a noble diploma ...* [Melnikov-Pechersky, 1976: 207].

The similarities in the characteristics of both the moral and business attitudes of Old Believers and European Protestants allows us to draw the conclusion that their ethical principles were similar, i.e. Old Believers in Russia could indeed be considered a peculiar “local current of European Protestantism”. But at the same time there were also differences, mainly explained by the messianic importance Old Believers attached to activity. According to P. Buryshkin, the researcher of the Moscow merchant families, Old Believers as businessmen looked at activity “... not only and not so much as at a source of profit, but as performance of a task, of some kind of mission assigned by God or destiny” [Buryshkin, 1994]. The consequence of this messianic logic, S. Bulgakov noted, was the unification of the person, “*a voice of peace and its manifestation*”. Such a spiritual dimension allows for an assessment of the role and contribution of Old Believers, despite the oppressions visited upon them, as selfless activists in the course of the initial accumulation of capital in the country and, on this basis, as contributors to Russia’s transition to its early stage of industrial development.

The vigorous economic activity of Old Believer communities began to be observed following the adoption by Catherine II of the Decrees of 1762/1763 –

“Concerning the permission of dissenters to leave and lodge in Russia ...”, *“Concerning orders on the settlement of exiled dissenters ...”*. The contents of these Decrees were fixed and in her Speech of September 15, 1763 *“Concerning Old Believers”*, she publicly announced them in front of the general conference of the Synod and the Senate [Complete collection of laws of the Russian Empire, 1830: 128–131 and 139–140]. According to these documents Old Believers were allowed to return to their native places, to engage in religious practices, and to be engaged in commerce and industrial activity. As a result of the Decrees a vigorous business activity by Old Believers became concentrated in Moscow, where communities were formed at the Preobrazhenskoye cemetery (bespopovets), and the Rogozhsky gate (popovskye). In these communities, capital was accumulated from grain carrying, transport and trade activities, and also retained in the community owing to the transfer of property from childless Old Believers to the community. Quite often this capital was used for the business activities of members of a community in the form of the ‘soft’, or even gratuitous, loans. These observations are confirmed by known facts concerning support in the amount of 12 million rubles from the Preobrazhenskoye cemetery community to the business activities of Guchkov’s merchant family and to the Moscow manufacturers Nosov and Egorov, while the Rogozhsky gate community rendered significant financial assistance to Yakovlev, a native of the Kaluga peasants and the ancestor of the renowned Ryabushinsky manufacturers and bankers family.

The business activity of Old Believers took place in various regions of Russia. One of the officials of Ekaterina’s administration, V.N. Tatishchev wrote in a letter from Ural, *“... the industrialists are all dissenters, and if you send them away there is nobody to run the plants... and at many manufactories all the food and necessities of life are supplied by dissenters”* [Baryshnikov, 1994].

Many Old Believer families lived in the commercial and industrial villages of the Vladimir, Kostroma, Yaroslavl and Nizhny Novgorod provinces.. We can find interesting data on the business activity of peasant Old Believers in reports of inspection trips to the provinces, such as the following made by a Nizhny Novgorod official, as noted by P. Melnikovy-Pecherski: *“... in Moscow and its vicinities, in the Vladimir and Yaroslavl provinces one finds a number of factories, and all belonging to dissenters”* [Melnikovy-Pecherski, 1976: 13]. Often these Old Believer serfs showed an entrepreneurial grasp and an deftness in trade affairs. Not without reason such peasants were glorified as “capitalist” peasants. The most distinguished activity of such peasants was observed in the Sheremetevsky ancestral lands, scattered throughout various provinces of the country.

The village of Ivanovo, the Shuisky district, and the Vladimir province all represented a classic type of such ancestral lands, in which there was a concentration of peasant/serf Old Believer country families, and their vigorous business activities prospered. The owners of the ancestral lands didn't interfere with this activity carried out by their serf/peasants. In the villages the families of peasants/serfs – Old Believers such as Butrimov, Grachev, Burylinykh, Sokovykh, Garelinykh, Kuvayev, Yamanovsky, Zubkov – were all allocated settlements.

Owing to their trade activities and the accumulation of considerable capital, these families were able to redeem themselves from their bondage. Grachev's family alone paid Count Sheremetev 135 thousand rubles in silver for their release from serfdom, and received all the lands, constructions and camps on which fabric was produced. As a consequence, the majority of the redeemed Old Believer serfs/peasants became big businessmen in textile production. F. Livanov, a researcher into the history of the split of the Russian Orthodox Church, wrote that: "... the owners of many factories, and Ivanov's working villages had long had a reputation as adherents of the split" (i.e. Old Believers) [Livanov, 1872: 115]. K. Shepotov, the historian and regional specialist concerning Ivanov, wrote about the concentration of peasants/Old Believers in the village of Ivanov, and their relationships with the representatives of patrimonial estate officials of the Sheremetevs were also described by P. Ekzembpyarksy, a researcher into the history of serfdom in the Sheremetevsky ancestral lands. The village of Ivanovo was characterized by them as a split (i.e. Old Believer's) nest, "... Ivanov's population at the beginning of the 19th century consisted almost solely of Old Believers of different strands" [Shepotov, 1947; Ekzembpyarksy, 1958: 79].

