

BOGACTWO



POD REDAKCJĄ
KATARZYNY KOŁODZIEJ
I MAGDALENY KOMORNICKIEJ

BOGACTWO

WIZUALNE REPREZENTACJE
I DOŚWIADCZENIE BOGACTWA
WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE

KATARZYNA KOŁODZIEJ, MAGDALENA KOMORNICKA	
WSTĘP	5
1. ZIEMOWIT SZCZEREK <i>BOGACTWO</i>	9
2. <i>O BOGACTWIE</i> Z MATEUSZEM HALAWĄ ROZMAWIA ARKADIUSZ GRUSZCZYŃSKI	21
3. JOLANTA GŁADYS-JAKÓBIK <i>RÓŻNE OBLICZA SUKCESU</i>	37
4. AGATA ZBOROWSKA <i>TAK WYGLĄDA POLSKA?</i>	52
5. JAKUB SOCHA <i>TYGRYSY</i>	65
6. URSZULA JARECKA <i>LUKSUS PO POLSKU</i>	75
7. KATARZYNA KOŁODZIEJ <i>WIRTUALNE BOGACTWO</i>	86
8. MAGDALENA KOMORNICKA <i>ŻYCIE CODZIENNE</i> <i>W KULTURZE POLSKIEJ</i> <i>W LATACH 2009–2016</i>	97
HANNA WRÓBLEWSKA POSŁOWIE	110

W styczniu 2010 roku w internecie pojawił się filmik *Bogactwo część główna* autorstwa dziś już legendarnego Testovirona. Oryginalny film dawno zniknął z sieci, a plotki głoszą, że jego autora ściga prokuratura. Wersja tego słynnego wideo na Youtubie osiągnęła ponad pół miliona odsłon. Testoviron jest Polakiem mieszkającym w Stanach Zjednoczonych. Kupuje markowe ubrania, drogie kosmetyki, zegarki, alkohole — „bo go stać”. W filmiku inspirowanym popularnym formatem MTV CRIBS w wulgarny sposób prezentuje widzom swój dom (koncentrując się na zawartości łazienkowych szafek), a także „kaloryfer” na brzuchu i oczywiście słynne „roleje”. „Mam dwie szczoteczki, bo mnie, kur*a, stać! Tego jeszcze nie ma w Europie! [...] mówię wam, kur*a, bogactwo! [...] „tu są główki zapasowe do szczoteczek. Tu jest ich, kur*a, 40, bo mnie, kur*a, stać! [...] Nie ma litości dla biedaków!” — krzyczy. Testoviron podbił polski internet, a tytułowe „bogactwo” stało się hasłem, hasztagiem, postawą.

Dla nas, pracowników najślabiej opłacanego sektora — sektora kultury — o pensjach niższych niż średnia krajowa, #bogactwo stał się autoironicznym gestem, a cytata z Kendrika Lamara „dreams of living life like rappers do...” żartem w stylu bling bling. Podobno ironia jest etosem naszych czasów, a postironia doświadczeniem generacyjnym pokolenia Y. Ironia, która pozwala oswajać lęki i tęsknoty, a także kwestionować rzeczywistość, oparta jest na zamierzonej niezgodności, na przeciwieństwie — dlatego wystawa *Bogactwo* i towarzysząca jej publikacja stały się opowieścią nie tyle o prawdziwym bogactwie, co o jego braku. Artyści i autorzy zgodnie i chętnie odpowiedzieli na nasze zaproszenie.

Interesuje nas polski kontekst bogactwa/biedactwa. Wystawa jest próbą prześledzenia jego wizualnych reprezentacji: od zachłyśnięcia się wizją szybkiego wzbogacenia się w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, przez rozczarowanie neoliberalnymi ideami, aż do dzisiaj. Wybrane przez nas na wystawę prace, jak i tematy esejów w książce składają się na wiele równoległych narracji — od historycznych odniesień, zabaw stereotypami i symbolami, przez analizę polskich fantazji i wyobrażeń o bogactwie, po krytykę rynku i prywatne opowieści. Transformacyjne klisze czy doświadczenia kryzysu ekonomicznego w 2007 roku mieszają się tu z manifestowaniem radości posiadania, fascynacją luksusem i pięknem drogich przedmiotów, a także dywagacjami na temat realnej i symbolicznej wartości dzieł sztuki.

Punktem wyjścia dla wystawy, i w dużo większym stopniu dla książki, jest rok 1989 lub, ogólniej, czasy transformacji, tzw. duchologii polskiej. Narodziny kapitalizmu i proces reorientacji na zysk. My, podobnie jak większość artystów biorących udział w wystawie i autorów zamieszczonych w książce tekstów, lata dziewięćdziesiąte pamiętamy raczej słabo. To czas naszego dorastania, dlatego wracamy do nich z ciekawością i sentymentem, podejmujemy próbę ich analizy, reinterpretacji (jak Olga Drenda, Magda Szczęśniak i wielu innych badaczy). Moda tamtych czasów, projektowanie graficzne, hity telewizyjne, reklama, prasa, kino, przedmioty i obyczaje — to wszystko na nowo inspiruje. A może po prostu ciągle jest dla nas żywe?

Echa transformacji są obecne w eseju Ziemowita Szčerka — pisarza, dziennikarza i obsesjonata badającego historię, kulturę i geopolitykę Europy Wschodniej. Widoczne są również w tekście krytyka filmowego Jakuba Sochy, który głównym bohaterem swojej opowieści uczynił „Siarę” z *Kilera*, ale i w wywiadzie z socjologiem Mateuszem Halawą czy w tekście o modzie Agaty Zborowskiej. Na wystawie do lat dziewięćdziesiątych odwołują się fotografie Moniki Kmity, praca Janka Simona czy wideoklip MISTER D.

Kicz, „fake”, luksus po polsku, białe skarpetki i kozaczki, plastikowe złoto, podróbki — wszystko to znajdziemy zarówno w tekstach Urszuli Jareckiej i Agaty Zborowskiej, jak i w pracach Maurycego Gomułickiego, Rafała Dominika, Marii Toboły czy w teledysku Doroty Masłowskiej i Krzysztofa Skoniecznego. O jakże istotnej adaptacji wzorców zachodnich i idei amerykańskiego snu opowiada Mateusz Halawa, ale temat ten poruszają także prace Radka Szłagi czy Piotra Uklańskiego. O kwestiach rynku i kryzysie mówią Konrad Smoleński i Nicolas Grosperre, o polityce i historii — Witek Orski, Jadwiga Sawicka, Tomasz Mróz czy Zbigniew Rogalski. O kulcie złota — Ewa Axelrad i Łukasz Jastrubczak. O mitologizacji dolara — Piotr Uklański i grupa Luxus. O pieniądzu — Paweł Śliwiński, zaś o jego dematerializacji pisze w swoim tekście Katarzyna Kołodziej. Nad tym, jak mieszkamy i jak będziemy mieszkać, zastanawia się Tymek Borowski. Problem marnotrawstwa komentuje Gregor Różański, a o finansach w świecie sztuki pisze Magdalena Komornicka. Kwestię sukcesu, za który niezmiennie jest uznawane w Polsce szczęście rodzinne, porusza w swoim eseju Jolanta Gładys-Jakóbk, a fetysz i radość posiadania jest tematem prac Maurycego Gomułickiego.

Szczególne miejsce na wystawie zajmuje wideo grupy Azorro *Propozycja* („Propozycja wzięcia udziału w prestiżowym projekcie bez budżetu”). Ta autoironiczna praca powstała w 2002 roku, lecz do dzisiaj zachowała aktualność i stała się, obok wyżej wymienionych, inspiracją dla wystawy i książki, które mają spuścić trochę powietrza z trudnego i poważnego (także w świecie sztuki) tematu.

W dobie „ciasteczek” i innych podobnych narzędzi zarówno Google, jak i Facebook monitorują każdy nasz ruch w internecie. Wiedzą, co lubimy, co klikamy, co kupujemy, czego szukamy itp. Praca nad wystawą i towarzyszącą jej publikacją spowodowała, że zostaliśmy „stargetowane” jako osoby pragnące bogactwa i szukające w sieci sposobu na wzbogacenie się. Może coś w tym jest?

[SPAM] Wyrwij się z finansowej niewoli i bądź niezależny

[SPAM] Powinieneś zarobić duże pieniądze

[SPAM] Chcesz być niezależny pod względem finansowym?

[SPAM] Masz szansę zarobić prawdziwą fortunę

[SPAM] Wiadomość, która zmieni twoje życie na lepsze

Wystarczy kliknąć.

Katarzyna Kołodziej, Magdalena Komornicka

ZIEMOWIT

SZCZERZEK



BOGACTWO



Jestem bogaty, mam bling bling, mam złote zęby, mam dom, który przypomina pałac maharadźo-sułtana z dworkowymi kolumnami z przodu, mam złotego mercedesa w skórze i z dieslem, przez jego okno wystawiam dłoń z sygnetem, a z dłoni — smycz mi sterczy, a na końcu smyczy — najrasowszy z rasowych rott-pitt-weiler, „ja sam, mala, pitbull-terrier”, ja go tą moją ręką bogato zdobioną, w mercedes oprawną prowadzę, a on idzie chodnikiem bez smyczy i kagańca, a za to z wysadzaniem diamentami symbolem dolara na grubym od mięśni karczydłe. Na rejestracji mam napis BODZIO. Albo KOSA666. Albo LYSY01, albo RAKIETA, albo BIGPYTA.

I w ogóle cały ten klimat „zarobiłem na transporcie Zigaretten nach Berlin, i pierwsze, co zrobiłem, jak zarobiłem, to nałożyłem na kierownicę tygrysią skórę, a w przedniej kieszeni koszuli noszę demonstracyjnie pliki dwustutysięcznych banknotów, grube na dwa palce”.

Albo:

Mam dom, co prawda z pustaków, bo zbudowany jeszcze przed bogactwem, ale już za bogactwa otynkowany i ocieplony, mam bose stopy w skórzanych kapciach i chodzę w nich po podwórzu, gdzie mi trawę koszą Ukraińce-Ruskie-Białorusy, bryzga mi zraszaczem rozkosznie po gołych kolanach i łydkach, po podudziach też, bo szorty krótkie, ach krótkie, po szlafroku, na którym sobie kazałem wyszyć złotą nicią inicjały.

W garażu Ukrainiec-Ruski-Białorus mi samochód woskuje, a żona platyna, w bamboszach z kutasami, wybiera z katalogu firmy Porta Aurea sp. z o.o. bramę wjazdową na posesję, powyginaną w gięcia imponujące, powywijaną raz w tę, raz w tamtę, ze spiczastym na końcu, żeby mi się buractwo-cebulactwo przez ogrodzenie nie przewaliło, a ja tylko telefon z kieszeni szlafrocka dobywam co chwila i dzwonię, dzwonię, dzwonię, dzwonię, mówię: Mietek, kup! Albo: Grzesiu, nie kupuj! Albo: Andrzej, ten wagon to my dostawimy pojutrze, a te tiry to muszą najpierw, no, nie ma chuja, no, musimy je popchnąć, no, to chuj, no, to zapłacić, jak trzeba, no, co zrobisz, jak nic nie zrobisz, no, zrobisz co? Zapłacić, Grzesiu, no, dajże chujowi, daj! Co robić!

Wielki biznes, wielki świat, wielka gra. „Big playa, big dick playa, big dick, baby, swingin' past your knees” — jak mawiał Les Grossman. Stoję tak w tym szlafroku przy bramie, która jeszcze jest niedokończona (bo żona tę giętą wybiera dopiero), więc siatka zwykła koślawa jeszcze drutem związana posesję od profanum oddziela. Sąsiedzi jeżdżą po szosie powszechnej tymi swoimi punciakami i oplętami i udają, że nie patrzą na to moje bogactwo, na to pięterko, com je dobudował nad dwoma piętrami jeszcze przed bogactwem postawionymi. Udają, że nie ziorają, ale ziorają, ziorają, bidoki; ziorajcie, niebożęta, nawet by mi was było żal, gdyby nie to, że mi was nie żal. Tak sobie bogactwo polskie wyobrażacie? Siara z *Kilera* w basenie, z białą kiełbasą na paterze pływającej na desce do mięsa?

A chuja tam i ówdzie. Tak to już dawno nie wygląda.

Już dawno tak polskie bogactwo nie wygląda i od takiej jego wizji ciągnie już mocno ostrym banałem, ale to ona nadal kształtuje nasze wyobrażenie o polskich bogaczach.

Bo bogacz to musi być cham. Bo cham — to Polak. A my z chłopów, z chamów. I powszechna opinia publiczna — też często chamska. I tak cham się z chama śmieje, że cham.

„Śmieją się, bo nam zazdroszczą” — mówił mi kiedyś polski bogacz, a ja czekałem, kiedy zacznie odpalać sobie papierosy studolarówkami. „Śmieją się, bo każdy by tak chciał. To czemu ja nie miałbym śmiać się z nich”.

Andrzej Stasiuk, w *Dziwięć* bodajże, wpuścił kiedyś jednego ze swoich bohaterów do salonu osiedlowego bogacza. Bogacz był takim samym blockersem jak bohater, wyszedł z tego samego osiedlowego szajsu i nadal miał mieszkanie w bloku (a kto wie, może i miał dwa mieszkania, może kupił od sąsiadów wszystkie mieszkania na swoim piętrze, może się przekuł do tych mieszkań i teraz ma M-16, może kupił też mieszkania na górze i na dole, może se schody postawił i teraz ma wielopoziomowe, może kupił cały blok i teraz sobie windą jeździ z kibla do łazienki ręce umyć), w mieszkaniu była młoda kobieta i pies, który jej pilnował, w razie gdyby miała ochotę od bogacza uciec. Bogacz miał wielki telewizor, miał barek, a w barku — alkohole. Barek barkiem, ale najważniejsze było w zamrażarce: wódka zimna. I ten Stasiukowy bohater siedział tak sobie w głębokim fotelu, patrzył w wielki telewizor, popijał zimną wódkę, myślał o pilnowanej przez psa kobiecie, zazdrościł bogaczowi i myślał: „Tak powinno być. Tak jest dobrze”.

„Zazdrozczą nam” — mówił mi więc kiedyś bogacz. „W czym oni w swojej bece ode mnie lepsi. W czym oni są mniej chamscy ode mnie. Ja ci powiem w czym: w tym, że nie mają pieniędzy. W tym, że nie są ode mnie bogatsi. W tym się czują lepsi. Wyżsi moralnie z jakiegoś powodu. Bo ubóstwo, mówią, uszlachetnia. Ale powiem ci — wycelował we mnie palec — że gdyby to oni byli bogaci, to by byli takimi samymi chamami jak my. Bo my co niby — mówił — z innego świata? Z innego rodu? Kosmici? Nie — mówił — my z nich, krew z krwi, kość z kości. My to oni, tylko bogaci. Dlatego tak nas nienawidzą i dlatego się z nas śmieją”.

Potem spojrzął mi w oczy i poprawił się:

„Wy. My to wy. I dlatego tak się z nas śmiejecie”.

Ja zasadniczo często nie wiem, co odpowiedzieć, a wtedy to już zupełnie nie wiedziałem. Coś tam więc podukałem, że śmiać to ja się śmieję ze wszystkich, że nie każdy z takiej samej pozycji się śmieje, ale poczułem się trochę, jakbym się tłumaczył. Jakbym się przed bogaczem tłumaczył. I zrobiło mi się tak, że „o żesz ty, skurwysynu ty — powiedziałem — ubóstwo nie uszlachetnia, ale bogactwo już na pewno. Weź se jeszcze — odpowiedziałem — platynową kartę kredytową i między palcami u nogi nią podłub. Przy wszystkich. Czemu nie”.

Wziął, zdjął but, zdjął skarpetkę — i podłubał. A ja poszedłem, nie wiedząc, czy dobrze mu powiedziałem, czy źle, czy powinienem w ogóle cokolwiek mówić, czy powinienem w ogóle zaczynać rozmowę.

A potem patrzyłem na obywateli, na tak zwanego człowieka zwykłego, takiego, co to tramwajami, lanosami, i szukałem u nich oznak luksusowości, patrzyłem — i widziałem.

Ten se felgi do tico doprawił mercedesowe, tamten — pod domkiem kolumny postawił marmurowe. Ów na balkonie w bloku pierdzielał sobie gipsową Wenus, niby taki z niego Karakalla, a inny — w tramwaju, w tłoku-ścisku mówi do komórki, żeby go nie wkurwiać i dupy nie zawracać niepotrzebnie, bo godzina jego pracy kosztuje tyle, ile jest warte to, co rodzina tego, co jest po drugiej stronie połączenia, wpierdala przez miesiąc. Jeszcze inny sobie nie odpruł z rękawa marynarki metki z napisem Brilliant Edition Suit, a kolejna jakaś wrzuca na fejsa zdjęcia stóp na leżaku i kolan przykrytych ręcznikiem z napisem Lux Spa, dr. Monica Verde (dawniej: Monika Zieleniak), New Sącz, Poland.