In this regard it is interesting to note that M.I. Tugan-Baranovsky's research, entitled "The Russian factory in the past and the present", was widely used to gather concrete information on the origin of manufacturing in the village of Ivanovo and the participation of "capitalist peasants" in this process. The rapidly growing quantity of industrial institutions testified to the business acumen of these "capitalist peasants" in the Ivanov village. Thus by the end of the 18th century 49 manufactories in the village produced 426 thousand rubles worth of goods, and at the beginning of the 19th century – about 80 manufactories were in operation and had a general production of goods worth more than 2 million rubles. In 1817 industrial output and production totaled more than 7 million rubles, and trade turnover – about 6 million rubles [Tugan-Baranovsky's, 1997:242]. By 1825 more than 120 industrial institutions functioned in the village [The Vladimir historical and statistical collection, 1869: 16–17]. The village of Ivanovo was integrated in 1871 with the Voznesensky district, creating the city of Ivanovo-Voznesensk,

which was the center of the Russian textile production. At the beginning of the 20th century Old Believers made up about 2/3 of the population in this city [Kabanov, 2010].

Old Believers also had strong roots in Kineshma, Vichuge, Shuya and a collection of villages in the Ivanovo district. The above-cited P. Melnikov-Pechersky, in his work “In the Woods”, describes his meeting with an Old Believer named Konovalov, discussing the introduction of textile-based trade in Vichuga: “... Yes, for example, take Vichuga. Until the French year there wasn’t a weaver in sight, now in three districts all you see is men at work, weaving cloths out of napkins. ... They found someone clever named Konovalov, and he opened a small weaver’s shop, and from his easy hand the cloth went out and business went forward. We should have more Konovalovs – it would be good for the people ...” [Melnikov-Pechersky, 1984:128]. In the conditions of the industrial revolution, which began in the second half of the 19th century with respect to textile production, the children and grandsons of the former “capitalist peasants” entered the arena of economic life and became representatives of new factory businesses and important Russian merchants. They went much further than their fathers in the creation of industrial businesses and banks. According to experts, by the end of the 19th century from 60% to 80% of the industrial and banking capital in what became known as ‘pre-revolutionary Russia’ was created and supervised by second and third generations of Old Believer families.

For a long time the role of Old Believers in the formation and development of economic relations in Russia was suppressed in the Soviet historical and economic literature. Historical allusions to the activity of “capitalist peasants” took place in separate sources, but without indicating that they belonged to this or that religious movement. The Soviet version of national economic history presented businessmen of the past in, so far as possible, an unseemly light. To speak objectively about Old Believers and their value in the social and economic development of Russia was considered, in Soviet society, a taboo topic. In the social literature of the Soviet period ‘Old Believers’ were referred to as a sectarian movement, “runners from revolution” as they were dubbed in socialist ideology.

During the Post-Soviet period a certain degree of progress has taken place in research into the history of the split of the Russian Orthodox Church, and the Old Believer movement. In this or that region of the country research has been conducted into the local history concerning Old Believers [Ivanov, 1997; Nagradov, 2003; Vurgaft, Ushakov, 1996]. The question of the influence of Old Believers on the economic development of the country has attracted increasing interest, and publicist and scientific editions investigating this problem have

appeared [Baryshnikov, 1994; Buryshkin, 1994; Kuznetsova, 2005; Lacheva, 1997]. In these publications we can find some as-yet-undeveloped but direct proof of the influence of Old Believers' ethical principles on economic life and entrepreneurial culture. Systematic and fundamental research on this matter is, however, yet to be undertaken. Nonetheless to some extent this problem has, in its regional aspect, been investigated, allowing us to see more accurate reference points of similar activities among certain representatives of this movement and their influence.

Research into the Old Believer movement shows that the Orthodox people in it differed in their spiritual and social activities, which was reflected not only in their production, but also in their charitable and patronage activities. This was a reflection of the spiritual and moral state of mind of these people. It is necessary to keep in mind that production, charitable, and patronage activities were carried out in the provinces to no less extent than in capital cities. Memorials of such activities remain in the museums, schools, hospitals, production units of industrial enterprises, and religious sites built by these entrepreneurs [Podshibyakin, 1997; Taranez, 2008, 2013; Pozdeeva, 1995; Berdova, 2001; Zarubina, 1998].

In days of Soviet, communistic ideology and during the repressions against the church, the Old Believer movement was sharply curtailed, considerably reducing the number of Old Believer parishes. By the time of the disintegration of the USSR, only 112 communities of the Russian Orthodox Old Believer Church existed in Russia, and there were 12 parishes of the Russian Old Orthodox Church and 171 communities of bespopovets. In comparison with the pre-revolutionary times, the number of Old Believer communities decreased by about 17 times. The area of distribution of Old Believer communities has also been considerably narrowed. Today they are present in the Nizhny Novgorod region, Udmurtia, Perm Krai, Altai, and the Kostroma and Moscow areas. Old Believer communities in what used to be traditional places for Old Believers – in the Don, Yaika, Ural and other regions of the country – have either been significantly reduced or have ceased to exist. This reduction in the number of parishioners is visible to the greatest extent in the bezpopovsky strand, and their dwindling numbers have reached a critical level in the fedoseevsky, filippovsky, spasovsky and begunsky strands as well. In many regions of Russia the Old Believers have disappeared altogether, especially in the Caucasus. [Taranez, 2008.2013].

In Ivanovo, where until 1917 Old Believers made up the majority of the population of the city, their number is now small, and they have no functioning Old Believer community or church. [Kabanov, 2010: 20].

Now the center of the spiritual life of Old Believers of the various strands has become settled in Moscow – the Rogozhsky spiritual and administrative center of RPSTs, the Preobrazhenskiy spiritual center of the pomorets and fedoseevets, and the spiritual center Russian Drevlepravoslavna Tserkvi (Church of Old Slavonic). In Moscow more than ten Old Believer temples are in operation. The Russian Orthodox Old Believer Church is the largest Old Believer association and the orthodox spiritual institution second in number after the Russian Orthodox Church. The Belokrinitsky church hierarchy alone totals about five hundred, both registered, and unregistered, Old Believer communities in Russia and abroad. By various calculations it is estimated that now the Russian Orthodox Old Believer Church totals about 1 million adherents. Old Believer orthodoxy continues to remain the alternative orthodox faith in Russia and, in some ways, is in opposition to the state, official church and public institutions. The Old Believers observe the principle of refusing a union with the government (especially with respect to the country's Europeanization), and maintain a strict observance of ceremony. The Cathedral of the Russian Orthodox Church in 2012 confirmed the rights to religious activity for Old Believer communities and condemned the long-term practice of persecuting Orthodox Old Believers.

THE RELIGIOUS IDENTIFICATION OF MODERN RUSSIANS

The adherents and distributors of various religious beliefs in Russian society also include intellectuals of various professions and differing educational backgrounds. These 'masters of thought', generally from artistic and creative circles in Russian society, are opposed to atheistic views, but also understand that religion "isn't just religious" but also social and utilitarian, as a means to maintain moral norms and correlated with the cultural historical past.

The attitude of youth toward the revival of religion is quite interesting. This segment of Russian society is more open to new trends. It observes the crumbling of moral support at both the societal and individual levels, and the youth live according to their experience of life, and thus have a tendency and inclination toward religion. It should be noted though that this inclination is directed more to the external manifestations of religious life, its theatricality and the decorative effect of religious ceremonies, than to the deep basic principles of religion. Selective research shows that 1/3 of youthful respondents identify themselves as religious believers, but the content and values of religion for them are still far from clear.

A quite different situation was observed in 2012–2013 among youth in relation to the Russian Orthodox Church in a number of the country's cities, which captured the attention of sociological institutions. The Levada Center group in 2012 found a noticeable decrease in young peoples' trust in the ROC, which was explained by the conflicts surrounding the performances of the musical group Pussy Riot. According to same "Levada Center", 27% of respondents in different regions of the country condemn the ROC for its cruel position, and there was even a church "anti-electorate" which consolidated supporters in protest.

A quite non-standard picture of the self-identification among youth was revealed by Mchedlov M., who carried out a research request by the F. Ebert Fund in the late 1990s. He found a picture of difficult and differentiated structures and attitudes. Among the young people which he interrogated, 32.1% believed in God, 27% fluctuated between belief and disbelief, and 13.9% were indifferent to religion. The breakdown according to religious belonging was indistinct. Those fluctuating between belief and disbelief was comprised of 30% Orthodox, about 30% Muslim, and 14.3% Protestant. He also found that 6.5% of Orthodox, 6.7% of Muslims, 6.3% of Catholics, and 10.0% of Jews declared themselves to be believers in supernatural forces [Mchedlov, 1998: 107–108].

The research demonstrates that the representatives of the intellectual and the youth segments of society are non-uniform in their religious preferences. These segments of society include adherents not only of the Orthodox religion, but also of new religious movements. They can be characterized as consumers of the so-called "supermarket of spiritual goods." These segments of society also exercise their religious beliefs using mysticism (beliefs in communication with spirits, magic, sorcery, predicting the future, and astrology). The nature of similar religious beliefs and mystical preferences can be explained not only by the release of people from the totalitarian state ideology, but also as a choice of values and orientations in new religions which proceeds from the psychological profiles of people – their search for new social meaning and exploration of their emotional feelings. This may explain the behavior of certain Russians, in the majority women living in the large cities and having rather high educational and material qualifications, who recant their social positions. These people leave and go to remote places in Siberia in search of new feelings and vital beliefs, and join the ideas and movements of new gurus.

This pendulum movement in the mass consciousness of modern Russian society from one world outlook (atheism) to its opposite (religious revival) makes in particularly interesting to pay attention to the educational and professional backgrounds of believers. Research shows that religiousness is spreading among

persons with high professional standing and educational levels, although the degree of religiousness among them is still much lower than in the population as a whole.

One may ask whether the religious beliefs of these “new believers” are of great importance to them? What religious content do they put into their concept of “religion”? Sociological research shows that the majority of “new believers” consider the provisions of religion not so much as being about belief in God as in usefulness to society (from among all the respondents who called themselves believers, only 10-20% pray in church, attend sermons, or observe the Post). It’s possible that the motives of these “new believers” include a high degree of conformism, following the new “fashion”, or that their identification with religion proceeds from their sense of belonging to the cultural and religious historical society known as Russia.

The choice of religion of modern Russians is also interesting with respect to their definition of their confessional direction. According to an All-Russian poll carried out by the All-Russian Public Opinion Research Center in 2010, the with respect to confessional direction the population of the country was distributed as follows: those professing Orthodoxy – 79%; Islam – 5%, Catholicism, Protestantism, Judaism and Buddhism – only 1%, while confirmed atheists constituted 8% of the population. This self-identification of Russians as respondents of these polls, however, often doesn’t coincide with total number of believers (the number of adherents of concrete faiths fluctuates around 70%). More often their identification seems to be based on recognition of a national way of life, with cultural accessories which seem natural to the respondents.

Turning our attention to the gender aspect of the population’s self-identification as believers and non-believers, we note that women prevail among believing Russians. In various research projects the number of believing women fluctuates at the level of about 60% of all interrogated respondents. Anyone who observes the attendees present at a church services can see with the naked eye that the female share of practicing believers dominates over the number of male practitioners.