Luksus, polski luksus. Polski, polski, polski luksus powszechny, z luksusem obcowanie. Pełna jest Rzeczpospolita (i kraje ościenne) jego blasku.

No, ale teraz to już tak nie jest. Teraz to jest trochę inaczej.

Teraz luksus jest już trochę inny, bo to i czasy się zmieniają. Polski luksus w formie swojej subtelnieje jakoś.

Już nie ma prawie, na przykład, samochodów z przyciemnianymi szybami poza tymi, w których Andrzej Duda jeździ Nowym Światem i Krakowskim do Sejmu i do dzielnicy rządowej. Ale i sam Duda za tymi czarnymi szybami — jakiś elegancki. W garniturach na miarę. Przylegających do ciała. Z włoskami przystrzyżonymi i ułożonymi pieczołowicie. Zawsze dogolony ładnie i elegancko. Nigdy nie wachałem, ale założę się, że pachnie znośnie.

To już nie te czasy, kiedy — pamiętacie? — polscy politycy jak te czereśniaki po Sejmie latali. W malinowych gajerach, z zegarkami na złotych bransoletach, tchnący prząśnym majestatem, ładujący się na królewskie salony z reklamówkami w garści i w różowych kieckach z napisem LOVE, SEXY, PINK, ROMANCE.

Teraz, ho ho, nawet taki, powiedzmy, Sławomir Nowak w tych swoich zegarkach pożyczanych jakoś wygląda — bo podczasany, podkrojone ładnie i dyskretnie ma te garniaczki wszystkie, i nawet jeśli kojarzy się z wyglądu z przedwojennym fordanserem o smutnej twarzy, to jest to fordanser z jakiegoś, jednak, lepszego dansingu. Próbuje jakiś styl i fason trzymać. A mógłby przecież te zegarki nosić na ręce wszystkie na raz i tak chodzić — cykając, jak żołnierz bohaterskiej Armii Czerwonej. Ech, teraz to wszyscy wysubtelnieli. Nowe czasy. Już nie wódka i konserwa rybna, jak to dawniej bywało w hotelu poselskim, już nie schaboszczaki wielkie jak liście łopianu w knajpie spod znaku swojskiego jada, tylko, proszę państwa, wino, dobre cygara i porządne restauracje. Pamiętacie ekipę Tuska? Wszyscy jak spod igielki, nawet jak piłkę kopali, to albo w błyszczących butach, jeśli akurat wizytowali otwarcie jakiegoś nowego Orlika, albo w porządnym sportowym outficie, jeśli akurat grali. Nawet grubo ciosany Grzegorz Schetyna, do którego mowy ciała i ogólnego sposobu funkcjonowania pasowałby — na oko — garnitur wycięty z grubego kartonu, nosi ciuszki takie, że wygląda w miarę lekko, zwiewnie i stylowo. Nawet na zestaniu w swojej słynnej pieczarze siedział w dobrze skrojonym garniaku i popalał porządne cygara. Tak, czasy się zmieniają. Teraz nawet Jarosława

Kaczyńskiego, choć wydawało się to niemożliwe, uda się czasem zagnać do fryzjera, a nawet wbić w jakiś garnitur, który nie zawsze leży na nim jak mundur na Szwejku. Tak, tak, nawet PiS-owcy, którzy zawsze kojarzyli się z rozczłapaniem, rozwichrzeniem i zaniedbaniem, wyglądają w miarę przyzwoicie. Również oni poszli parę kroków dalej, w stronę formy.

Polska być może jeszcze nie wysubtelniała, ale jakoś jednak subtelniej i bogactwo jest już inne. Dyskretne.

Wygląda tak jak na przykład na lotnisku im. Fryderyka Chopina w Warszawie, gdzie w poszukiwaniu toalety trafiłem niechcący do miejsca o nazwie „business lounge”. Gdy tylko przekroczyłem próg, dwie panie w toczkach wyskoczyły jak na sprężynie i zapytały o pozwolenie przebywania na tym terytorium. Nie miałem takiego, w ogóle jakoś nawet nie aspirowałem do tego business lounge’u, siku mi się po prostu chciało, więc spytałem, gdzie tu jest toaleta, na co panie, uśmiechając się, uprzejmie wyjaśniły, że toaleta owszem jest, ale najważniejsze, żebym zrozumiał, że nie dla mnie sikanie w business lounge’u. Zrozumiałem, oczywiście, w końcu cóż mi do business lounge’ów, nawet w PRL-u była w pociągach klasa pierwsza i druga, ale zwlekałem z wyjściem, bo mogłem sobie w tym business lounge’u poobserwować bogactwo. Współczesne polskie bogactwo.

Ach, nie mogłem się napatrzeć: z ironicznymi uśmieszkami obserwowali moją rozmowę z paniami w toczkach ludzie poważni, dostojni, a przede wszystkim — niebanalnie i z klasą ubrani. Wszystko, proszę państwa, skrojone akuratanie, do sylwetki, wszystko dopasowane, a przy każdym ubiorze — dyskretny, podkreślający indywidualność kolorowy element: tu hetka kolorowa, tam pętelka, gdzie indziej szlufeczka, ówdzie przy bucie detal, tam znów lampasik.

Ach, pomyślałem, wychodząc, żegnany spojrzzeniami pełnymi politowania, jakąż to drogę przeszliśmy: od tych malinowych garniaków do elegancji i dyskrecji business lounge’ów!

*

Polska znów dorabia się klasy bogatej — posiadającej jakie takie styl i formę. Ostatni raz, mam wrażenie, mieliśmy taką przed wojną: była to kończąca się, na Titanicu tańcząca polska klasa ziemiańska. Do stylu stworzonego przez tę klasę aspirowali w Polsce wszyscy:

od bogatszych chłopów po mieszczan, inteligencję, wolne zawody. Sygnety, maniery, kołnierzyki, ryngrafy, dworki, wiejskość, sąsiedzkie wizyty, parobczaki, polowania. I tak dalej.

Świat, którego już nie ma, który zniknął — a który przecież stworzył Polskę i — tak naprawdę — aż do wojny był jej czułkami i głową na karku. Likwidacja tego świata po II wojnie światowej ścięła, co by nie mówić, Polsce głowę. I zanim wyrosła na karku nowa, w miarę foremna, trzeba było trochę poczekać.

Co ciekawe jednak, ścięcie tej głowy nie zmieniło zasadniczej sprawy: punktu odniesienia aspiracji Polaków. Jak była to szlacheckość wyobrażona, taką pozostała. Była tylko o wiele bardziej wyobrażona niż dawniej.

Komunistyczni notable z rozkoszą bawili się w pańskie polowania, zresztą tak zwani „bezeci”, byli ziemianie, pozatrudniali się często w lasach państwowych, by móc choć w ten sposób podotykać trochę swojego dawnego życia, w myśliwskim kapelutku, przy flincie, nagonce i wieczornej naleweczce. „Nie liczymy, trudna rada, już z kolegą, by na Marsa via Sputnik się ten tego, ale z drugiej strony — czy na Marsie gra, gdy w dowodzie się »ziemianin były« ma?” — śpiewali Starsi Panowie, ostatnia manifestacja tego umarłego świata.

Ziemiaństwo zginęło, ale estetyka przetrwała. Piękny redaktor Maj, grany przez Leszka Teleszyńskiego światowy obywatel PRL-u, w założeniu polskie ciacho eksportowe z serialu *Życie na gorąco*, jeździł bez obciachu, jak po swoim, dużym fiatem 125p po kapitalistycznej zachodniej Europie, tropiąc byłych nazistów i wrywając rewolucjonistów z kazamatów południowoeuropejskich junt. Dopóki bywał za granicą, z nadaniem życiu bohatera kuszącej formy nie było problemu: narzucały ją Niemcy, Austria, Grecja, Francja itd., ale gdy przyszło pokazać redaktora Maja w rodzimych pieleszach, zaczynał się problem. Gdzie i jak powinien mieszkać polski socjalistyczny superheros, żeby to własne, swojskie, polskie nie było jakoś drastycznie jakościowo odbiegające od niemieckiego, austriackiego czy francuskiego? Z lokalizacją jakoś sobie poradzono: Maj mieszkał w wieżowcu przy Wiejskiej, z widokiem na Sejm i obecne miejsce zborne tradycyjnych demonstracji KOD-u. Ale jeśli chodzi o wystrój wnętrza, to — cóż było robić — na ścianach wiszą tu skrzyżowane polskie szabliska sarmackie. Bo co miało wisieć? Mogłyby, na przykład, cepy, sierpy czy kłonicy, ale chłopska estetyka

się jakoś w Polsce nie przyjęła: chłopci przejęli estetykę swoich historycznych wrogów jako tę, która w Polsce była najatrakcyjniejsza, a swoją, wstydząc się jej i gardząc nią, odrzucili. Świat jest pełen takich przykładów. Stanisław Dygat opisywał, jak to po wygonieniu Niemców z Polski po II wojnie światowej niektórzy Polacy, którym tężyły członki na myśl o sile i potędze, zaczęli nosić tyrolskie kapełusiki i mówić rozkazującym tonem, urywanymi, krótkimi zdaniami.

*

W każdym razie — choć estetyka wykończonych szlachty przetrwała, to samej szlachty albo pozującej na nią elity już nie było i trzeba było sobie ją wyobrażać. Dobudowywano do domów dworkowe kolumny, grzebano w heraldyce. Były też, oczywiście, wyobrażenia na temat Zachodu, kolejnego wzoru dla Polaków, naśladowanego zawsze wtedy, gdy pojawiają się na to środki.

Ale wszystko to było postapokaliptyczną mieszaniną wyobrażeń o świecie Zachodu i o kulturze szlacheckiej przy braku jakiegokolwiek wgranej w społeczeństwo formy, co owocowało nieogarnialnym wytryskiem wszystkiego, co tylko mogło przyjść do głowy i co obecnie przyprawia o migrenę Filipa Springera. A tam, gdzie było bogactwo, eksplozja okazała się nadzwyczaj kolorowa.

Bogactwo, bogactwo. Zamki z pustaków, figury ze wszystkich mitologii świata sklepane do kupy i ustawiane na trawnikach przed domami, „zachodnie” szkło i chrom używane tak, jakby bawiły się nimi dzieci. „I show-off, show-off, show-off”. Bo jeśli nie ma formy, której umiejętnie naśladowanie jest w stanie podkreślić status bogatego, to pozostaje temu bogatemu epatowanie bling-blingiem, epatowanie skórą, furą i komórką, „ja w domu mangetowid SONY mam, wideo Sanyo, na kompakcie gram”. I tak w kółko, i w kółko, i w kółko: „ja w swoim mercu komórkowy mam, kartę kodową oraz szyberdach”.

Rzymianie bywali obrzydliwie bogaci, ale formę narzucała im cywilizacja. Przynajmniej w epoce klasycznej. Albo przynajmniej w naszym jej wyobrażeniu, a szczytową formą tego wyobrażenia jest Petroniusz. A przynajmniej jego Sienkiewiczowskie wyobrażenie. Rzymianie w każdym razie, w swoich tunikach i togach, w swoich *caligae*, ze swoim zamiłowaniem do piękna zamkniętego w proporcjach, między swoimi posągami (które zerznąli, co prawda, od Greków, ale dobrze świadczą o nich, że wiedzieli, co jest warte

zrzynania), stojąc przed swoimi budynkami, przed którymi świat padał na kolana nie ze względu na ich przepych, a ze względu na ich doskonałość — z rozbawieniem i niedowierzaniem patrzyli na przybywające do nich germańskie delegacje, obwieszone złotem tak, że ich członkowie ledwie mogli się poruszać.

Bogactwo polskie to nie bogactwo rzymskie. Prawo mamy jak i wszyscy inni oparte na rzymskim, ba, rzeczpospolitą mamy od Rzymian wziętą, rzymską się wiarą chwalimy, łaciński alfabet jest dla nas dowodem cywilizacyjnej przynależności do Zachodu, bo przecież w innych rzeczach aż tak bardzo się od wschodniej Europy nie różnimy — od tysiąca lat ten Rzym kopiujemy i kopiujemy, i kopiujemy, ale jak przychodzi co do czego, okazuje się, że jesteśmy po prostu barbarzyńcami.

Ha, nawet polski kościół też się nie umiał powstrzymać przed tym barbarzyńskim show-offem na bogato. Ach, bogactwo kościoła, które manifestuje się w licheńskich wieżycach połączonych, w licheńskich malunkach kolorowych i wielkich, w kałkowskiej Golgocie, która niechcący ułożyła się bogobojnym twórcom w kształt wieży Babel i która czerpie z bizantyńskiego rzucania na kolana przepychem, a nie z rzymskiego „less is more”. I w kościelnym bogactwie i przepychu widać dokładnie to samo, co w polskim stereotypowym bogactwie — buractwo.

Bogactwo.

W sztuce *UFO. Kontakt* Iwana Wyrpajewa pojawia się postać rosyjskiego oligarchy, do którego Wyrpajew chodzi po prośbie, żeby dostać od niego pieniądze na spektakl. Oligarcha robi nawet całkiem miłe wrażenie: dobry pan, ludzki, pomoże, jeśli może, ba, nawet szczerą ręką pieniądze rzuci. Oligarcha, bogacz, pan. Oligarcha ocenia projekt reżysera nie dlatego, że się na tym zna, ale dlatego, że jest bogaty. Dwa plus dwa równa się ryba. To od jego, bogacza, zmysłu i oceny zależy, czy reżyser sztukę wystawi, czy nie. W świecie, w którym państwowe instytucje bardziej wyspecjalizowane w ocenianiu artystycznych projektów i przyznawaniu na nie funduszy stają się swoją własną karykaturą, w świecie, w którym wszystkie instytucje stają się karykaturalne i fasadowe — bogactwo znów wraca na piedestał.

Bogactwo jako część starego, odwiecznego porządku. Bogactwo, bogacze jako elita skupiona wokół autokraty, przywódcy, prezesa, naczelnika, führera, duce, el caudillo, conducatora, nemzetvezető,

capitanula. Pan i możni nad plebsem. Najprostszy układ świata, którego popularność zdaje się wracać do łask, bo kto wie, być może ludzie wcale nie potrzebują układu, który przynajmniej teoretycznie ma działać na ich korzyść, tylko układu, który są w stanie zrozumieć. Nagromadzenie dóbr, które można sobie wyobrazić, skarbów, których można pragnąć, książąt i księżniczek, z którymi można się związać bądź czynami bohaterskimi zdobyć ich przychylność. Świat jak z bajki.

No, a poza tym — „Get rich or die trying. Get rich”, a świat niech się zawali. „Get rich”, i niechby i potop, niech się wałą imperia, niech pękają bańki finansowe, wałą się systemy, bo spod gruzów świata wypełzną tylko bogaci. Oni sobie poradzą, bo może i w śmierci wszyscy równi, i bogacz, i dziad w obliczu śmierci za pan brat, ale w życiu trzeba sobie umieć radzić. „Gator boots and pimped-out Gucci suits”. Gromadzenie jako sens istnienia: gromadzenie dóbr, gromadzenie wiernych, gromadzenie terytoriów — a gdy mózg zacznie działać ponad instynktem, gdy po raz kolejny okaże się, że umiar ładuje kij w szprychy siły napędzającej nasz gatunek, gdy okazuje się że — w gruncie rzeczy — nie ma specjalnego sensu w nieskończoność gromadzić dobra i terytoria, a wierni przestają chcieć być gromadzeni — świat imploduje. Następuje zgrzyt w konstrukcji świata, błąd w równaniu opisującym świat — i świat musi się zresetować. Wykonać wielki powrót do ustawień fabrycznych. I zacząć ciułanie od początku. I od początku zacząć show-off. Pokazuchę. Obwieszać się paciorkami i ustawiać na widoku bele perkalu. W Rumunii Cyganie znów będą budować wielopiętrowe domy o blaszanych dachach, od których słońce będzie różnęło jak jupiter, powyginanych w najbardziej fantazyjne kształty, jakie tylko można sobie wyobrazić: w chińskie pagody, w smocze głowy, w ptasie skrzydła. W Albanii wszyscy będą znów kupowali mercedesy i jeździli nimi po rozpieprzonych drogach, Rosjanie będą wstawiali sobie złote zęby, a Bułgarzy nosili wielkie złote krzyże na zarośniętych torsach. Amerykanie będą podpalali sobie cygara dolarami, a Polacy — gubili złote podkowy na brukach zachodnich miast, mając nadzieję, że w ten sposób na kimś zrobią w końcu wrażenie, i że ktoś ich w końcu, kurwa, zauważy i zacznie podziwiał.