In research conducted in 2010 in the city of Ivanovo, an initiative group of sociologists devoted their consideration to the question of the religious self-identification of Russians. During their analysis of the sociological information obtained from surveys, their thesis about the multi-religious orientation of residents was confirmed. Data concerning the registered activities of confessional associations testified to the existence of the following confessional groups in Ivanovo: Russian Orthodox Church, Old Believer association, followers of Islam, evangelical Christians, Baptists, followers of Judaism, the Ivanovskoye Christian center of “Vera Evangeliskoy (Evangelical Faith)”, Catholics, the Armenian

church, Seventh-Day Adventists, the New apostolic church, the Ivanovskoye Societies of Consciousness of Krishna center, Jehovah's Witnesses, Russian Assembly of God, Blagodat (Thanksgiving) Church, Church of Association, the city public association "Society Rerihov Svet", etc.

In answer to the researchers' question: "How is it possible to explain such a varied set of religious practices in a single urban environment?", the answers were distributed as follows: legal recognition of freedom of worship (16.2% of respondents); inflow of immigrants in an urban environment (26.1% of respondents); release from atheism (15.1% of respondents). According to the data for 1 January 2011, representatives of 112 nations and nationalities live in the city of Ivanovo, with a population of 408,000 people.

Respondents were asked how deeply they believe in their religion and given the following categories to choose from: "deeply believe", "believe", and "rather believe." Taking into account persons 18 years or older, 71.5% identified themselves as some form of believer. This is a rather high level of identification of people in the category of "religious believers" in an urban society. The greatest percent of the respondents identifying themselves as believers were in the age groups of 18–29 years (78,1%). The explanation of this phenomenon lies, on the surface, in the social life of modern Russian society, and reflects a kickback effect from the monopoly of the communistic 'religion' (i.e. atheism) to a revival of traditional historical religions and the functioning in religious movements of various sets of confessional groups.

The removal of any ideological ban on the activity of religious organizations and preachers, and the extended coverage of religious subjects in the various forms of mass media, has created a favorable environment for some – other than communist – socialization of the people. The pendulum in public consciousness has swung back from militant atheism to the religious revival of society. A slightly lower percentage of believers was identified at the over-50 age group (66.7% of respondents), which probably reflects the influence of the education received by this generation of inhabitants of the country and the city in the spirit of the Soviet militant atheism, hence it reflects a certain preservation of the Soviet way of thinking.

In the course of research into the religious preferences of Ivanovo residents it became clear that the dominant position among faiths is occupied by the Russian Orthodox Church. Even though a Muslim community operates in the city, respondents appeared to know little about this faith or its representatives. It also became clear that while respondents were aware that nonconventional religions operate in the city, they couldn't name them.

It should be noted that the self-identification of respondents with one of the “believer” categories was not made casually or under the influence of certain research design factors. During the research the hypothesis concerning the influence of inter-generational communications in a family, i.e. the impact of parents on formation of the religious outlook of children, was examined. In order to clarify this factor, respondents were asked: “What is the degree of religiousness of your parents and you personally?” Only 3.8% of respondents between the age of 18–29 years characterized their parents as deeply believing persons, and 3.7% of respondents of this age considered themselves to belong to such a category of believers. Respondents aged between 30–50 years classified their parents as follows: “deeply believing” (6.1%); “believers” (34.1%); rather believers (32.9%), while the same respondents identified themselves in these categories as follows: 10.3%, 33.3%, 26.4% respectively. Respondents aged 51 years or older couldn’t identify their parents’ degree of their religiousness. Thus the data concerning the estimates of personally interrogated respondents aged between 18–29 years and 30–50 years concerning the level of “religious belief” their parents confirms the hypothesis of the parents’ influence on the degree of religiousness of their children. This hypothesis is also supported in answers given by the respondents with respect to the basis of their formation of their religious views. Among those declaring a belief in God, knowledge of the Bible and Gospel and family teachings were the two most frequent responses.

Clarification of the depth of the respondents’ religious self-identification was also one of the important research problems. For this purpose the following group of questions were put to the respondents: 1) What is the basis of your religious view? 2) Do you know the basic principles of the religion you observe? 3) Do you read religious literature? The answers to the first question – the basis of religious views, i.e. religious sources – were the Bible, the Gospels, the Koran, the family, love for God, belief, hope of rescue, mercy, etc. While the dispersion of answers was large, religious sources, the family, and belief in God were the dominating responses. As to the basic principles, the respondents noted things such as: Christ’s precepts, belief in a single God, the principles stated in the Koran (and others). It seems that not much time is devoted to reading religious literature. The answers to this question revealed a wide dispersion of habits: read constantly – 4.3%; read sometimes – 33.4%, seldom read – 34.6% of respondents. It should be noted that more female respondents than male respondents expressed an interest in reading religious literature. The answers of the respondents can serve as evidence confirming the thesis of an interest in this or that religion, but

at the same time a too automatic self-identification of people with religion (other data of other research groups also supports this hypothesis).

The religious self-identification of respondents/citizens is closely connected with the degree of intensity of their participation in religious practices. Respondents were asked to answer the following questions: 1) Are you a permanent member of a religious community? 2) How often do you visit the center (site) of your religious community? 3) Do you support a religious community? 4) In what actions of a religious community have you taken part? As has already been mentioned, the level of religiousness in Ivanovo is rather high for an urban environment. However, having declared themselves as believers, only every fifth respondent (21.0%) identified themselves as a permanent member of a religious community, while about 50% of respondents answered that they were not. With respect to the frequency of visits to a religious center/site, the answers were distributed as follows: no respondent answered 'every day'; 2.6% visit several times a week; 5.1% visit at least once a week; 2.1% visit several times a month; 8.5% visit several times a year; and 2.1% of respondents visit less than several times a year. It is interesting to note in this regard that according to the 2010 All-Russian poll of the All-Russian Public Opinion Research Center, 75% of Russian Orthodox declared that they regularly visit church, while only 4% take the sacrament. [Bases of the social concept of the Russian Orthodox Church, 2001: 3]. As concerns the respondent-residents of Ivanovo we can note that there is a high degree of probability that the 21% of the respondents identifying themselves as permanent members of a religious community are those who declared themselves as "true believers", while the other respondents who declared themselves as "believers" may not be characterized as church-going people, but rather as persons who are not indifferent to belief in God and religious culture.