A potem znów to wszystko zacznie nabierać formy i kształtu, znów zacznie się ogarniać, dyskretnieć, subtelnieć — i znów się zresetuje.

**Ziemowit Szczerek — pisarz, dziennikarz,
obsesjonat. Interesuje go Europa Środ-
kowo-Wschodnia, przyszłość, prze-
szłość i niezaimstniata potencjalność**

**Z MATEUSZEM
HALAWĄ**

**ROZMAWIA ARKADIUSZ
GRUSZCZYŃSKI**



O BOGACTWIE



Arkadiusz Gruszczyński: Bogaty, czyli jaki?

Mateusz Halawa: Prowadzę badania etnograficzne o postępowaniu się pieniędzmi wśród niebogatych i gdy o to pytam, słyszę: bogaty nie pracuje.

Bo nie musi?

Nie musi. W Polsce pobrzmiwają w rozmowach z ludźmi o bogactwie kody ziemiańskie. W epoce feudalizmu „pan” i jego rodzina często jako jedyni na wsi nie pracowali. Ich bogactwo brało się z własności. Kobiety bogate były blade, bo nie pracowały w polu. Do tego jest też osobny globalny kod kapitalistycznej nowożytności, w której bogactwo jest oparte na finansach: akcjach i wekslach. Bogacz żyje z odsetek i dywidend.

Chcemy tak żyć?

W potocznym wyobrażeniu o bogactwie pożądanie łączy się z podejrzliwością. Chcemy bogactwa, bo o życiu myślimy jako o obciążającym przymusie pracy dla innych i na warunkach innych. Jednak nasze systemy etyczne pozytywnie wartościują trud, a bogactwo wydaje się łatwe, dlatego ktoś, kto nie pracuje, jest podejrzany. U Arystotelesa, w Biblii, w Koranie znajdujemy krytykę sytuacji, w której pieniądź rodzi pieniądź. Wartość ma pochodzić z pracy. Bogactwo to też relacja społeczna, która rodzi frustracje i aspiracje biorące się z porównań: wychodzimy na imprezę z kolegą, który zarabia więcej, nie stać nas, by dołączyć do wakacji przyjaciół, wkurza nas lepszy samochód stojący obok nas na światłach.

To bardzo klasowe.

Tak, klasa staje się ważnym punktem odniesienia, ale nie składa się tylko z tego, co ekonomiczne. W klasie ludowej można być bogatym rolnikiem, w wyższej — zbiedniałą arystokratką.

Klasa średnia też nie jest jednolita. Nie wszyscy menadżerowie zarabiają tyle samo, a różnice między właścicielem sklepu a dyrektorem szkoły mogą być znaczące.

Zwłaszcza w takich krajach jak Polska sytuacja się komplikuje, ponieważ nasze systemy klasowe zahaczają o inteligencność, która nie przystaje do angloamerykańskich modeli klas. Zdarzają się przypadki przedstawicieli klasy wyższej z rozbudowaną siecią kontaktów i kapitałem kulturowym wyniesionym z domu, ale bez znaczącego kapitału ekonomicznego. Podczas badań spotkałem

też przedstawicieli zdegradowanego ziemiaństwa. Odwiedzałem małe, dwupokojowe mieszkania w bloku, w których wisiły XVII-wieczne obrazy będące od zawsze w rodzinie. Jadłem zupki Knorra srebrnymi łyżkami z monogramem.

Czy to jest bogactwo?

Można być bogatym na różne sposoby, także pamiętając minione bogactwo lub śniąc o bogactwie przyszłym. W świecie, w którym coraz więcej wymiarów życia jest definiowanych przez mechanizmy rynkowe, pojawiają się nowe formy bogactwa. Dla XIX-wiecznych bogaczy wiele dzisiejszych majątków i związanych z nimi stylów życia byłoby nierozpoznawalnych. Współcześnie można być bogatym spekulacyjnie, jak ci, których bogactwo jest plikiem obarczonych ryzykiem kontraktów terminowych na rynku finansowym. Można być bogatym wirtualnie, jak pracujący w garażu programista, którego pomysł „rynek” wycenia na miliardy. Można być bogatym na kredyt, mieszkając i żyjąc pięknie, ale z obciążoną hipoteką.

Nowe formy bogactwa stawiają przed ludźmi pytanie o to, czy można rozróżnić bogactwo „prawdziwe” i „fikcyjne”, zwłaszcza w czasach kryzysów finansowych i baniek spekulacyjnych. Po 2008 roku słyszeliśmy, że całe te wygenerowane przed upadkiem Lehman Brothers pieniądze to wydmuszka. Studiowałem wtedy w Nowym Jorku i wielu moich przyjaciół było kelnerami w restauracjach wokół Wall Street. Wiązali koniec z końcem z napiwków od maklerów, więc te prowizje od generowanych spekulacyjnie pieniędzy były jak najbardziej realne, tak samo jak materialne są rezydencje bankierów, z których nikt nie odpowiedział za krach. A więc bogactwo jednych zrobione z marzeń o bogactwie innych, kosztem jeszcze innych.

Jaki jeszcze jest ktoś bogaty?

Wolny. Wolność to kategoria niezwykle ważna w potocznym wyobrażeniu bogactwa. W zmonetyzowanym i utowarowionym świecie, w potocznej wyobraźni istnieją dwie drogi prowadzące do wolności. Z pierwszą jest związana strategia odłączenia od systemu: można wyjechać w Bieszczady i zbudować życie, w którym nie funkcjonuje tradycyjny obieg pieniędzy. W księgarniach pełno jest opowieści ludzi, którzy przez rok nie wydali ani złotówki, tylko zbudowali swoje życie na życzliwości innych i nawiązywaniu relacji. Drugi wymiar opiera się na zgromadzeniu takiej ilości pieniędzy, że te przestają być przedmiotem zainteresowania. Bogacz idzie przez świat, a rzeczywistość stawiająca innym opór jemu się poddaje. W tym ujęciu

najbardziej obciążone myślami o bogactwie są klasy będące pomiędzy. Zwłaszcza nieustannie aspirująca klasa średnia, która już wie, że może mieć więcej, już wie, co jest bardziej wartościowe, ale nie ma do tego dostępu, może zaznać komfortu, ale nie może zaznać wolności. Słyszymy to w języku związanym z kredytami, który przez ostatnie 20 lat rozpowszechnił się w Polsce: pozornie zamożni mieszczanie mówią o swoim życiu jako o niewoli.

Jakie kategorie bogactwa są specyficzne dla Polski, a które przejęliśmy w procesie globalizacji od innych?

Globalne zjawiska żyją lokalnym życiem. Pięć lat temu pracowałem przy projekcie badawczym dla Fundacji Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, która z ramienia NBP krzewiła w bibliotekach w małych miejscowościach w Polsce edukację finansową. W tamtym czasie bank zauważył potrzebę podniesienia kompetencji finansowych społeczeństwa, mówiło się o dużo o Amber Gold (zwróć uwagę na nazwę — bogactwo ma bardzo spójną symbolikę), rodzice młodych frankowiczów niepokoiili się, że nie rozumieją sił kształtujących przyszłość ich dzieci, rozplenili się chwilówki, które ostatnio widzieliśmy wypłacane przez automaty stojące w warszawskim metrze. Potoczne pojęcia pieniądza, wartości i gospodarowania przestawały pasować do innowacji obiecujących łatwy pieniądź kosztem coraz mniej zrozumiałych dla ludzi opłat i ryzyka wypisanych drobnym drukiem.

Razem z moją współpracowniczką Pauliną Wróbel objechaliśmy kilkanaście powiatowych bibliotek, w których odbywały się wcześniej szkolenia. Zaskoczyło mnie, że żyjący skromnie ludzie i obsługujące ich niezamożne bibliotekarki powtarzali nieznanne mi wtedy nazwisko: Robert Kiyosaki. To ciekawy fenomen współczesnych snów o bogactwie. Charyzmatyczny, globalny gwiazdor edukacji finansowej, który wydał serię bestsellerów tłumaczonych na wiele języków. Kiyosaki daje prostą receptę na zdobycie majątku: należy przede wszystkim zmienić siebie, swoje nastawienie do świata i pieniędzy. A więc bogactwo jako efekt właściwej osobowości, którą można trenować samodzielnie lub z coachem, czytając, grając w grę Cash Flow. Kiyosaki jeździ po świecie, w Polsce organizatorzy wynajmują halę, wejściówki kosztują od 800 do 6000 złotych. Jest w tym coś z doświadczenia religijnego: kapłan, grzechy błędnego posługiwania się pieniędzmi, zbiór zasad, rytuał grania w grę, która ma nas zmienić, historie świętych, którzy szli dobrą drogą i udało się im.

Rodzi się poczucie wspólnoty z innymi, którzy podzielają ten sam cel, a jest nim „wolność finansowa”. A więc znowu bogactwo jako uniknięcie konieczności, władza nad sobą i światem.

Dlaczego ta książka pojawia się w świadomości niebogatych osób w Polsce?

Widzą w niej kilka rzeczy. Przede wszystkim trzeba dokonać audytu własnego życia, zobaczyć je niejako z zewnątrz, jak na spotwiedzi, na terapii lub w sądzie. Celem jest doprowadzenie do sytuacji, w której nie trzeba pracować. Właściwe zarządzanie swoim życiem i pieniędzmi jako droga do wolności. Jednak dla czytelników Kiyosakiego w małych miejscowościach, ledwo wiążących koniec z końcem, podstawowym celem było zgromadzenie środków finansowych pozwalających kupić opał na zimę. To strukturalny problem: ci ludzie byli postawieni w sytuacji, w której nie mogą zapewnić sobie i swojej rodzinie lepszej przyszłości, o jakiej pisze Kiyosaki. Byli skrzętni i gospodarni, ale na dostępnych dla nich rynkach pracy, z zasobami, które mieli, nie było przed nimi żadnej szansy poprawy. A z drugiej strony teodycea Kyosakiego, który mówił im: wszystko jest możliwe, tylko ty coś robisz źle. To otwierało przed nimi pole myślenia o potencjalnej zmianie. Nieprzypadkowo ta książka nosi tytuł *Bogaty ojciec, biedny ojciec*. Kiyosaki opowiada o swoich dwóch ojcach: ojcu i mentorze, „przyszywanym ojcu”. Jeden był profesorem, który nie potrafił się posługiwać pieniędzmi i zostawił po sobie długi, a drugi z niczego potrafił zbić majątek. Obaj, mówi Kiyosaki, powtarzali za świętym Pawłem, że „korzeniem wszelkiego zła jest chciwość pieniędzy”, ale biedny ojciec w związku z tym unikał tematu, a bogaty skupiał się na nim, by od zła pieniędzy uwolnić się przez zgromadzenie wystarczającej ich ilości. W ten sposób Kiyosaki i inni apostołowie bogactwa zakorzeniają je w potocznej moralności: bogacenie się okazuje się dobre. Jego książka żyje globalnym życiem, ostatnio rozmawiałem z badaczem jej oddźwięku w Argentynie.

Porozmawiajmy o amerykańskim śnie.

Jest w kryzysie. Najlepszym tego dowodem aktualne starcie kampanii Donalda Trumpa i Hilary Clinton, długo rywalizującej z Bernieem Sandersem, który mówił wprost, że obietnica bogactwa w zasięgu ręki każdego jest złudna, że „gra jest ustawiona”. Paradoksalnie, amerykański sen jest żywszy poza Ameryką i nie sposób mówić o bogactwie, nie mówiąc o globalnym ruchu migran-

tów, szukających lepszego życia i bogactwa dla swojej rodziny, w Meksyku, Pakistanie, Wietnamie.

Czym jest ta Ameryka? Mówimy o wartościach demokracji i wolnego rynku, które stały się globalnym wyznacznikiem wyobrażenia o Zachodzie?

Tak, chociaż pojawia się również starszy wątek związany z mitologią amerykańskiego sukcesu: *rags to riches*, od pucybuta do milionera. O tyle jest to transnarodowa opowieść, że ludzie na całym świecie na co dzień myślą o bogactwie, odnosząc swoją biografię właśnie do amerykańskiego snu. Podobny sen o bogactwie śnili w XIX wieku chłopci z Galicji, którzy byli częścią wielkiej emigracji, jak i śnią współcześni ludzie na całym świecie. Globalna popularność Ameryki wyobraża ją jako przestrzeń pełną otwartych potencjałów, gdzie droga do bogactwa nie jest zablokowana przez kastę, nomenklaturę, płeć, rasę czy klasę (choć empirycznie to nieprawda).

Czy Polacy dowiedzieli się o tym z *Dynastii*?

Dużo wcześniej, między innymi z klasycznych w światowej socjologii listów chłopów polskich do domu analizowanych przez Floriana Znanieckiego i Williama Thomasa [*The Polish Peasant in Europe and America*, 1920–1922, wyd. polskie *Chłop polski w Europie i Ameryce*, Warszawa 1976 — przyp. red.]. Ale niedawno to m.in. *Dynastia* nadawała polor bogactwu. Kilkanaście lat temu w archiwum TVP przeglądałem taśmy emisyjne *Dynastii*, w które już wstawione były lokalne reklamy (wtedy jeszcze telewizja publiczna mogła przerywać serial reklamami), niezwykle spójne z przegiętą estetyką amerykańskiej opery mydlanej.

Jak ten sen przekładał się na potoczne wyobrażenie bogactwa i codzienne życie?

To ogromny temat: rola kultury wizualnej w wytwarzaniu i podtrzymywaniu nowego porządku społecznego po końcu realnego socjalizmu. Bada to Magda Szcześniak w książce *Normy widzialności*. W przypadku *Dynastii* znaczące było to, że pieniądze tam były stosunkowo nowe i częściowo związane z trafem: nagle okazuje się, że twój kawałek ziemi mieści złoża ropy.

Typowe dla globalnego bogactwa są aspiracje i obietnice. Dla kelnera w Nowym Jorku i kelnera w Łomży obietnica bogactwa brzmi tak samo?

Podobnie o tyle, że jak się okazuje, emocje, marzenia czy fantazje to nieodłączna część kapitalizmu. Dominująca jego wizja podkreśla,

że to zimny, racjonalny sposób organizacji społeczeństwa i wytwarzania wartości. Taka wizja systemu pokazuje go jako maszynę, lecz zupełnie abstrahuje od tego, że napędza ją pożądanie, zdrowie, aspiracja — to wszystko, co wymyka się naszemu pojęciu racjonalności. Socjolog Jens Beckert pisze wręcz, że podstawą kapitalizmu są fikcyjne oczekiwania i niezwykle silne emocje nakierowane na przyszłość. Dlatego badając bogactwo, warto rozmawiać z niebogatymi, oni często śnią o bogactwie i te sny o przyszłości napędzają ich działania w teraźniejszości. Wystarczy spędzić trochę czasu w kolekturze Lotto.

Chodzi o marzenia?

Każdy w kapitalizmie o czymś marzy, niezależnie od tego, czy jest biedakiem w slumsach w Indiach czy szefem zarządu Goldman Sachs. Każdy ma wizję przyszłości, która go motywuje. Te fikcyjne plany na przyszłość napędzają działania wszystkich klas społecznych.

Ważna jest emigracja zarobkowa.

To właśnie migranci globalni i ich rodziny utwierdzają mit Ameryki bardziej niż sami Amerykanie. Ciekawe badania socjologii ekonomicznej są prowadzone nad zarobkami przesyłanymi przez migrantów do krajów pochodzenia (tzw. *remittances*). W swojej masie stanowią one niezwykle znaczący globalny ruch pieniędzy, do tego stopnia, że gospodarki krajów takich jak Filipiny w dużym stopniu są od nich uzależnione. W Polsce też krążą euro i funty. Te pieniądze są bardzo ciekawym rodzajem bogactwa. Są nasycone niezwykle silnymi emocjami, pełne wyrzeczeń. Ludzie podejmują bardzo trudne decyzje o migracji, rozłące z rodziną, pracy w trudnych warunkach.

Bogactwo nadal pozostaje w rodzinie, ale nie jest bezpośrednio wypracowane przez osoby z niego korzystające.