The vital issue of the real self-identification of people with a particular religious faith is reflected in the question of rendering financial support to a religious community. There are a number of examples of representatives of business, or simply wealthy Russians, rendering financial support for the restoration of religious sites in the cities and on the periphery, as well as in rural areas. As the research demonstrated, respondents who have such opportunities do render such help. Hence help is rendered regularly by about 60% of those respondents who defined themselves as "deeply believing"; while about 62.5% of those who defined themselves as "believers" also provide some assistance, and also about 60% of those who identified themselves as "rather believers" also offered assistance. This can be explained by various reasons, but in large measure it can be a reflection of the low standard of living of parishioners.

Participation in the life of a religious community is an important and at the same time necessary sign of belonging to this or that religious faith. Through communication and participation in religious ceremonies of a parish community, solidarity between the brothers-and-sisters-in-faith is formed, pulling them together. In order to clarify the extent of participation in the life of a religious community respondents were asked the question: "In what community actions have you taken part?" Many orthodox respondents answered traditionally: in Sunday services, Easter services, annual religious processions in honor of the icon of the Kazan Mother of God, Christmas ceremonies, sermons, help in the restoration of temples (repair, restoration, cleaning, etc.). Muslim respondents cited services in mosques, participation in the religious holiday Eid al-Fitr, Kurban Bairam (Muslim Easter), observance of the post Ramadan, and also in competitions among readers of the Koran on their knowledge of texts.

The religious self-identification of modern Russians is closely connected with the values people represent and realize in everyday life. What these value representations are is defined by the extent to which they (the values) influence the everyday behaviors and lifestyles of the respondents. Hence the respondents were asked to choose the three most important values from a list of fourteen values. There was a wide distribution among the choice of lifestyle and behavioral values selected. From among the range of value parameters concerning lifestyle and behaviors the three most important were: moral (16.4%), spiritual (15.6%), and family (10.0%). Other values ranged as follows: desire to help other people (9.1%), tolerance with respect to other cultures (8.0%), memory of ancestors and visits to their gravesites (7.4%), geniality and empathy (6.8%), respect for the elderly (6.7%), justice (5.9%), vital optimism and patriotism (3.8%), related feelings (2.4%), and diligence (2.1%).

Thus, it is possible to note that in terms of the lifestyles and behaviors of modern citizens, the religious and secular norms that enrich the lives of people overlap and intertwine. Hence the thesis about the dominant influence of religion on peoples' behavior and lifestyles seems hardly well-founded. Despite that, however, the respondents gave religious norms considerable preference and considered them as defining (38.0%), even though civil norms and rules after all prevail in peoples' lives.

CONCLUSIONS

This review of religious faiths and movements in a historical retrospective testifies to the fact that today Russian society, considered in its religious aspect, is non-monolithic. Many faiths have varying prospects for development, and people have the freedom and possibility of transition from one religion to another. In terms of the trends in religious mobility, according to researchers an interest in Catholicism is observed, while interest in Protestantism, which according to M. Weber better defines the “spirit of capitalism”, is much more modest. Interest is also observed among youth in Buddhism and Hinduism. Possibly in the future Russia will become a religiously pluralistic society, in which an atheistic world outlook and an atheistic minority of the population will also remain part of society. Russian society will be gradually exempted from both atheistic and religious dogmatism, and develop in line with world trends and the world outlook of tolerance and eclecticism.

BIBLIOGRAPHY¹

- Abdulatipov Ramazan**, 2002, *Destinies of Islam in Russia*, Moskva.
- Arguments and Facts**, 2012, *In What Do the People Trust?*, (24.05), Moskva.
- Atlas of modern religious life of Russia**, 2006, Moskva.
- Baryshnikov Mikhail**, 1994, *History of the Business World of Russia*: Moskva.
- Berdova Olga**, 2001, *From the Experience of a Private Blagotvoreniiye in the Kostroma Province*, (in:) *Businessmen and Workers of Russia in Works of Historians of the XX Century*, Materials of the International Scientific Conference Devoted to Memory of Prof. M.N. Belov, Vol. 2, Kostroma.
- Buryshkin Pavel**, 1994, *The Merchant Moscow*, Moskva.
- Bulgakov Sergey**, 1991, *Orthodoxy and Economic Life*, Orthodoxy, Moskva.
- Complete Collection of the Laws of the Russian Empire**, 1830, Sankt-Petersburg.
- Dictionary Reference**, 1998, *New Religious Cults, Movements and Organizations*, Moskva.
- Die Curus Kommen**, 1990, “Horizont International”, No 1.
- Ekzemplarsky Pavel**, 1958, *History of the City of Ivanovo*, Vol. 1, Ivanovo.
- Ivanov Yury**, 1997, *Shuysky Dissenters*, Shuya.
- Kabanov Anfrey**, 2010, *Starobryadtsy's Boars of the Vladimir and Kostroma Lands*, Ivanovo.
- Kuznetsova Olga**, 2005, *The “Economic Person” in the History of Industrial Business (From the End of the XIX to the Beginning of the XX Century)*, Ivanovo.
- Lacheva Marina**, 1997, *Business and Businessmen of Russia. From Sources before the Beginning of the XX Century*, Moskva.
- Livanov Fedor**, 1872, *Ostrozhniki and Dissenters*, Vol. 2, Sankt Petersburg.
- Melnikov-Pechersky Pavel**, 1963, *In the Woods*, (in:) Melnikov-Pechersky Pavel, *Collected Papers*, Vol. 2: Moskva.
- Mchedlov Mikhail**, 1998, *About the Religiousness of Russian Youth*, “Sotsiologicheskie Issledovaniya”, No 6, Moskva.