Etnografie opisujące migrantów są pełne dosyć podobnych scen, niezależnie od regionu. 17-letni syn w Hanoi przez Skype'a pokazuje ojcu w Stanach Zjednoczonych skuter, który sobie kupił za przesłane dolary. To jest bogactwo przedmiotów, które mają szczególne znaczenie. Albo dziewczyna na Filipinach, która pokazuje swojej matce szminkę i podręczniki dla jej wnuczki. Polska ma też swoistą relację z dolarem. Byłem w kilku miejscowościach na Podlasiu, gdzie istniała równoległa do złotówkowej gospodarka dolarowa oparta na dolarach przysyłanych z Greepointu. (Mit „cio-

ci z Ameryki” jest wciąż aktualny). Przeprowadzałem badania na Greeinpoincie, a potem starałem się odwiedzać te miejscowości, z których pochodzili moi rozmówcy. Fascynujące było patrzeć na to, co się dzieje w momencie, kiedy zmieniają się warunki globalne. Te badania odbyły się w 2007 roku, gdy jednocześnie otworzyły się rynki pracy Unii Europejskiej, a nawet już ta fala emigracyjna nabrzmiała i miejscami poszukiwania bogactwa stały się Anglia i Irlandia, a Stany Zjednoczone relatywnie straciły na znaczeniu, ale też mieliśmy wtedy jedną z niższych w historii siłę nabywczą dolara. Nagle zobaczyłem ludzi po obu stronach Atlantyku, których relacje były nacechowane miłością, troską, jednak w sensie materialnym paczka z Ameryki przestawała mieć znaczenie. Kiedyś za 100 dolarów można było kupić samochód, a teraz 100 dolarów stało się równowartością 200 złotych. To jest charakterystyczne dla kapitalizmu opartego na emigracji. Migrujesz za bogactwem, starasz się gonić tę wartość, żeby znaleźć dla swojej rodziny przestrzeń, ale z drugiej strony jesteś zawsze uzależniony od globalnych zjawisk.

Na ile typowi dla polskiego wyobrażenia o bogactwie są Żydzi?

Gdy zaczynałem badać pieniądze w życiu codziennym, nie doceniłem tego, jak często będzie pojawiał się wątek żydowski. Kilka lat temu jadłem z kolegą obiad w typowej dla klasy średniej restauracji na warszawskim Ursynowie (więc właściwie „lancz”). Wchodząc do niej, zobaczyliśmy wiszący tuż obok wejścia obraz Żyda z pieniążkiem. Co więcej, olejny obrazek wisiał do góry nogami. Przepraszam, ale dlaczego taki obraz tutaj i dlaczego do góry nogami? — zapytał mój kolega. Kelnerka zdziwiła się, że ktoś nie wie. Jak to dlaczego? Żeby się z Żyda pieniądze sypały. Wizerunek Żyda powieszony przy wejściu do restauracji na nowym osiedlu pokazuje, że popularne wizje bogactwa związane są z długim trwaniem historii, uporczywą ciągłością mitów, ale i ich nowymi adaptacjami. Joanna Tokarska-Bakir, która przenikliwie pisała o Żydach z pieniążkiem, zwróciłaby uwagę na przestrzeń tej restauracji, nie tak odległą od wiejskiej izby, z sienią i magicznymi przedmiotami umieszczonymi przy progu, pomiędzy tym, co na zewnątrz i wewnątrz. Figura Żyda z pieniążkiem, pisała Tokarska-Bakir, aktualizuje stary antysemitki stereotyp krwiopijcy, lichwiarza, a jednocześnie umieszcza go w ramach talizmanu albo ducha opiekuńczego.

Spotykasz się podczas swoich badań z podobnymi sytuacjami?

Rozmawiałem kiedyś z weterynarzem, który zarabiał w gotówce, i nigdy nie nosił jej do banku. Był z rodziny, w której zawód, majątek i status były dziedziczne, a o pieniądzach rozmawiano ze sobą zaskakująco otwarcie, wręcz spisując między członkami rodziny umowy. Siostra mojego rozmówcy nie chciała przejąć rodzinnego gabinetu i dlatego została wyłączona z dziedziczenia zawodu, ale jednocześnie spleciona przez rodziców. Otrzymała pieniądze na kupno mieszkania. Rodzice poprosili ją o spisana na kartce umowę, w której zobowiązuje się do niezadłużania w banku. Nie chcieli, żeby majątek krążył poza rodziną. Pytam: dlaczego? Na co mój rozmówca: „Och, wynika to z naszych antysemitycznych poglądów”. Nieraz w trakcie wywiadów słyszę antysemityczne poglądy, ale ich nazwanie to już moja robota, a ten mężczyzna sam deklarował się jako antysemita. Majątek rodziny miał pozostać etnicznie polski, nieskażony. Co ciekawe jednak, zupełnie nie potrafił wypowiedzieć słowa „Żyd”, jakby dotyczył jakiegoś tabu. Mówił „takie osoby”, „pewnego pochodzenia”, „te środowiska”. Żydzi? — zapytałem. „No, skoro takie słowo już padło...”. Żyd był w jego wyobraźni bezpośrednio związany z tym, kto ma bogactwo, i dlaczego bogactwa nie ma on sam, a w każdym razie nie tyle, ile mu się należy. Stąd utożsamienie banków z lichwą. Żydzi gromadzą bogactwo i nie pozwalają innym się wzbogacić, ponieważ pożyczając pieniądze, stworzyli perwersyjny mechanizm, w którym pieniądze same pracują dla siebie. Perwersja Żyda w wyobraźni mojego rozmówcy polegała na tym, że Żyd nie dość, że sam jest bogaty, bogaci się na tym, że inni chcą być bogaci. Dokonuje wiecznego opodatkowania snu innych o lepszym życiu.

Tworzy się perwersyjna zależność, która wielokrotnie w historii Polski prowadziła do pogromów.

W potocznych rozmowach o pieniądzach antysemityczny stereotyp jest niezwykle żywy, słyszy się „pożydzić”, „żydzisz”. Figura Żyda to ostateczna obcość. Z Martą Olcoń-Kubicką badam, jak młode pary z klasy średniej gospodarują pieniędzmi. Nawet ci, którzy bardzo precyzyjnie dzielą na pół każdy paragon, często w Excelu, czasem podkreślają: chcemy, żeby było między nami dobrze, ale nie liczymy się „jak Żydzi”.

W jaki sposób staramy się na co dzień gromadzić bogactwo?

Bogactwo ma ikonografię i zmysłowość. Niebogaci często chcą uczestniczyć w nim symbolicznie. Z tej perspektywy fascynujący

jest rynek monet kolekcjonerskich, mennic, skarbnic, wszystkich tych firm, które wrzucają „limitowane oferty” numizmatów do naszych skrzynek. To kopalnia wiedzy o potocznej wizji bogactwa. Kolekcjonowanie w sumie niedrogich i z kruszcowego punktu widzenia przewartościowanych medali i monet. Kupowanie ich na chrzty i komunie, by oznaczyć ważny dla rodziny moment życiowego przejścia i podkreślić związek majątku z dziedziczeniem. To często monety lustrzanki, które są tak wypolerowane, że muszą być przechowywane w plastikowym etui. Moment wyjęcia z opakowania zostawia odcisk palca. Bogactwo jest tym, co nieskażone.

Praktyki wokół bogactwa, o których mówisz, są silnie związane z kategorią rodziny. Znowu żyjemy w czasach bogatych rodów?

Po wojnie na Zachodzie obowiązywała opowieść o tym, że bogactwo bierze się z merytokracji, z wykształcenia i umiejętności. Bogacić się miały utalentowane jednostki, wspomagane tylko swoimi zdolnościami. Głośna książka ekonomisty Thomasa Piketty’ego *Kapitał w XXI wieku* to tylko ostatnia z całej biblioteki książek, które udowadniają, że to mit. Bogactwo jest zjawiskiem dziedzicznym, a renta ze zgromadzonego przez przodków kapitału narasta szybciej niż wzrost gospodarczy. Dlatego nie sposób badać kapitalizmu i bogactwa bez badania więzi pokrewieństwa, ideologii wokół małżeństwa i rodziny oraz potocznej wyobraźni wiana, posagu, zabezpieczenia dzieci. Bogactwo nie jest związane z abstrakcyjnymi kompetencjami oddzielonych od siebie autonomicznych jednostek, tylko z sieciami pokrewieństwa. Mówimy zatem o strategicznym zarządzaniu emocjami w rodzinach tak, by majątek płynął w pożądanym kierunku. Ideaty miłości romantycznej oderwały nasze wyobrażenia o bliskości między ludźmi od interesów ekonomicznych, ale nawet w demokratycznych i otwartych społeczeństwach klasowe „mezalianse” zdarzają się rzadko. W jakimś sensie wciąż trwałe są problemy z *Chłopów* Władysława Reymonta czy *Rozważnej i romantycznej* Jane Austen: z kim powinien się ożenić nasz syn, komu przypadnie ziemia, jak kobieta może zapewnić sobie bezpieczną przyszłość wżenieniem się w dobrą posiadłość, jak rozdzielić racjonalne małżeństwo jako strategię akumulacji bogactwa w rodzinie od pozornie niebezpiecznych dla majątku porywów uczucia. Prosty sposobem zbadania czyichś poglądów na gospodarkę i politykę jest wciągnięcie tej osoby w dyskusję o podatku spadkowym. W niej ujawnia się to, że bogactwo jest zjawiskiem, które sięga dalece

poza biografię jednej tylko osoby. W potocznej wyobraźni jest ono prawie wieczną akumulacją.

W PRL-u nie funkcjonowało pojęcie bogactwa. Indywidualne bogacenie stało w sprzeczności z oficjalną, komunistyczną ideologią. Z drugiej strony, w latach siedemdziesiątych zostały rozbudzone potrzeby konsumenne. Co ciekawe, były jednocześnie zaspokajane przez ekipę Edwarda Gierka. Koniec lat osiemdziesiątych przyniósł ustawę Wilczka liberalizującą rynek. Pozwały one prowadzić małe, często rodzinne przedsiębiorstwa.

W PRL-u byli bogacze, ale nie było osobowego wzoru bogactwa, nikt nie wzywał: bogacie się. Jako że na bogactwo w sensie kapitalistycznym nie było aż tyle przestrzeni, ciekawszym pytaniem jest to o luksus w PRL-u. Z dzisiejszego punktu widzenia był obiektywnie skromny, ale relatywnie niezwykle istotny, bo łamał deklarowaną egalitarność społeczeństwa. To był częściowo prominencki luksus, kojarzony przede wszystkim ze sklepami za żółtymi firankami. Łączono dwa mieszkania w jedno, budylnicy budowali rezydencje, stewardessy przywoziły lepsze buty i flamastry dla dzieci. Wyznacznikiem luksusu był więc dostęp do towaru. W tym sensie synonimem bogactwa bywało to, co kilkaset kilometrów dalej było burżuazyjną normalnością. Ważne są modele ideologiczne, które bogactwu miały się przeciwstawiać. Opowiada o tym Maciej Gdula¹: kilka dekad po wojnie powojenny egalitaryzm animujący globalną wyobraźnię znika. Łączy się to z Pikketym piszącym, że czas, kiedy nierówności były stosunkowo niewielkie, był traumą po II wojnie światowej. Powinniśmy o nim myśleć raczej jako o wyjątku niż o regule funkcjonowania kapitalizmu.

Obraz równości w PRL-u należy niuansować. Tak jak mówisz, dostęp do luksusu był zróżnicowany. Interesuje mnie jednak, czy ówczesne bogactwo było równocześnie bogactwem globalnym? Czy będąc bogatym w PRL-u, było się jednocześnie bogatym w Europie Zachodniej?

Jeżeli ktoś był bardzo bogaty w PRL-u, to wcale nie znaczyło, że stać go było na wyjazd do Paryża, na to by zamieszkać w dobrym hotelu, pójść na kolację, a co dopiero kupić tam mieszkanie. Ży-

1 <http://www.krytykapolityczna.pl/artykuly/rozmowa-dnia/20140604/gdula-4-czerwca-1989-jak-narod-nie-obalil-komuny> (dostęp 30.07.2016).

liśmy po prostu w światach różnych walut: ktoś mógł być bogaty w miękkiej walucie, a ledwie zamożny w twardej.

Różnica między PRL-em a kapitalizmem jest różnicą między wielowalutową gospodarką PRL-u — bogactwo wtedy łączyło się z dewizami. Jest taka piękna scena w *Czterdziestolatku*, w której Karwowski z kolegami jedzie odebrać delegację z Japonii. Polacy dziwią się, że przyjeżdża aż trzech. Czyżby nie mieli „ograniczeń dewizowych”? Ale ktoś tłumaczy, że w Japonii zupełnie nie ma dewiz. Jak to nie ma? No nie ma, są pensje i te pensje to już są od razu dewizy. „I dewizami płacą za świadczenia, światło, gaz? Oczywiście, co miesiąc dostają nowe dewizy!”

Teraz, kiedy systemy walutowe się łączą, mamy bogatych, którzy będąc Polakami, mogą żyć światem globalnego bogactwa.

Co się stało po 1989 roku?

Zmieniła się też oficjalna, państwowa ideologia pieniądza i relacji społecznych zapośredniczonych przez pieniądź. Oficjalna ideologia PRL-u była równościowa, więc bogacenie wydawało się podejrzane. Człowiek miał udowadniać swoją przydatność społeczeństwu przez produktywną pracę w fabrykach, a nie przez majątek. Lecz już w latach osiemdziesiątych elity solidarnościowe czytały Friedricha Hayeka. Teorie, które wdrażali Ronald Reagan i Margaret Thatcher, były wezwaniem do bogacenia i indywidualistycznego przekonania, że każdy jest kowalem własnego losu. Inaczej niż w socjalistycznej wyobraźni gospodarczej, w kapitalistycznej bogaci mieli odegrać ważną rolę. Bo im więcej zarobią, tym więcej skapnie na społeczne doły. W latach dziewięćdziesiątych pojawia się figura osoby bogatej jako pozytywnego wzoru.

Dzisiaj „dewizy” są czymś nieznanym.

Współczesne bogactwo jest bogactwem, w którym Polska walutowo jest częścią świata. Dziś bogatą osobę z Polski poznasz po tym, że może w każdej chwili wsiąść do samolotu, wylądować w Londynie, Nowym Jorku lub Tokio, zatrzymać się w hotelu i zachowywać się tak samo jak w Warszawie, na zakupach, w restauracjach, na rynku nieruchomości. A więc nie lokalny bogacz, żyjący w relatywnym luksusie, choć globalnie nieliczący się w wycenie, lecz postać taka jak Jan Kulczyk, który miał jacht zacumowany na Lazurkowym Wybrzeżu. Mamy w Polsce kilka rodzin bogatych w sposób pozwalający im abstrahować od przestrzeni, w której żyją. Są bogate globalnie, wszędzie. Co więcej, ten rodzaj

bogactwa pozwala im uwalniać się od prawnych i podatkowych reguł terytorium. Ciekawym przedmiotem badań są przestrzenie stworzone dla bogatych: prywatne wyspy, raje podatkowe, wszystko to, o czym czytaliśmy w Panama Papers.

W społecznej wyobraźni po 1989 roku pojawia się też uwłaszczona nomenklatura, czyli osoby odgrywające ważną rolę polityczną i symboliczną w poprzednim systemie, które podczas szalejącej transformacji ustrojowej, a przede wszystkim gospodarczej, świetnie odnalazły się w kapitalizmie, najczęściej zbijając fortuny w procesie prywatyzacji.

Specyficzne dla Polski i całego regionu jest to, że wielkie pieniądze można zarobić na styku niewspółmiernych dla siebie reżimów wartości i systemów ekonomicznych. To może być granica czasowa, czyli przejście od socjalizmu do kapitalizmu. Ale też może być granica fizyczna. Nieprzypadkowo dużo bogactwa powstaje na różnego rodzaju granicach. Są tam mrówki, przemysłowcy, celnicy.

Albo nie ma prawa. W *Duchologii polskiej* Olgi Drendy moment granicznym jest legalizacja wypożyczalni wideo i uporządkowanie rynku kaset. Kiedy te kwestie nie były jasno określone w kodeksach i ustawach, można było robić wszystko.

Jeżeli bogactwo tworzy się na granicach, które oddzielają od siebie dwa zupełnie nieprzystające do siebie systemy, to specyficznym rodzajem bogactwa dla krajów posocjalistycznych jest skuteczna konwersja jednego kapitału na drugi. Czyli tego, co zapewniało ci dobre życie w warunkach socjalistycznych, na pieniądze w innym systemie.

Tak było w całym regionie?

Tak. Kiedy czyta się badania etnograficzne opisujące w różnych krajach moment przewartościowania, czyli prywatyzacji, otwarcia granic, reformy walut, terapii szokowej, pojawiają się zaskakująco podobne obrazy. Wyrzucenia na śmietnik tego, co jeszcze sekundę temu było niezwykle cenne. Roch Sulima w *Antropologii codzienności* opisuje symboliczne porzucanie syren. W NRD ludzie tuż po obaleniu muru berlińskiego wsiadali w swoje wartburgi po to, żeby tuż przed granicą z zachodnimi Niemcami porzucić je w rowach. Przed chwilą były cenne, nagle nie są.

Co nam to mówi o bogactwie?

Że jest uzależnione od reżimu wartości, który jest historycznie zmienny. W czasie wojny bogactwo bywa kanistrem benzyny, zło-

tym łańcuszkiem lub krową. W socjalistycznym reżimie wartości bywało wychuchanym wartburgiem, trzymanym pod plandeką, wyczekiwany przez 15 lat, otoczonym mnóstwem relacji społecznych, które trzeba było pielęgnować prezentami i przysługami, by wartburg w ogóle jeździł. Trzeba było mieć znajomego mechanika, dostęp do części zamiennych. Nagle radykalnie zmienia się system wartości i ten wartburg okazuje się bezwartościowy. Coś, co jeszcze niedawno odróżniało nas od sąsiada, sprawiało, że jesteśmy mobilni, dawało nam prestiż, było wynagrodzeniem w postaci talonu od szefa, przestaje nagle obowiązywać. Proces przejścia od socjalizmu do kapitalizmu jest momentem, kiedy na nowo trzeba się zastanowić, czym jest bogactwo. Okazuje się, że skądś trzeba je skopiować. Kopiujemy je albo z Zachodu z telewizji, albo odżywają lokalne kody ziemiaństwa wcześniej wypierane. Wracają różne sposoby na to, żeby stać się bogatym. W całym regionie w tym czasie nikt nie wie, jak się wzbogacić, ponieważ nie ma pamięci społecznej — zmieniły się reguły gry. Pojawia się więc irracjonalność. We wspomnianej już *Duchologii polskiej* autorka opisuje wysyp bioenergoterapeutów. W gospodarce to czasy piramid finansowych. W Albanii romskie kobiety wróżące z ręki mają nagle takie samo znaczenie jak finansisci. Nie jest to jednak pozbawione sensu w potocznej świadomości ludzi. Dlatego że to, co się dzieje na zakładanych wtedy giełdach, też wymyka się racjonalności.

Mateusz Halawa — socjolog i antropolog, doktorant Wydziału Antropologii The New School for Social Research w Nowym Jorku, asystent w Instytucie Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk. Kieruje zespołem humanistyki i nauk społecznych School of Form w Poznaniu

Arkadiusz Gruszczyński — dziennikarz i animator kultury

GLADYS-JAKÓBIK

JOLANTA



**RÓŻNE OBLICZA
SUKCESU**

**Żyjemy pod dyktando
reklamowych sloganów...
To nie tylko język
z reklam. To język
zachodniej cywilizacji,
która każe nam
wszystkim sięgać po
więcej, być bardziej
szczęśliwym i pragnąć,
pragnąć, pragnąć...¹**

¹ Sylwia Kawalerowicz, Kira Pietrek. *Język korzyści*, „Zwierciadło” 2016, nr 5.



WPROWADZENIE

Po zerwaniu z gospodarką planową Polska wraz z innymi krajami regionu znalazła się na rozdrożu. Z jednej strony, chcąc dogonić gospodarki bardziej rozwinięte, musiała odwoływać się do zasad działania rynku. Z drugiej, przeszkodą na tej drodze była ówczesna mentalność społeczeństwa, będąca wypadkową kultury narodowej i długiego okresu pozostawania pod wpływem reguł, które niekoniecznie promowały działania nastawione na sukces w znaczeniu nadawanym mu współcześnie: po pierwsze, jako pomyślny wynik jakiegoś przedsięwzięcia, osiągnięcia zamierzonego celu; po drugie, jako zdobycie sławy, majątku czy też wysokiej pozycji itp.².

Pojawiło się pytanie, jak na tle bardziej rozwiniętych krajów kształtuje się mentalność prorozwojowa Polaków, którzy znaleźli się w nowej dla siebie rzeczywistości. Szczególnie istotny był sposób, w jaki postrzegano ludzi sukcesu oraz źródła jego osiągnięcia. Chodziło o pokazanie zmian w dotychczasowych symbolach powodzenia życiowego. Było to ważne, ponieważ przez wiele lat w niewielkim stopniu istniały one w świadomości ogółu, a ich społeczny odbiór miał wyraźnie negatywny charakter.

Staje się to bardziej widoczne, kiedy analizie poddamy chociażby treści zawarte w literaturze pięknej, filmach itp. Wątki afirmujące „osiągnięciowców” czy ludzi sukcesu pojawiały się w nich stosunkowo rzadko. Znacznie częściej bohaterem był nieudacznik niż człowiek, któremu się powiodło, ponieważ pracował, inwestował i doskonalił się. Wystarczy odwołać się do takich kanonów literackich, jak chociażby *Lalka* czy *Ziemia obiecana*. Także w lekturach szkolnych stosunkowo rzadko możemy zobaczyć pozytywny obraz sukcesu. „Analizując podręczniki do języka polskiego dla klas I–IV, wydane po raz pierwszy w połowie lat dziewięćdziesiątych, można znaleźć w nich wiele miłych obrazków, sporo patriotycznych

uniesień, pochwałę posłuszeństwa wobec starszych, ale ani słowa o znaczeniu wiary w sukces, wytrwałości, radości z własnych czy cudzych sukcesów”³.

Kultura popularna także pełna jest przykładów „karier” będących bardziej rezultatem przypadku niż zdolności i pracy. W sondażach OBOP-u na pytanie o „cele życiowe i zadania Polaków” większość badanych wskazywała takie wartości jak:

1. udane życie rodzinne,
2. ciekawą pracę, którą się lubi,
3. czyste sumienie,
4. spokojny byt, bez niespodzianek⁴.

Zastanawiające było dalekie miejsce, jakie w hierarchii tych celów zajmowały wartości takie jak „wiedza i wykształcenie”, „awans”, „osiągnięcia i uznanie w pracy” czy „możność wpływania na sprawy swojego narodu i państwa”. Najrzadziej wymieniano wartość określaną jako „życie urozmaicone, pełne przygód i ryzyka”. Wyraźnie przeżywały te o charakterze stabilizacyjnym, dające Polakom poczucie bezpieczeństwa. Zwracał na to zjawisko uwagę w 1979 roku Stefan Nowak, pisząc: „[...] wśród młodzieży stosunkowo rzadkie są większe ambicje i wysoko sięgające aspiracje czy też bardziej romantyczne wzory życia. Młodzież chce awansu społecznego powyżej poziomu rodziców, ale wydaje się być bardzo realistyczna w ograniczaniu swoich aspiracji do możliwości istniejących w społeczeństwie. I mówiąc ogólnie, nie różni się w zasadzie od rodziców w sferze własnych aspiracji i wartości życiowych”⁵.

Co ciekawe, ta hierarchia wartości nie ulega większym wahaniom w czasie. Badania pokazują, że wśród najważniejszych celów życiowych Polaków na pierwszych miejscach znajdowały się i znajdują nadal: „udane życie rodzinne”, „ciekawa praca, którą się lubi”

3 Krystyna Skarżyńska, *Czy jesteśmy prorozwojowi? Wartości i przekonania ludzi a dobrobyt i demokratyzacja kraju*, w: *Jak Polacy przegrywają, jak Polacy wygrywają*, red. Marek Drogosz, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005, s. 73.

4 Cyt. za: *Podstawa szczęścia? Udane życie rodzinne, czyste sumienie, ludzki szacunek — wynika z sondażu TNS Polska*, <http://wpolityce.pl/polityka/163081-podstawa-szczescia-udane-zycie> (dostęp 30.07.2016).

5 Stefan Nowak, *System wartości społeczeństwa polskiego*, „Studia Socjologiczne” 1979, t. 4 (75), s. 155–173.

czy „wzajemna miłość”. A na ostatnich „awans, osiągnięcia i uznanie w pracy” lub „możność wpływania na sprawy własnego narodu i państwa”. Tymczasem rzeczywistość lat dziewięćdziesiątych opierała się na indywidualnej przedsiębiorczości, w której pojęcia takie jak sukces, bogactwo i kariera zajmowały centralne miejsca⁶. Coraz bardziej istotny staje się zatem sposób, w jaki postrzega się sukces i ludzi sukcesu.

SUKCES I LUDZIE SUKCESU

Dowodów na to, że poziom rozwoju kraju wiąże się z poziomem rozpowszechnienia i społecznej akceptacji właściwości psychologicznej, jaką jest motywacja osiągnięć, dostarczył jeszcze w latach sześćdziesiątych ubiegłego wieku David McClelland. Badając różne kultury, wykazał, że tempo rozwoju ekonomicznego było duże wtedy, gdy poprzedzało je silne nasycenie motywacją osiągnięć literatury, sztuki, tradycji ludowych (legend i bajek), a współcześnie — także podręczników szkolnych⁷.

Czym zatem charakteryzuje się jednostka i społeczność o silnej motywacji osiągnięć i w jakim stopniu model ten jest obecny i akceptowany w polskiej kulturze? Badacze zwracają uwagę, że ludzi tego typu wyróżnia duża aktywność w różnych sferach życia, dążenie do sukcesu i przekonanie, że jest on w ogóle możliwy. Są oni także bardziej skłonni do podejmowania wysiłku i wytrwali w dążeniach do osiągnięcia zamierzonego celu.

Jakie zatem miejsce motywacja osiągnięć zajmuje w systemie wartości współczesnych Polaków? Próbując odpowiedzieć na to pytanie, warto odwołać się do pojęcia atrybucji. W psychologii oznacza ona przypisywanie przyczyn ludzkiemu zachowaniu, wnioskowanie o źródłach zachodzących zdarzeń. Rozróżnia się dwa jej rodzaje: dyspozycyjną, związaną z upatrywaniem przyczyn zjawisk w dyspozycjach osobowościowych jednostek, i sytuacyjną, przypisującą występowanie jakiegoś zjawiska warunkom zewnętrznym związanym

6 Czesław Sikorski, *Między rynkiem a centralnym planowaniem: polski kierownik – jaki jest? jaki być powinien?*, Centrum Badań i Promocji Biznesu Ekorno, Łódź 1992.

7 Krystyna Skarżyńska, op. cit.

z konkretną sytuacją⁸. W obu przypadkach istotny jest proces percepcji, który pozwala zobaczyć źródła osiągniętych sukcesów lub ponoszonych porażek.

Badania pokazują, że w końcu lat dziewięćdziesiątych Polacy upatrywali przyczyn sukcesu raczej w indywidualnych zasobach człowieka niż tych odziedziczonych, pochodzących z przeszłości (pochodzenie z bogatej rodziny, dobre wykształcenie) czy „kolektywistycznych” (znajomości, powiązania polityczne). Sukces przestawał być dziełem przypadku lub ingerencji sił zewnętrznych. Była to wyraźna zmiana, zwłaszcza wśród przedsiębiorców, którzy jeszcze kilka lat wcześniej częściej niż inni Polacy interpretowali swój sukces jako rezultat przede wszystkim powiązań i znajomości o charakterze politycznym. Dwie dekady później, w roku 2013, badania CBOS odnoszące się do sposobów, w jaki postrzegano sukces w Polsce, pokazały zbliżony obraz⁹. Ośmiu na dziesięciu Polaków (81%) miało poczucie, że przynajmniej w pewnej mierze udało im się odnieść w życiu sukces, a niemal co szósty (17%) twierdził, że osiągnął go w pełni. Zgodnie z deklaracjami sukces był definiowany jako:

posiadanie dobrej rodziny — 29%

dobrze zdrowie — 10%

radość, szczęście, spełnienie marzeń — 8%

dobrze warunki materialne — 7%

dobry praca — 7%

osiągnięcie celów — 5%

bogate życie wewnętrzne, samorealizacja — 2%

dobrze wykształcenie — 2%

wysoki status, awans społeczny — 1%

godność i niezależność — 1%

bycie dobrym, pomocnym, uczciwym, użytecznym — 1%

inne — 2%

trudno powiedzieć — 9%¹⁰.

8 Friedrich Forsterling, *Atrybucje. Podstawowe teorie, badania i zastosowanie*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.

9 *Sukces życiowy i jego determinanty. Badania CBOS nr BS/89/2013*, Warszawa 2013, <http://docplayer.pl/6846508-Warszawa-czerwiec-2013-bs-89-2013-sukces-zyciowy-i-jego-determinanty.html> (dostęp 30.07.2016).

10 Procenty nie sumowały się do 100, ponieważ ankietowani mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

SUKCES TO:

(wg badań CBOS z 2013 roku)



29%
posiadanie
dobrej rodziny



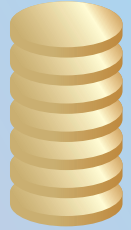
10%
dobre
zdrowie



8%
radość,
szczęście,
spełnienie
marzeń



7%
dobre
warunki
materialne



7%
dobra
praca



5%
osiągnięcie
celów



2%
bogate życie
wewnętrzne,
samorealizacja



2%
dobre
wykształcenie



1%
wysoki
status, awans
społeczny



1%
godność
i niezależ-
ność



1%
bycie dobrym,
pomocnym,
uczciwym,
użytecznym



2%
inne



9%
trudno
powiedzieć

Widać zatem, że od lat osiągnięcie sukcesu Polacy kojarzą najczęściej z udanym życiem rodzinnym (29%). Dla blisko co piątej osoby (18%) jego miarą jest połączenie dobrej sytuacji rodzinnej, materialnej i zawodowej, rzadziej dobrego zdrowia, pracy i rodziny (6% odpowiedzi). Satysfakcjonująca sytuacja rodzinna jest traktowana przez zdecydowaną większość (52%) jako jedyny lub też współwystępujący z innymi czynnik sukcesu życiowego. Zaskakuje natomiast niski odsetek respondentów wymieniających dobre wykształcenie jako warunek sprzyjający jego osiągnięciu — jedynie 2%.

Poczucie odniesienia pełnego lub znacznego sukcesu w życiu najczęściej towarzyszy zatem tym badanym, którzy łączą go z udanym życiem rodzinnym (72%). Na drugiej pozycji znajdują się ci, którzy definiują sukces jako dobre zdrowie (62%).

Okazuje się więc, że sam sukces materialny, ale bez dobrej sytuacji rodzinnej nie jest dla Polaków przykładem udanej kariery. Według deklaracji najczęściej bowiem osiągają go ci, którzy uważają, że decyduje o nim udane życie rodzinne i dobra praca. Stosunkowo rzadko natomiast jest udziałem tych, dla których jedyne jego kryterium stanowiły dobre warunki materialne.

Wpływ na poczucie sukcesu ma również poziom wykształcenia. Mimo że ono samo rzadko jest uważane za warunek sprzyjający jego osiągnięciu, to jednak im jest wyższe, tym silniejsze deklarowane poczucie spełnienia.

Zaprezentowane wyniki potwierdzają wcześniejsze obserwacje, uzyskane m.in. w ramach Europejskiego Sondażu Wartości (European Value Survey, EVS, 2000), które pokazywały, że jeśli chodzi o inne kryterium wartościowania ważne dla procesów modernizacyjnych i demokracji, jakim jest materializm (versus postmaterializm), Polacy byli bardziej materialistyczni i nastawieni na bezpieczeństwo finansowe niż pozostałe społeczeństwa Europy¹¹. A uwzględniając dodatkowo element wartości „postmaterialistycznych” — zaufanie do ludzi — Polska znalazła się wśród krajów o najniższych wskaźnikach potencjału rozwojowego. Także wyniki zawarte w *Diagnozie społecznej 2015* pokazują, że wartości określane jako postmaterialistyczne nadal są rzadko wybierane¹².

11 Krystyna Skarżyńska, op. cit.

12 Zob. *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków.*

Raport, red. Janusz Czapiński, Tomasz Panek, Rada Monitoringu

Materializm widoczny jest także w postawach wobec pracy. Najważniejszą cechą dobrej pracy dla pracownika zatrudnionego w krajach wysoko rozwiniętych była pewność awansu i ciągłość kariery, w Polsce — wysokość dochodów i pewność zatrudnienia rozumiana jako brak zagrożenia utraty pracy. I chociaż pojawiły się już grupy, które możemy nazwać „osiągnięciowcami” (młodzi, dobrze wykształceni, część przedsiębiorców), to drugi czynnik rozwoju, związany z motywem dbania o dobro szerszej społeczności, jest nadal mało widoczny¹³.

W praktyce może to oznaczać, że przedsiębiorczy Polacy zajęli się pomnażaniem własnego majątku, kolejni — wiązaniem końca z końcem, a jeszcze inni — narzekaniem na państwo, rządzących i bogatych. Byłby to przejaw swoistej „pragmatyzacji świadomości”, o której w odniesieniu do społeczeństwa polskiego pisał Marek Ziółkowski¹⁴.

Zmiana systemowa wpłynęła na rozchwianie dotychczasowych zasad społecznego działania, proces socjalizacji oznacza bowiem nabywanie pewnych kompetencji i umiejętności posługiwania się różnymi kapitałami, akceptacji reguł ich eksploatacji czy pomnażania. Sam fakt obdarowania jednostki takimi bądź innymi kapitałami nie oznacza zatem jeszcze jej uprzywilejowania. Niezbędne staje się także jej wyposażenie w odpowiednią wiedzę na temat mechanizmów, które pozwalają skutecznie się nimi posługiwać.