¹ For each item, the Russian title is rendered into English.

- Nagradov Iliya**, 2008, *The Old Believer World of the Kostroma Province (From the Second Half of XIX to the Beginning of the XX Centuries)*, Kostroma.
- Old Believer**, 2006, *The Newspaper for Old Believers of all Soglasiya. Does Modern Society Know about Old Believers?* No 36, May, Moskva.
- Odintsov Mikhail**, 2005, *Russian Legislation on the Freedom of Worship: The Historical Preconditions Making Parts and the Whole*, (in:) "Religion and Mass Media", No 9 Portal – Credo.ru., Moskva.
- The Orthodox Church in the History of Religion**, 2004: Moskva.
- Panchenko Aleksandr**, 1984, *Russian Culture on the Eve of the Petrovsky Reforms*, Leningrad.
- Parliamentary Assembly of the Council of Europe**, 44th Ordinary Session, 1993, 2 February: Strasburg.
- Podshibyakin Vladimir**, 1997, *Starobryadchestvo in Modern Russia and the CIS Countries: Conditions and Problems*, (in:) *Starobryadchestvo: History, Culture, Present. Theses*, Moskva.
- Pozdeeva Irina**, 1995, *The Russian Starobryadchestvo and Moscow at the Beginning of the XX Century*, (in:) *The Starobryadchestvo World*, Journal Issue 2, Moscow Old Believer: Moskva.
- Roschin Mikhail**, 1994, *Starobryadchestvo and Work*, (in:) *Materials of the Second Scientific Conference, "The Person and Nature – Problems of Sotsioyestvenny History"*, Moskva.
- Bases of the Social Concept of the Russian Orthodox Church (Round Table)**, 2001, "Sotsiologicheskie Issledovaniya", No 8, Moskva.
- Statistical collection**, 2012, *Russian Statistical Annual*, Moskva.
- Shkarovsky Mikhail**, 1999, *Russian Orthodox Church under Stalin and Khrushchev. The State and Church Relations in the USSR between 1939–1964*, Moskva.
- Shepetov Konstantin**, 1947, *Serf Law's Whispers in Sheremetev's Ancestral Lands*, Moskva.
- Taranez Sergey**, 2008, *Starobryadchestvo in the Russian Federation at the End of the XX – Beginning of the XXI Centuries*, (in:) *The Fate of a Starobryadchestvo in the XX – Beginning of the XXI Centuries: History and Present*, Vol. 2, Kiev.
- Taranez Sergey**, 2013, *Starobryadchestvo in the Russian Empire (The End of XVII – the Beginning of the XX Century)*, Vol. II, Kiev.
- The Newsletter of the Center of Society of Consciousness of Krishna in Russia**, 1994, *History of Society of Consciousness of Krishna in Russia*, Journal Issue. 2, Moskva.
- Historical Research Aimed at a Justification of Old Believers**, T.3/<http://iks2010/org/&p=11327/>.
- Toffler Alvin**, 1980, *The Third Wave*, New York.
- The Vladimir historical and statistical collection**, 1869, *Statistical Review of the Condition of the Vladimir Province in 1817*, Vladimir.
- Tugan-Baranovsky Mikhail**, 1997, *The Russian Factory in the Past and the Present. Historical Development of the Russian Factory in the XIX Century*, Moskva.
- Ukasatel Imen**, 1995, *1000th Anniversary of Russian Business*, Moskva.
- Vigilyansky Vladimir**, 2005, *How Many in Russia are Orthodox?* Church messenger. (June), Portal – Credo.ru, Moskva.
- Vurgaft Semen, Ushakov Iliya**, 1996, *Starobryadchestvo: Persons, Subjects, Events and Symbols. Experiences in the Encyclopedic Dictionary*, Moskva.
- Weber Max**, 1991, *Protestant Ethics and Spirit of Capitalism*, Moskva.
- Zarubina Natalya**, 1998, *Welfare Bases of Economy and Business*, Moskva.
- Zipin Vladislav**, 1994, *History of the Russian Orthodox Church 1917–1990*, Moskva.

Vyatcheslav P. Stolbov

**PROCESY PRZEMIAN WYZNANIOWYCH W ROSJI: OD ATEIZMU
DO RELIGIJNEGO PLURALIZMU**

Streszczenie

Współczesne społeczeństwo rosyjskie przechodzi przemiany świadomości społecznej od paradygmatu ideologii komunistycznej do ideologii głęboko zakorzenionej w tradycyjnych narodowych instytucjach sfery duchowej. Heterogeniczne pod względem religijnym państwo wprowadza demokratyczne zmiany w wymiarze światopoglądowym. Podstawą prawną tego procesu są postanowienia Konstytucji Federacji Rosyjskiej, prawo „Swobodnego zrzeszania się i stowarzyszeń religijnych”, jak również regulacje przyjęte przez podstawowe jednostki administracji terytorialnej Federacji Rosyjskiej. Aktualnie w społeczeństwie rosyjskim istnieje ponad sześćdziesiąt wyznań religijnych, których zadania i funkcje skoncentrowane są na potrzebach duchowej edukacji, eliminacji napięć pomiędzy różnymi kulturami i systemami wartości i kształtowaniu tolerancyjnego społeczeństwa. Obserwujemy generalny trend w kierunku odnowy religii z jej organizacjami i stowarzyszeniami oraz stopniowe odchodzenie od dogmatyzmu i formowanie demokratycznych zasad korespondujących z funkcjonowaniem społeczeństwa obywatelskiego.