Przykładem reakcji na takie rozchwianie może być obserwowane w ostatnich latach zwiększone inwestowanie we własną zewnętrzną atrakcyjność, która wobec braku jednoznacznych kryteriów oceny nabiera szczególnego znaczenia. Umiejętność „budowania własnej reputacji” i „stwarzania dobrego wrażenia” zastępowałyby zatem nieobecne kryteria merytoryczne.

W nowej sytuacji najłatwiejsza do spełnienia wydawała się być konwersja kapitału społecznego i kulturowego na finansowy. Odwrotny kierunek zmian — pieniądze na kapitał społeczny oraz kulturowy —

Spolecznego, Warszawa 2015, http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2015.pdf (dostęp 30.07.2016).

13 Ibidem.

14 Marek Ziółkowski, *Kapitały społeczny, kulturowy i materialny i ich wzajemne konwersje we współczesnym społeczeństwie polskim*, „Studia Edukacyjne” 2012, nr 22, s. 7–27.

dotyczył głównie osób najbogatszych. „Polscy nowobogacy” w znacznej części starali się o społeczną legitymizację posiadanego majątku. Nie zapewniała im tego bowiem ostentacyjna konsumpcja, natomiast czasami mogły to zagwarantować odpowiednie koneksje czy prestiżowe kompetencje.

Ostatni kierunek konwersji nie występuje w tych — bardzo przecież licznych — grupach polskiego społeczeństwa, które nie dysponują żadną nadwyżką środków materialnych. Skupiają się one raczej na obronie dotychczasowego stanu posiadania i osiągniętego standardu życia. Sytuacja nie ulega większym zmianom od lat¹⁵.

Warto zwrócić uwagę na pojawianie się coraz bardziej licznych i społecznie widocznych grup, które — z wyboru bądź z konieczności — starają się wyróżnić nie poprzez posiadany kapitał materialny, ale odmienne wartości i zachowania kulturalne oraz powiązania społeczne. Trzeba podkreślić, że w Polsce osłabła i uległa deprecjacji rola elity. Istnieje co prawda elita finansowa, konsumpcyjna, „medialna” czy polityczna, coraz mniej widoczna jest jednak elita kulturalna, wyróżniająca się (poprzez mechanizm *distinction*) nie tyle specyficznymi, nieosiągalnymi dla innych pragnieniami, co odpowiednią kompetencją; potrafiącą nie tylko przechowywać i odtwarzać, ale także propagować kulturę wyższą. W tej sytuacji wzorami kultury prawomocnej stają się coraz silniej zglobalizowany rynek dóbr konsumpcyjnych, reklama, kultura popularna i środki masowego przekazu. To one są szkołą gustu i smaku dla współczesnych Polaków. Tymczasem przedstawiciele klasy wyższej w Polsce (jest ich około 6%) „świadomi własnych braków w zakresie kapitału kulturowego, starają się je niwelować za pomocą kapitału ekonomicznego”¹⁶.

Potwierdza to wcześniejszą tezę Marka Ziółkowskiego o uniwersalizacji kryterium pieniądza w dzisiejszej Polsce, czemu towarzyszy pluralizacja i rozchwianie kryteriów gustu, smaku, stylu życia i towarzyskiej przynależności¹⁷.

Okazuje się zatem, że w sytuacji niepewności i zagrożenia osiągniętych pozycji dążenie do sukcesu, postrzeganego głównie w kate-

15 Łukasz Goryszewski, *Style konsumpcji polskiej klasy wyższej*, Nomos, Kraków 2014.

16 Ibidem, s. 263.

17 Marek Ziółkowski, op. cit.

goriach zapewnienia sobie i najbliższemu bezpieczeństwu finansowego, wydaje się być działaniem jak najbardziej racjonalnym, a przez to także zrozumiałym.

PRZYCZYNY SUKCESÓW I PORAŹEK

W 2003 roku Polacy wierzyli we własne możliwości. Na pytanie, od czego zależało, czy miniony rok był udany, czy też nie, 62,5% odpowiedziało, że zależało to od nich samych, 42,8% sądziło, że to los im sprzyjał bądź nie, 23,8% — że ich pomyślność zależała od innych ludzi, a 15,7% — że zależało to od władz¹⁸.

Większość z nas wierzyła zatem we własną skuteczność; stanowiło to istotny element kształtowania kultury prorozwojowej. I byłoby to zjawisko pozytywne, gdyby nie powolny spadek liczby takich osób w populacji dorosłych Polaków: w roku 1997 było ich 69%, w 2000 — 67,3%, w 2003 — 62,5%.

Kolejnym negatywnym zjawiskiem była niechęć do podejmowania prób rozumienia innych ludzi. Badacze zwracają uwagę, że może to być źródłem kształtowania postaw obronnych, zachowawczych i konserwatywnych — elementem autorytarnego, niedemokratycznego syndromu osobowości. Z kolei w przypadku osobowości makiawelistycznej cyniczny obraz innych ludzi służyłby bardziej usprawiedliwianiu własnych prób wykorzystania ich słabości. Nie warto postępować z ludźmi uczciwie, skoro są źli, nie przestrzegają norm moralnych, nie pracują, gdy się ich nie pilnuje itp. Jeśli człowiek jest człowiekiem raczej wilkiem niż przyjacielem, nie warto także przestrzegać umów, dotrzymywać słowa, mówić prawdy. Można powiedzieć, że niejasne procedury postępowania ułatwiają sukces nieufnym, cynicznym makiawelistom.

W porównaniu z przełomem lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku w połowie lat dziewięćdziesiątych spadek autorytaryzmu zaobserwowano jedynie w pokoleniu młodzieży. Natomiast w pokoleniu rodziców orientacja autorytarna się nie zmniejszyła, a w przypadku ojców nawet nieznacznie rosła. Nadzieje na zmiany

18 *Diagnoza społeczna 2003. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, red. Janusz Czapiński, Tomasz Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2003, <http://www.diagnoza.com/files/raport2003.pdf> (dostęp 30.07.2016).

wiązано zatem z młodym pokoleniem Polaków wchodzących dopiero na rynek pracy i z coraz wyższymi wskaźnikami scholaryzacji. Czy były to oczekiwania zasadne? Badania pokazują bardziej złożoną sytuację

SUKCES I LUDZIE SUKCESU W ŚWIADOMOŚCI MŁODYCH POLAKÓW

We współczesnej kulturze wydaje się dominować dyskurs terapeutyczny. Kult zdrowego, idealnego ciała, doskonalenie się, samorealizacja, rzadkie hobby, różne uzależnienia — stanowią jej znak rozpoznawczy. Interesująco pisała o tym Małgorzata Jacyno, pokazując różnorodne strategie życiowe i wybory podejmowane przez ludzi w kulturze indywidualizmu charakteryzującej współczesne społeczeństwa¹⁹. Doświadczenie siebie, szczęście, autentyczność, sukces — to tylko niektóre pojęcia ze słownika tej kultury, a w swoich poszukiwaniach przekracza ona dotychczasowe podziały klasowe i ograniczenia. Zdrowie, młodość, sprawność, poczucie szczęścia określają dzisiaj cele jednostki. Kult natury, naturalności i naturalnego życia idzie w parze z determinacją w walce z tak naturalnymi — wydawałoby się — procesami jak starzenie się czy śmierć. Chudnięcie, odmładzanie się, powiększanie masy mięśni i poddawanie się terapiom odwykowym oraz styl życia, który temu wszystkiemu służy, stały się sensem życia dla wielu z nas.

W ostatnich latach obserwujemy wzrost złożoności pojęcia sukcesu. W odniesieniu do młodzieży pojawiło się kolejne, nowe określenie: „pokolenie jednorożców”²⁰. Jego cechą szczególną jest przekonanie o własnej wyjątkowości. Inaczej niż w przypadku poprzednich pokoleń 32% nowego uważa, że będzie im się żyło gorzej niż rodzicom i że nie warto gonić Zachodu po to, aby odnieść sukces. Młodzi ludzie bardziej wierzą w sprawczą moc pasji niż ciężkiej pracy (tutaj wzorem są dla nich historie pokazywane w programach typu talent show).

19 Małgorzata Jacyno, *Kultura indywidualizmu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

20 *Pokolenie jednorożców*. Z Anną Marią Szutowicz, liderką projektu *Świat Młodych*, rozmawia Wojciech Tymiński, „Gazeta Wyborcza”, dod. „Duży Format”, 25.05.2016.

To nowe pokolenie zostało trafnie scharakteryzowane przez Annę Szutowicz²¹. Autorka, antropolog kultury, wyróżniła pięć nowych „plemion” skupiających młodzież w wieku 16–19 lat. Nazwała je kolejno: ziomki, domisie, regreci, lajfhakerzy i hipsterzy.

Ziomki to największa z opisywanych grup, skupiająca 30% populacji. Ważny dla nich jest modny wygląd, kochają robić zakupy i przebywanie w centrach handlowych. Cenią sobie słuchanie muzyki i bycie z innymi. Większość z tej grupy stanowią jedynacy i być może stąd się bierze ich tęsknota za przynależnością do jakiejś większej wspólnoty i poszukiwanie quasi-rodziny.

Drugą pod względem liczebności grupą są domisie — 23% badanej populacji. Są oni tradycjonalistyczni i konserwatywni. Ważny jest dla nich związek i praca, rodzina i przyjaciele, chcą także być dla kogoś ważni.

Regreci stanowią 16% populacji. Do tej kategorii zaliczają się tzw. pracujący biedni; 70% tej grupy martwi się o przyszłość, 60% deklaruje, że nie stać ich na zakup podstawowych rzeczy. Wejście w dorosłość jest przez nich postrzegane jako bolesne; ich język jest antysystemowy i antykorporacyjny.

Kolejna grupa to lajfhakerzy, na którą składa się 19% badanych. Jest najbardziej zmaskulinizowana, a jej reprezentantów charakteryzuje wysokie poczucie własnej wartości. Wierzą w karierę, są nastawieni egoistycznie, cechuje ich silne poczucie sprawstwa. To grupa, która najbardziej chyba przypomina studentów Szkoły Głównej Handlowej, będących przedmiotem badań w 2005 roku²². Sukces jest przez nich manifestowany głównie poprzez różnorodność prezentowanych stylów życia²³. Co ważne, wspólną cechą wszystkich osób z badanej populacji jest ich aktywna postawa życiowa.

Ostatnią, najmniejszą (12%), ale też najbardziej widoczną z badanych grup są hipsterzy. Autorka opisuje ich, odwołując się do kategorii „warszawki”. Czują się obywatelami świata. To jedyni młodzi, którzy nie mają nacjonalistycznych poglądów i patriotycznych ciągot. Nie chcą być „zwykli” jak inni, ale zrobią wszystko, aby się wyróżniać, stąd zabawy stylem.

21 Ibidem.

22 *Różne oblicza i uwarunkowania sukcesu we współczesnej Polsce*, red. Jolanta Gładys-Jakóbk, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005.

23 Zob. ibidem.

Wszystkie te plemiona łączy poszukiwanie sensu życia. Pragnienie znalezienia jakiegoś pewnego, stałego punktu w coraz mniej przewidywalnym świecie, nadania mu ładu i sensu, jest wspólne dla młodych ludzi nie tylko w Polsce. Wiele zjawisk wydaje się tę obserwację potwierdzać.

PODSUMOWANIE

Współczesne społeczeństwa opisywane przy pomocy kategorii, jaką są doznania, coraz silniej wpływają na zachowania młodego pokolenia²⁴. Problemy egzystencjalne, wzrost znaczenia przyjemności kosztem obowiązków, zwiększenie ilości czasu wolnego, zmiana stosunku do dóbr konsumpcyjnych, wzrost znaczenia grup rówieśniczych kosztem więzi międzypokoleniowych — wszystko to są zjawiska szeroko opisywane w literaturze²⁵. Oprócz tych czynników na percepcji sukcesu swoje piętno odcisnęła także sytuacja ekonomiczna sprawiająca, że formułowane oczekiwania nie były zbyt wygórowane, oraz towarzyszące jej poczucie braku stabilizacji, które skłaniało bardziej do obrony osiągniętego już statusu niż podejmowania działań na rzecz jego podniesienia.

Opisywane motywacje wydają się dobrze ilustrować problem poczucia osobistego niespełnienia i lęku przed przyszłością, które cechują młodych Polaków. Niepewność wyraża się chociażby w narzuconym z zewnątrz obowiązku tworzenia własnej biografii metodą „zrób-to-sam” zamiast realizowania dotychczasowego modelu kariery.

Anna Szutowicz podkreśla, że młodzi ludzie nie chcą już kolejnego gadżetu, chcą mieć ważne życie, co wymaga jednak pracy, której sensu nie widzą. Prowadzi to do powstania swoistego pata. Czyżby zatem nasza przyszłość zależała od tego, które z plemion uzyska przewagę w przyszłości?

24 Piotr Sieradzki, *Teoria „społeczeństwa doznań” („erlebnisgesellschaft”) u Gerharda Schulze*, „Folia Sociologica” 2007, nr 38, s. 105–116.

25 *Wartości i zmiany. Przemiany postaw Polaków w jednoczącej się Europie*, red. Aleksandra Jasińska-Kania, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2012.

dr hab. Jolanta Gładys-Jakóbiak — socjolożka, profesor SGH, autorka wielu opracowań poświęconych kulturowym aspektom procesów transformacji. Jej zainteresowania koncentrują się wokół społeczno-kulturowych uwarunkowań procesów gospodarczych (kształtowania się elit biznesu, sposobów postrzegania kariery i sukcesu itp.)

AGATA ZBOROWSKA

4.

**TAK WYGLĄDA
POLSKA?**



W kwietniu 2013 roku w „Wysokich Obcasach” — weekendowym dodatku do „Gazety Wyborczej” — ukazał się wywiad Joanny Bojańczyk z 26-letnią Martą, założycielką i moderatorką popularnego bloga internetowego *Faszyn from Raszyn*. Wywiad otwiera duże zdjęcie kobiety siedzącej w kucki na plaży — jedno z tysięcy opublikowanych na stronie — nie widzimy jej twarzy, sylwetka sfotografowana jest od tyłu. Nosi kurtkę i buty we wzór w panterkę, dżinsowe spodnie, tzw. biodrówki, które odsłaniają sporą część dolnej części pleców oraz wrzynające się w ciało różowe stringi. „Tak wygląda Polska?” — pyta wprost i z wyczuwalnym niesmakiem Joanna Bojańczyk¹.

Faszyn from Raszyn z jednej strony powtarza znaną formułę bloga — kolekcji zdjęć najciekawiej ubranych osób wypatrzonych wprost na ulicy. Z drugiej strony realizuje ten pomysł *à rebours*: zamiast najlepiej ubranych na stronie znajdują się stylizacje tych, którym — mimo starań, jak twierdzi autorka — coś nie wyszło. Postulowanym celem jest dokumentacja złego stylu, który „pociąga, inspiruje, zastanawia” i o którym można swobodnie na blogu „dyskutować”. Zwolenniczka dobrego smaku tworzy więc platformę krytyki osób „bezmyślnie podążających z trendami”, które stają się w efekcie „ofiarami konsumpcji”. Marta nie kryje jednak, że zdjęcia budzą rozbawienie, śmiech podkręcany jest zresztą przez z nią samą ironicznymi tytułami („Człowiek chomik”, „Andżela w przedpokoju”, „Kolekcja Carrefour Deluxe”). Odpierając najczęściej stawiane jej zarzuty o wyśmiewanie osób o niższym statusie majątkowym, autorka odpowiada: „Nie. Ja się śmieję z biedy umysłu, nie materialnej”.

Wywiad w „Wysokich Obcasach” wzbudził duże zainteresowanie. Podbił nie tylko polski internet, bohaterka rozmowy wkrótce po publikacji została również zaproszona do popularnego programu śniadaniowego w mainstreamowej telewizji². W gruncie rzeczy wielokrotnie

- 1 Autorka bloga *Faszyn from Raszyn*: *Zły gust mnie pociąga*, rozm. Joanna Bojańczyk, „Wysokie Obcasy”, dod. do „Gazety Wyborczej”, 22.04.2013.
- 2 *Faszyn from Raszyn*, Dzień Dobry TVN, 6.05.2013, <http://dziendobry.tvn.pl/wideo,2064,n/faszyn-from-raszyn,86035.html> (dostęp 30.07.2016).

powielane i komentowane obrazy z popularnego bloga niewiele mogą nam powiedzieć o „granicy między dobrym a złym gustem”³, doskonale odkrywają jednak charakter zbiorowych emocji związanych z kategorią gustu. Blog zwraca uwagę na punkty sporne i rysuje mapę napięć, jakie budzi sposób ubierania się i funkcjonowania mody w rodzimym kontekście. Problem bezguścia (i obciachu) powraca zresztą w publicznej dyskusji regularnie, a śledząc kolejne jego odsłony, obserwujemy nie tylko zmagania z modą, ale jednocześnie zmagania z polską tożsamością — pragnieniami dogonienia Zachodu, niepewności co do wzorów do naśladowania oraz (nie)znajomości wizualnych kodów dystynkcji.

„POKAŻ MI SWE SKARPETKI — POWIEM CI, KIM JESTEŚ!”⁴

„Skarpetki wyszły ze swoich kryjówek i nabrały życia same w sobie”⁵ — pisała Joanna Bojańczyk w listopadowym numerze czasopisma „Twój Styl” z 1993 roku. Artykuł *Skarpetka czyni nogę* potencjalnie dotyczy wszystkich skarpetek, ale tak naprawdę z cienia spodni wyszły tylko męskie. Opisywane są z dużą powagą w tym idealnym materiale poradnikowym dla eleganckiego mężczyzny, który — jak wynika z tekstu — od czasu do czasu zakłada smoking, choć dodatki wciąż kupuje na straganach, nie odróżniając zresztą podróbki od tego „prawdziwego adidasa”: „Po pierwsze, autentyki nigdy nie mają dużych napisów, tylko zawsze bardzo dyskretne” — przestrzega dziennikarka. Członek nowej klasy średniej w czasie wolnym gra w tenisa, ale nie wie jeszcze, że białe skarpetki po wyjściu z kortu trzeba zmienić, nie tylko ze względów higienicznych. Joanna Bojańczyk już to wie: „[...] takie białe frotte może zepsuć każdy dobry garnitur i każde niezłe buty. Nosiśmy więc białe skarpetki na miejscu dla nich właściwym [...], a na

3 Ibidem.

4 Leopold Tyrmand, *Wędrówki i myśli porucznika Stukułki*, cyt. za: Piotr Szarota, *Od skarpetek Tyrmanda do krawata Leppera. Psychologia stroju dla średnio zaawansowanych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 31.

5 Joanna Bojańczyk, *Skarpetka czyni nogę*, „Twój Styl” 1993, nr 11 (40), s. 86–87.

city look (do miasta) wybierzemy coś poważnego lub zabawnego, w jednym z licznych, ładnych kolorów”⁶. Już na początku lat dziewięćdziesiątych było wiadomo, że biały do nich nie należy.

Miesięcznik „Twój Styl” zaczyna ukazywać się w 1990 roku; na kilkadziesiąt stron dział dla mężczyzn zajmuje zaledwie kilka. Choć pismo skupia się na tym, jak powinna wyglądać „kobieta sukcesu”, i cierpliwie uczy tego w kolejnych numerach, na jego łamach trudno jednak znaleźć istotny element kobiecego ubioru, który urósłby do rangi symbolu nowej klasy średniej. Podczas gdy kobiety szukają swojego stylu, mężczyźni interesuje „Sukces”; pierwszy numer pisma wychodzi zaledwie kilka miesięcy przed „Twoim Stylem”. W lipcu 1991 roku białe skarpetki w eleganckich, choć mocno już znoszonych mokasynach odśpiewa swobodnie Marek Profus, jeden z bohaterów cyklu *Komu się powiodło i dlaczego?*⁷, ówczesnie na liście najbogatszych Polaków. Przedsiębiorca, który zaczynał działalność już w latach siedemdziesiątych, został sfotografowany na tle kartonów marki Blaupunkt — produkty tej firmy sprowadzał do Polski w latach dziewięćdziesiątych. Białe grube skarpetki to raczej reguła wśród „młodych wilczków, no, może nie takich młodych, bo koło czterdziestki” — jak opisuje nowych polskich przedsiębiorców jeden z bohaterów filmu Feliksa Falka *Kapitał, czyli jak zrobić pieniądze w Polsce* (1989). „Właśnie zakryta spodniami skarpetka, demonstrowana nie zawsze, lecz jedynie w chwili podniesienia nogi, kryje w sobie ogromnie dużo prawdy o człowieku”⁸ — zwracał uwagę Leopold Tyrmand. W latach dziewięćdziesiątych skarpetka nie tylko ze względu na kolor staje się mniej dyskretna i bardziej widzialna. Nie bez przyczyny białe skarpetki prawie zawsze noszone są do skórzanych mokasynów, które w przeciwieństwie do klasycznych sznurowanych męskich butów czynią ją bardziej widzialną — jeden rzut oka i wszystko jasne.

Barbara Hoff w rubryce mody „Przekroju” w 1990 roku apelowała: „Drozy Panowie, chcecie być bliżej Europy? Przestańcie, na miły Bóg, nosić jasne buty!”⁹. Rozwiązaniem problemu zamiast

6 Ibidem, s. 87.

7 „Sukces”, lipiec 1991.

8 Leopold Tyrmand, op. cit., s. 31

9 Barbara Hoff, *Moda. Męska, kolorowa*, „Przekrój”, 19.08.1990, s. 21.

nowych butów jest ciemna farbka, która ma przykryć niewłaściwy ich kolor: „jak będzie nierówno, to jeszcze ładniej, będzie skóra z efektami”¹⁰. Sposób ukrycia prawdziwej tożsamości nie zawsze jest jednak skuteczny, a powstałe niedociągnięcia zdradzają powierzchowność tych zabiegów. Syndromem nieudolnego kopiowania i naśladowania jest niepewność co do swojego wyglądu, strach przed krytyką oraz związana z nimi ciągła obserwacja siebie i innych.

Transformacyjnych nuworowszy określa przede wszystkim nadwidzialność — białe skarpetki i podróbki łączy brak dyskrecji. Duże napisy, nie zawsze zresztą powtarzające oryginalny — oparte często na znaczącej literówce (Adibas, Fuma) — czy rzucająca się w oczy biel skarpetki, która nierzadko roluje się przy kostce, odślaniając tym samym za dużo. Stabilność wizualnych norm poświadcza również inna część garderoby, która „nabiera życia sama w sobie” kilkanaście lat później. Niezwykle trudno jest prześledzić karierę białych kozaczków, również dlatego, że jej początki przynajmniej na pierwszy rzut oka nie wiążą się z żadnym przełomem. Z pewnością nie pojawiają się dopiero w 2000 roku, obecne są już w latach sześćdziesiątych, a następnie w zmienionym fasonie w osiemdziesiątych. Przejdą jeszcze długą drogę, zanim trafią na nogi znanych piosenkarek — Dody (Doroty Rabczewskiej) i Mandaryny (Marty Mandrykiewicz-Wiśniewskiej), których symboliczny pojedynek opierał się w gruncie rzeczy na wizualnym podobieństwie, a jednocześnie był odpowiednikiem konfliktu amerykańskich piosenkarek pop Britney Spears i Christiny Aguilery. Na początku 2000 roku białe kozaczki noszą polskie aktorki, piosenkarki, prezenterki telewizyjne, szybko jednak zaczynają dystansować się od tej wyrazistej mody. Internet nie zapomina, a powracające regularnie zdjęcia z tego okresu mają świadczyć nie tyle o „złej” modzie, której w tym samym stopniu ulegały reprezentantki branży rozrywkowej (i nie tylko), ale przede wszystkim o ich „złym” guście. Prześmiewcze słowo „bikejki” — od skrótu b.k., czyli białe kozaczki, czytane z angielska — określa nie tylko element ubioru i jego posiadaczki¹¹, ale, co istotniejsze, wskazuje również na zachodnie

10 Ibidem.

11 Bartek Chaciński, *Wyczesany słownik najmłodszej polszczyzny*, il. enenek, oprac. graf. Przemysław Dębowski, Znak, Kraków 2005.

pochodzenie wzorów, które są wielokrotnie powielane, przekształcane i aktualizowane w polskim kontekście.

Jeśli białe kozaczki można potraktować jako przykład mechanizmu skapywania (z ang. *trickle-down*), czyli przejmowania przez klasy niższe mody, którą wyższe już porzuciły, to białe skarpetki, kontynuując tę biograficzną metaforę, mają dłuższe i bardziej burzliwe życie. Ten wiele znaczący detal, „małe coś, co wszystko zmienia” niewiele ma już wspólnego z dyskusją z lat dziewięćdziesiątych. Na „obciachowe” skarpetki zakładane do sandałów narzekają nawet Brytyjczycy, choć w innym środowisku zyskują nowe życie i znaczenie — jak w przypadku złego gustu Jeremy’ego Corbyna i kontrowersyjnych skarpetek noszonych do sandałów. Czterokrotny premier z partii pracy Harold Wilson widywany był w sandałach na wakacjach na wyspach Scilly (bez skarpetek): „Ale czy postimperialna Brytania jest gotowa na lidera dużej partii, który nosi je do pracy? Ze skarpetkami? — pytał ironicznie (i w ostrzegawczym tonie) dziennikarz „Guardiana” w 2015 roku.

Zgodnie z intuicją Rolanda Barthes’a detal może się szybko rozprzestrzeniać i ma ekonomiczny potencjał, a w efekcie „coś może znaczyć *wszystko*”¹². W ten sposób skarpetki wracają na czerwony dywan jako nowy trend, i to w skrajnej wersji — białe frotté. Ich nobilitacja (z ang. *trickle-up*) w Polsce przechodzi jednak bez echa. Jak wynika z ostatniego badania *Polska strojna* przygotowanego dla platformy Allegro.pl, za najbardziej obciachowe Polacy nadal uważają skarpetki noszone do sandałów oraz białe kozaczki¹³.

NOWA ERA LUKSUSU

„Zwyczajowo nie wydajemy zgody na zajęcie pasa drogowego pod reklamę. Tutaj okoliczności były wyjątkowe. Bylibyśmy jedynym krajem, który nie wyraziłby zgody na taką reklamę. Inne kraje

12 Roland Barthes, *System mody*, przeł. Maciej Falski, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2001, s. 243.

13 Zob. raport Allegro *Polska strojna. Zainteresowanie modą i zakupy modowe Polaków 2015*, https://prowly-uploads.s3.amazonaws.com/uploads/landing_page_image/image/17628/Polska_Strojna_Zainteresowanie_moda_i_zakupy_modowe_Polakow_Listopad_2015.pdf (dostęp 30.07.2016).

takie zgody wyrażały” — tłumaczyła rzeczniczka Zarządu Dróg Miejskich Karolina Gałęcka, gdy wiosną 2013 roku przed luksusowym butikiem francuskiej marki Louis Vuitton stanęła gigantyczna reklama w kształcie kufra. „Wyjątkowość polega tutaj na tym, że firma Louis Vuitton podobne kampanie prowadzi w całej Europie Wschodniej, a ten sklep będzie pierwszym w Polsce”; „ten wyjątek nie oznacza, że każda firma, która złoży wniosek o postawienie podobnej reklamy, otrzyma zgodę”¹⁴.

Jeśli wierzyć słowom rzeczniczki, francuska marka przygotowała dla nas — kilku krajów Europy Wschodniej, w tym Polski — coś wyjątkowego. Reklamy Vuitton nie można było przeoczyć — mierzyła 8,5 metra wysokości oraz ponad 28 metrów długości. Ogromne logo marki nie miało nic wspólnego z dyskrecją, o której kilkanaście lat wcześniej pisała Joanna Bojańczyk. Warszawa nie mogła odrzucić propozycji jednej z najbardziej luksusowych i najdroższych marek na świecie, która dostosowała formę (kształt i rozmiar) reklamy do naszych „wschodnich” oczekiwań, a właściwie zachodnich wyobrażeń na ich temat. Wielka płachta na prostokątnym stelażu pojawiła się zresztą w centrum dyskusji o „śmietniku wizualnym” w przestrzeni polskich miast i konieczności uregulowania sytuacji prawnej, która pozwala na zalew obrazów. Prawo do zajmowania przestrzeni chodnika kosztem przechodniów oraz przestrzeni wizualnej, jak zaznaczyła Karolina Gałęcka, mają tylko wybrane korporacyjne marki, nie każdemu udzielona zostanie podobna zgoda.

Dyskusję o ogromnej płachcie Louis Vuitton łatwo wpisać w szerszą polemikę, której początek wyznacza stojący w jej tle budynek Wolf Bracka. Przeciwko ogromnej czarnej bryle protestowali mieszkańcy sąsiednich budynków — czarna ściana skutecznie zabiera światło, rośliny, które miały wkrótce utworzyć wertykalny ogród, nie chcą rosnąć. „Szczерze współczuję mieszkańcom Brackiej 13” — ubolewał sam architekt Stefan Kuryłowicz — „ale to jest śródmieście Warszawy”¹⁵. Nieprzystępna forma doskonale odpowiada jednak niedostępności ukrytych w jego ścianach pro-

14 Jakub Panek, *LV otwiera sklep w stolicy. Stanął wielki „kufer”*, „Gazeta Wyborcza”, 16.04.2013.

15 Filip Springer, *VitkAc: pokaz siły. Co ma wspólnego z Pałacem Nauki?*, „Gazeta Wyborcza”, 7.06.2014.

duktów — najdroższych na świecie marek odzieżowych. „Jesteśmy zdecydowanie gotowi na luksus”¹⁶ — deklarował właściciel Vitkaca Arkadiusz Likus.

Dom towarowy nie zdołał jednak pomieścić wszystkich najbardziej pożądanых przez Polaków marek. Dlatego już kilka miesięcy po jego otwarciu popularna modowa blogerka Jessica Mercedes Kirschner wyjeżdża w daleką podróż po swoją wymarzoną torebkę marki Chanel. Autorka *Jemerced*, wymienianego w czołówce rankingów najbardziej wpływowych blogów w Polsce¹⁷, podkreśla, że wyjazd i zakupy sprawiają jej szczególną przyjemność i napawają dumą: „sama zarobiłam te pieniądze i za własną gotówkę kupiłam chanelkę, mając 20 lat”¹⁸. W kolejnych odsłonach czytelniczki mogą śledzić „na żywo relację z Paryża”. „Więcej o samym modelu napiszę w oddzielnym, specjalnym wpisie po powrocie. Zatem proszę o cierpliwość! A wszystkie pytania związane z torebką możecie zadać w komentarzach, obiecuję odpowiedzieć na nie w tym specjalnym poście”¹⁹ — dodaje. Choć wpis w formie dziennika z podróży — wyprawy kończącej się zdobyciem upragnionego przedmiotu — może dziwić, to warto pamiętać o czytelniczkach bloga, zazwyczaj młodych, często pochodzących z małych miast. Dokładny opis przedmiotu, zdjęcia z Paryża oraz propozycja odpowiedzi na bardziej szczegółowe pytania dotyczące towaru spełniają wyraźnie edukacyjny cel. Autorka szkicuje portret torebki Chanel, której wiele czytelniczek nie miało możliwości zobaczyć i dotknąć. Zdobycie tego wyjątkowego, markowego przedmiotu wyznacza ważny punkt w życiu młodej polskiej konsumentki oraz kreuje pragnienia i wyobrażenia o luksusie tysięcy innych osób.

16 *L jak luksus, L jak Likusowie*, „Rzeczpospolita”, 21.09.2013, <http://www.rp.pl/artykul/1049816-L-jak-luksus--L-jak-Likusowie.html#ap-2> (dostęp 30.07.2016).

17 <http://jasonhunt.pl/ranking-najbardziej-wplywowych-blogerow-2015-roku/> (dostęp 16.06.2016).

18 *Jemerced, My First Chanel Bag + Place Vendôme*, Paris, <http://www.jemerced.com/my-first-chanel-bag-place-vendome-paris/> (dostęp 30.07.2016).

19 *Ibidem*.