Słowa kluczowe: Rosja, religijność, wyznania religijne, społeczna transformacja

RECENZJA

WOJCIECH SADŁOŃ

Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego SAC, Warszawa*

Janusz Mariański, 2014, *Moralność w kontekście społecznym*, Kraków: Nomos, ss. 332.

J. Mariański jest z jednym z najczęściej publikujących w ostatnich latach polskich socjologów. Jego prace mieszczą się zasadniczo w dwóch związanych ze sobą obszarach – socjologii religii i socjologii moralności. Bogaty dorobek Autora (ponad 50 pozycji książkowych i kilkaset artykułów) obejmuje przede wszystkim prace o charakterze syntetyzującym i przeglądowym, ale oparte zasadniczo o wyniki badań empirycznych. Jedną z jego ostatnich książek ma nieco inny charakter. *Moralność w kontekście społecznym* jest przede wszystkim podręcznikiem z zakresu socjologii moralności.

W szesnastu rozdziałach Autor prezentuje kolejno podstawowe zagadnienia socjologii moralności. Całość poprzedzona jest autorskim wprowadzaniem oraz wstępem M. Marczewskiego, a zakończona rozbudowanym słownikiem haseł z zakresu socjologii moralności, notą bibliograficzną oraz indeksem. Charakter podręcznikowy i akademicki publikacji podkreśla szeroko przytaczana przez Autora w każdym rozdziale literatura.

We wprowadzeniu J. Mariański skrupulatnie zarysowuje ramy socjologii moralności jako socjologicznej subdyscypliny. Socjologia moralności „bada moralność od strony jej społecznego tworzenia się i funkcjonowania (moralność jako społeczny konstrukt), od strony społecznych uwarunkowań” [s. 12]. Wyodrębnienie się socjologii moralności jest zdaniem Autora wynikiem „nieustannego procesu specjalizacji i fragmentaryzacji w nauce” [s. 11] oraz stanowi swoisty

* Ks. dr; e-mail: w.sadlon@iskk.pl

„znak czasu w nauce współczesnej” [s. 11]. Socjologia moralności „rodziła się”, „uwalniając się stopniowo od filozofii, wypracowując własny przedmiot i metodę badań naukowych” [s. 11]. „Zagadnienia moralne o charakterze socjologicznym, które *implicite* można było odnaleźć wcześniej w filozofii prawa i w filozofii moralności, przekształcają się w odrębną dziedzinę wiedzy” [s. 11]. Jak wskazuje Autor, autonomia socjologii moralności oznacza zerwanie z perspektywą teologiczną oraz spoglądanie na fakty moralne w kategoriach neutralnego obserwatora oraz opiera się na „programie socjologii moralności” M. Ossowskiej.

Wydaje się, że prezentowane przez Autora podstawowe i akademickie założenia metodologiczne opisywanej subdyscypliny mają na celu przede wszystkim zarysowanie granicy pomiędzy socjologią i teologią. Co więcej, spoglądając na całość dorobku Autora oraz jego biografię, można odnieść wrażenie, że wyznaczanie takiej granicy traktuje on w dużej mierze jako swoją naukową misję. Jak sam pisze „socjologia moralności bowiem wzbudza nieufność w kręgach katolickich” [s. 12].

Po uporządkowywaniu metodologicznych podstaw socjologii moralności, Autor omawia kolejno jej podstawowe zagadnienia. Odwołując się do różnych autorów, począwszy od E. Durkheima, po współczesnych, takich jak: P. Pharo czy J. Habermas, przywołuje socjologiczne definicje moralności. Wyodrębnia również społeczne komponenty moralności, takie jak: wartości, normy oraz oceny moralne. Ujmując moralność od strony kształtujących ją czynników, J. Mariański omawia zagadnienie edukacji oraz wychowania. Wskazuje, że podstawowymi środowiskami socjalizującymi moralnie są: rodzina, grupy rówieśnicze, środki masowego przekazu oraz religia. Charakter zjawisk społecznych, polegający między innymi na wielowymiarowości i złożoności procesów, sprawia, że nie pozwalają się one wyrazić w prostej i liniowej zależności przyczynowo-skutkowej, jak na przykład zjawiska fizyczne. Dlatego modele opisujące procesy moralne są zawsze skazane na upraszczanie opisywanej rzeczywistości. Mimo to J. Mariański zauważa, że badania moralności opierają się zasadniczo na dwóch modelach. Pierwszy z nich, określany jako „model empiryczno-statystyczny”, zakłada, że moralność daje się sprowadzić do faktycznie funkcjonującej (obiegowej) i uchwytnej prostymi badaniami kwestionariuszowymi świadomości społecznej. Natomiast drugi model określany przez Autora jako „instytucjonalny model moralności” odnosi się do konkretnych systemów etycznych i bada zgodność lub niezgodność z jego założeniami [s. 121–122].

Odrębny rozdział książki poświęcony jest przemianom moralności. Prezentowane w nim w sposób skrótowy treści wskazują, że we współczesnym świecie „kształtuje się moralność kompromisowa, pragmatyczna, utylitarna, płynna

i niekonsekwentna” [s. 93]. Autor niestety nie poświęca wystarczająco dużo uwagi, aby wyjaśnić oraz uzasadnić przytoczone w nim bardzo ogólne diagnozy przemian moralności, odnoszone nawet do procesów globalizacji [s. 96–99]. Ten niedosyt łagodzi nieco prezentacja w dalszej części „modelów przemian wartości i norm moralnych w nowoczesnych społeczeństwach”, w ramach których znalazły swoje miejsce takie zjawiska, jak: sekularyzacja, indywidualizacja, pluralizacja oraz reorientacja wartości. Znacznie bardziej wiarygodnie prezentuje się opis „tendencji przemian moralności w społeczeństwie polskim” [s. 101–102].

W dalszej części publikacji Autor podejmuje zagadnienia związane bezpośrednio z moralnością chrześcijańską. W pierwszej kolejności zarysowuje znaczenie dekalogu w społeczeństwie oraz za pomocą danych statystycznych prezentuje szczegółowo stosunek Polaków i Polek do konkretnych przykazań [s. 129–136]. Następnie charakteryzuje, czym w filozofii oraz tradycji chrześcijańskiej jest sumienie [s. 136–141]. Podejmuje też temat godności człowieka, prawdy jako wartości moralnej oraz wolności. Zagadnienia te, chociaż bez wątplenia mieszczące się w ramach socjologii moralności, bezpośrednio nawiązują do treści katolickiej nauki społecznej. Nieco mniej socjologiczny, a bardziej filozoficzny charakter mają również rozważania dotyczące ideologii moralnych, takich jak: absolutyzm, permisywizm oraz relatywizm. Chociaż Autor powołuje się przede wszystkim na prace socjologiczne, wydaje się, że ich podjęcie opiera się przede wszystkim na ustaleniach filozofii moralności. W tym kontekście na uwagę zasługuje również świadome odwołanie się do filozoficznych podstaw zarysowywanej w publikacji socjologii moralności. Jak Autor stwierdza, „moralność mająca międzyosobowy czy nawet międzygrupowy charakter daje się w ostatecznej instancji sprowadzić do wymiarów personalistycznych” [s. 41].

Charakter wybitnie socjologiczny ma natomiast rozdział poświęcony zagadnieniu prospołeczności. Dotyczy ono bowiem bezpośrednio społecznych przejawów moralności, a dokładniej interakcji jednostek społeczeństwa. Prospołeczność według J. Mariańskiego sprowadzić można przede wszystkim do wartości i postaw prospołecznych [s. 188–190] oraz zaufania [s. 190–191].

Omawiana publikacja potwierdza uznaną już w polskiej socjologii rolę J. Mariańskiego w rozwoju socjologii moralności. Autor zarysowując metodologiczne podstawy socjologii moralności oraz prezentując liczne badania empiryczne w tym zakresie, przyczynił się do ugruntowania socjologii moralności i nadania jest własnej tożsamości i podmiotowości. W ten sposób J. Mariański otwiera dalszą perspektywę rozwoju tworzonej przez siebie subdyscypliny, która wydaje się będzie zmierzać w odmiennym niż prezentowana w publikacji kierunku. Jak

sam stwierdza, współczesny rozwój nauki opiera się bowiem w znacznej mierze na „ponaddyscyplinarnej czy międzydyscyplinarnej integracji” [s. 11].

Można więc mieć nadzieje, że wielki dorobek naukowy Autora w obliczu nie tylko szybkich przemian w obrębie samej moralności, ale przede wszystkim w zetknięciu z szeroko obserwowanym w naukach społecznych krytycznym podejściem do samych podstaw i założeń nauk społecznych, zostanie twórczo wykorzystany.

INFORMACJE DLA AUTORÓW

ZASADY PRZYGOTOWANIA TEKSTU DO PUBLIKACJI W „PRZEGLĄDZIE SOCJOLOGICZNYM”

1. Na górze po lewej stronie imię i nazwisko autora, miejsce pracy (afiliacja) oraz e-mail.

2. Tytuł wyśrodkowany, pisany wersalikami i pogrubiony (bold): Times New Roman – 12 pkt.

3. Śródtytuły pogrubione (bold): Times New Roman – 12 pkt.

4. Czcionka w tekście: Times New Roman – 12 pkt.

5. Konieczne przypisy na dole strony – numeracja ciągła, czcionka Times New Roman – 10 pkt.

6. Odnośniki w tekście zgodnie z tzw. systemem harwardzkim np. [Ygrekowski, 2001 (rok wydania): 17 (strona/y po dwukropku)]

7. Bibliografia na końcu, po tekście, alfabetycznie, czcionka Times New Roman – 10 pkt., wg wzoru: nazwisko i pierwsza litera imienia, rok wydania, Tytuł, (w:) X. Ygrekowski (red.), Tytuł (jeśli czasopismo ciągłe to w cudzysłowie), miejsce wydania: wydawnictwo.

Np.: **Wojciszke B., Grzelak J.**, 1995, *Poczucie krzywdy Polaków: wzorce przeżywania, determinanty i konsekwencje*, (w:) A. Biela, T. Marek (red.), *Spoleczne, eksperymentalne i metodologiczne konteksty procesów poznawczych człowieka*, Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora.

Np.: **Jepperson R., Meyer J.W.**, 2011, *Multiple Levels of Analysis and the Limitations of Methodological Individualism*, “Sociological Theory” 29 (1): 54–73.

8. Do redakcji należy przesłać tekst wraz ze streszczeniami (ok. 200 słów) w języku polskim i angielskim, ze słowami kluczowymi w obu językach, oraz tytułem artykułu w języku angielskim odpowiadającym tytułowi oryginału (koniecznie! nie wersalikami).

9. Rysunki, wykresy i tabele powinny być przygotowane bez kolorów (w odcieniach szarości), z możliwością naniesienia na nich poprawek po redakcji wydawniczej. W przypadku skanowanych rysunków lub zdjęć – rozdzielczość 300–600 dpi. Numeracja ciągła, tytuł i numer nad rysunkiem, tabelą; źródło pod rysunkiem, tabelą. Rysunki, tabele należy umieścić w odpowiednich miejscach tekstu (jak najbliżej odwołań).