„Sklep w moim odczuciu jest wspaniały. Wspaniała i bardzo mnie, jako stylistkę i dziennikarkę mody wzruszająca jest jego w Warszawie obecność. Wzruszająca tak mocno, że wczoraj z entuzjazmem i długo chodziłam po jego piętach, a dziś na wspomnienie tego nie mogę przestać pisać. W polskiej modzie niewątpliwie zaczęła się nowa era”²⁰ — tak pisała zaraz po otwarciu Vitkaca znana dziennikarka modowa i stylistka na swoim blogu. Ten moment definiowany jest jako przełomowy — „Proszę państwa! Mamy luksusowy dom mody na światowym poziomie”²¹ — zbliżający nas do Zachodu, nawet pomimo promocji we „wschodnim stylu”. Podobnie ekstatyczny ton, w tym przypadku podkreślający gotowość Polaków na przyjęcie pewnej estetyki i jakości oraz związanej z nią ceny, towarzyszył o kilka lat wcześniejszej inauguracji Fashion Week w Łodzi. Ważne wydarzenia, opisywane wręcz jako kamienie milowe polskiej mody, były w gruncie rzeczy przeniesieniem zachodnich wzorów — ten gest, choć imitacyjny, miał wreszcie wpisać Polskę w europejski, jeśli nie światowy porządek. Jednak przekonanie, że „szalony i barwny etap przejściowy, etap transformacji, budowania tożsamości, także w kwestii mody oraz kształtowania się gustu”²² mamy już za sobą, komplikują wciąż powracające dyskusje o niedorastaniu do zachodnich norm. Moda ze względu na oparcie na ciągłej zmianie trendów podsuwa jednak szczególnie niestabilne wzorce normalności. Być może dlatego symbolami przełomu mają być instytucje — luksusowy dom towarowy i tydzień mody w Łodzi. Choć i te czasami okazują się niewygodne. „Uszyjmy sobie Fashion Week przy okrągłym stole”²³ — zaproponował jeden z łódzkich radnych, gdy na jaw wyszły wszystkie problemy finansowe

20 Alicja Kowalska, *VitkAc hurRa!!!!*, alicjakowalska.com, <http://alicjakowalska.com/wordpress/?p=1986>, 19.11.2011 (dostęp 30.07.2016).

21 Ibidem.

22 *Karolina Sulej o kondycji polskiej mody*, rozm. Karolina Korwin-Piotrowska, *Fashion Post*, 4.11.2015, <http://fashionpost.pl/sulej/> (dostęp 30.07.2016).

23 Dariusz Pawłowski, *Fashion Week 2016 w Łodzi. Moda przegrała z filozofią*, „Dziennik Łódzki”, 1.05.2016.

organizatorów, czego konsekwencją było wkroczenie komornika. Wizualne kody bogactwa nadal opierają się w większości na obrazach pochodzących z zagranicy. Chęć naśladownictwa wynika z rzadko w Polsce kwestionowanego przekonania o wyższości mody zachodniej, zarówno sposobów jej promowania i konsumowania, jak i samych wzorów ubrań. Towarzyszy temu jednak stały lęk związany z ryzykiem porażki i ośmieszenia (czego przykładem są białe skarpetki, a może być również polski Fashion Week w Łodzi). Dyskusja o narodowym złym guście, czyli o nieudolności w naśladowaniu — naddatku, ekscesie, braku dyskrecji i nadwidzialności — jest stale aktualizowana w popularnych mediach. Jednym z ostatnich rozwiązań tego problemu ma być minimalizm — moda, która jednak „nadal nie wyleczyła naszej ulicy z bezmyślnego przepychu i komicznej przesady”²⁴. Ten ton wyższości komentatorów odwołuje się przede wszystkim do braku „kompetencji” — kulturowych i wizualnych — zupełnie abstrahując od ich źródeł. Język „klasyki”, „dobrego smaku” i „jakości”, który towarzyszy nam co najmniej od pierwszego numeru „Twojego Stylu” z 1990 roku, promuje tylko pozornie uniwersalny wzorzec estetyczny, mający neutralizować wszystkie konflikty i właściwie zacierać społeczne nierówności. Wiadomo przecież, że im bardziej nas nie stać, tym droższe ubrania powinniśmy kupować — mniej, ale lepszej jakości, dyskretnych i pasujących do wszystkiego. Zgodnie z tą logiką minimalizm to styl neutralny, w ramach którego uczymy się naśladować już nie konkretny wzorzec, ale znaturalizowany „dobry smak”, którego źródłem w polskim kontekście jest niezmiennie Paryż („paryski szyk”). W tym wyobrażeniu o europejskich standardach bogactwa chodzi więc o taką widzialność, która pozwoli na transparentność, niewyróżnianie się, a więc doskonałą mimikrę. Ten wizualny kod nawołuje do rezygnacji z wyraźnych wyznaczników bogactwa, takich jak logo czy nazwa marki, które pozwalały na szybkie rozpoznanie. Ich brak ma świadczyć o dojrzałości i pewności siebie (rezygnacji z podążania za najnowszymi trendami czy modą w ogóle, które zdradzają naszą niepewność). Chodzi więc „o pewien rodzaj

24 Hubert Woźniak, *Less is more, czyli moda na minimalizm*, <http://www.przylapaninamodzie.pl/street-fashion/less-is-more-czyli-moda-na-minimalizm/> (dostęp 30.07.2016).

ostentacyjnej dyskrekcji, umiaru i *understatement*, jako odrzucenie wszystkiego, co »bije w oczy«²⁵, jak zauważa Pierre Bourdieu. Dyskretność bogactwa polega jednak nie na tym, że jest niewidzialne, ale na tym, że dostrzec i docenić je potrafią tylko niektórzy.

Agata Zborowska — doktorantka w Zakładzie Filmu i Kultury Wizualnej w Instytucie Kultury Polskiej UW, współtwórczyni Zespołu Badań Mody i Designu. Interesuje się teorią rzeczy, antropologią kultury wizualnej, historią kultury polskiej XX wieku

25 Pierre Bourdieu, *Dystynkocja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, przeł. Piotr Biłos, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005, s. 307.

JAKUB SOCHIA

5.

TYGRYSY

**No cóż, jak wiadomo,
w życiu wiele jest rzeczy,
na które stać bogatych,
a nie stać biednych¹.**

Jimmy Carter

1

Cyt. za: Howard Zinn, *Ludowa historia Stanów Zjednoczonych. Od roku 1492 do dziś*, przeł. Andrzej Wojtasik, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2016.



1.

Dlaczego w 2010 roku Siara zgolił brodę przed kamerą? Bo domagało się tego 40 tysięcy Polaków, którzy podpisali odpowiednią petycję. Wydarzenie obejrzało ćwierć miliona widzów — niemało. Był to gwóźdź kampanii reklamowej pewnej firmy produkującej maszynki do golenia, zatytułowanej „Cała Polska goli Siarę”. Przed samym goleniem pojawiło się w sieci kilka filmików. W jednym tłum szturmuje dom Siary, w drugim Siara obraża przez komórkę swojego asystenta, myli „internet” z „internatem”, w trzecim — przechadza się od lustra do lustra, na których powiesił podobizny ogolonych amerykańskich aktorów, i oswaja się z tym, co ma niedługo nastąpić. Cała kampania była realizowana w prywatnej rezydencji aktora i satyryka Janusza Rewińskiego, który kilkanaście lat temu wcielił się w Siarę w dwóch filmach Juliusza Machulskiego — *Kilerze* i *Kilerach dwóch*. Człowiek naprawdę nie wie, kogo tu się goli — Siarę czy Rewińskiego? Aktor musiał widocznie żyć się z tą postacią podobnie jak niektórzy internauci, podpisujący na Youtubie materiały z aktorem: Janusz „Siarą” Rewiński. Tłum wdziera się za płot rezydencji Siary — trochę ranczo, trochę dworek — jest tu po staropolsku i po amerykańsku, czyli jak w bajce statystycznego Polaka. Gangster najpierw z balkonu pokazuje niechcianym gościom „gest Kozakiewicza”, chwilę później jest już między nimi i mówi: „cieszę się, że ode mnie żeście zaczęli, ale do ogolenia jest jeszcze kilka osób”. Bo przecież golić można też z kasy. I trzeba to robić jak Robin Hood — tych, którzy ją posiadają. A wiadomo, że skoro posiadają, to mają swoje za uszami; pewnie po prostu ukradli. Więc naprawdę nie ma co płakać. Taka jest mniej więcej logika tego wywodu. Jak na ironię to właśnie Rewiński — facet z brodą — dał twarz większości bogaczy, których najlepiej pamięta się z kina i telewizji ostatniego ćwierćwiecza. Tak się składa, że właśnie jego sylwetka stała się symbolem ustawionego faceta, polskiego kapitalisty.

Na dobrą sprawę zaczęło się jeszcze wcześniej, bo w PRL-u. Janusz Rewiński, absolwent Technikum Budowy Silników Lotniczych i Wydziału Aktorskiego PWST w Krakowie, debiutował w latach siedemdziesiątych w *Piwnicy pod Baranami* i w *Spotkaniach z balladą*,

potem występował regularnie w kabarecie Tey. W kinie gra od lat osiemdziesiątych, choć na początku w niewielkich rolach. Gdy przejrzy się te, które dobierał lub w których był obsadzany, ułożą się one w jeden wzór: szef redakcji w telewizji (*Sny i marzenia*), dyrektor fabryki sztucznego miodu (*Porcelana w składzie słonia*), sekretarz „z góry” (*Cesarskie cięcie*), wreszcie wiceminister w *Urowadzeniu Agaty* Marka Piwowskiego. W filmie Piwowskiego z początku lat dziewięćdziesiątych siedzi rozparty na sofie w czarnym garniturze. W dłoniach ma wszystkie potrzebne mu insygnia władzy. Popijając brandy, wydaje polecenie przez bezprzewodowy biały telefon szeregowym policjantom na drugim krańcu Polski, którzy zatrzymali jego syna. Jest sobą i jest u siebie, i nikt mu nie podskoczy.

2.

Film Machulskiego wszedł na ekrany w 1997 roku i stał się przebojem w dużej mierze właśnie dzięki Rewińskiemu. Stefan „Siara” Siarzewski jest bogatym warszawskim gangsterem. Je białą kiełbasę ze srebrnej zastawy. Nosi, podobnie jak jego żona Ryszarda „Gabrysia” Siarzewska, dużo złota: łańcuch na szyi, równie świecący sygnet na palcu. Niżej: bermudy i kolorowe adidas; wyżej: czapeczka z daszkiem; w szafie garnitur. Za miastem dom z basenem, a w śródmieściu kawalerka, w której przyjmuje kochanki. Przy basenie telewizor, w jacuzzi dziewczyny z agencji towarzyskiej, pod materacem pistolet. Przed domem stoją nowoczesne greckie kolumny. Wąski — prawa ręka, asystent do pomiatania — nie odstępował go na krok.

Siara siedział kilkakrotnie w więzieniu, oczywiście za niewinność.

Uważa, że policja się na niego uwzięła, mimo że, gdy już trafia za kratki, żyje za nimi jak w pięciogwiazdkowym hotelu. Czyta się w nim jak w otwartej książce: bohater Rewińskiego to cham i prostak. Jest cwany i czasami inteligentny, brutal, ale słodki. Nie łamie nóg, nie straszy, że zaraz poderżnie gardło, nie handluje koksem ani ludźmi. Daje się lubić. Tak jak większość przepada za Lady Pank i wódką. Nie ma wielkich ambicji, ale na wszystko może sobie pozwolić. Pieniądz nie psuje go, nie zmienia. Nie zaczyna nagle uczyć się angielskiego, zna dwa, trzy słówka i to mu wystarczy. Nie próbuje jeść sushi z ketchupem, bo w ogóle sushi nie je, gdyż

za nim nie przepada. Jest bogaczem, ale z ludu. I dlatego najlepiej czuje się w towarzystwie pocziwego taksówkarza Jerzego Kilera. Ten z atrybutów nowoczesności zna tylko jeden — wodę mineralną w plastikowej butelce. Pije ją zawzięcie, pewnie usłyszał gdzieś, że to dobrze mu zrobi.

3.

Tak jak większość gangsterów bohater Machulskiego marzy chyba tylko o tym, żeby wyjść z półświatka i zacząć żyć z legalnego interesu. Dlatego też robi biznes z niejakim senatorem Ferdynandem Lipskim — w *Kilerze* sprzedają wspólnie Pałac Kultury i Nauki zagranicznym inwestorom, którzy chcą zamienić go na kasyno. Nie mijają dwa lata i Siara przemienia się w Edwarda Nowaka. Rewiński wciela się w niego w *Tygrysach Europy*, serialu Jerzego Gruzy próbującym opisać czasy polskiej transformacji. I rzeczywiście, są tu wszyscy bohaterzy tamtej przygody: etosowe polonistki, zerotyzowani emerycy, tępi wuefiści, sfrustrowani inteligenci, przegrani przedsiębiorcy, niedoszli inżynierowie, kucharki z doktoratem, nuworyszki, modele i styliści, dzieci nowej ery. A nad nimi wszystkim unosi się jedyny prawdziwy tygrys: Nowak, prezes Nowak Int. Spółka z.o.o.

Jeśli Siara ograniczał się do jacuzzi i białej kielbasy, to Nowak się już nie ogranicza: wszedł w posiadanie pawia, egzotycznych krzewów, sprzątaczkę, ochroniarza i ogrodnika. Do jego dzieci przychodzi korepetytorka języka polskiego, bo pociechy lepiej mówią po angielsku niż w języku ojczystym; po pewnym czasie zjawia się i kamerdyner. Papuga Nowaka nazywa się Inwestor; on sam mówi o sobie, że pierwszy milion zarobił na różnicy kursu. W serialu flirtuje z filozofią Wschodu, próbuje kuchni japońskiej — jedno i drugie mu nie smakuje, ale wie, że jego pozycja wymaga, żeby był na czasie. Inaczej jednak niż jego żona Elizabeth, która idzie ślepo za każdą modą, za każdym nowym skarbem, który trzeba mieć, Nowak zachowuje zdrowy dystans. Ma wszystko to, co powinien mieć bogacz, ale chyba mu nie zależy, spokojnie mógłby bez tego żyć. On jeden u Gruzy niczego się nie boi i chyba już niczego nie potrzebuje. To facet, który na wszystko ma receptę — i na krach na giełdzie, i na skarbówkę. Wyznaje zasadę, że nieważne, czy się działa rozważnie, czy nierozważnie, ważne, że się działa. W piosence, którą śpiewa sobie pod nosem, zawarty jest jego los: „Z senatorem miłe chwile /

Na Służewcu trzymam konia / Na safari strzelam w słonia / Basen kryty / Kilka bryk / Trochę golfa”. Bryka biznesmena to volvo; w serialu niektórzy myślą to volvo z wołgą.

Tygrysy Europy utwierdzają najprostsze prawdy i przypuszczenia — dawni dygnitarze to dzisiejsi bogacze, kto kiedyś był wożony wołgą, teraz jest wożony volvo. Ale równocześnie przyglądają się nadwiślańskiej rzeczywistości bez lęku i uprzedzenia. Nikt nie płacze nad upadkiem inteligenckiego etosu, nad kryzysem wartości. Gruza inaczej niż twórcy wielu filmów z tego okresu nie kopiuje estetyki amerykańskiego kina, nie wywija też bacikiem moralnej wyższości. Patrzy na zgliszcza starego świata i ten nowy, który wygląda jak dres z ortalionu, z ciekawością i na luzie. Inna sprawa, że ten luz jest trochę emerycki: serial niby testuje nową estetykę i nowe patenty — szybki montaż, eklektyczna muzyka — ale efekt jest raczej pocieszny.

4.

Tygrysy Europy wystartowały w 1999 roku, dwa lata później Gruza nakręcił drugą serię, telewizja nie wiedzieć czemu zwlekała jednak z jej emisją przez kilkadziesiąt miesięcy. W 2003 roku serial wreszcie znowu pojawił się na ekranach telewizorów, ale z niewiadomych przyczyn wyemitowano zaledwie siedem odcinków. Tak się skończyły przygody pana Nowaka, który w ostatnich odcinkach naprawdę się rozkręca: kupuje fabrykę, nie kupuje pytona, produkuje reklamę, jedzie na Festiwal Gwiazd w Międzyzdrojach.

Janusz Rewiński nie czeka beczynn timerem, aż telewizja da zielone światło i dopuści do premiery drugiego sezonu, gra u Juliusza Machulskiego w *Superprodukcji* (2003). W tej komedii o rozmamłanym krytyku filmowym, zmuszonym przez gangstera do nakręcenia filmu, Rewiński wciela się w producenta filmowego. Producent obok gangstera i biznesmena jest kolejnym reprezentantem żywiołu kapitalizmu, władzy i bogactwa. Zdzisław Niedzielski, pseudonim „Dzidek”, równie dobrze mógłby być Siarą, jak i Nowakiem — działa na styku, w szarej strefie, wie, jak przechytryć prawo, jak zrobić film, którego nikt nie będzie chciał oglądać i jeszcze na tym zarobić. Charakterystyczne jednak, że Niedzielski nie znajduje się już na samym szczycie. To miejsce należy do granego przez Piotra Fronczewskiego gangstera Jędrzeja Koniępcowskiego. Ten gangster pachnie maglem, a nie jak Siara piwem i gril-

lem. Jego dystynkcje są bardziej arystokratyczne niż plebejskie — od ludu trzyma się jak najdalej, nie chce się tym ludem za bardzo pobrudzić.

W nowym polskim kinie podobne typy ostatnio z powodzeniem gra Andrzej Seweryn, aktor, który dużą część swojej kariery spędził na deskach francuskich teatrów, a pod koniec lat dziewięćdziesiątych zagrał w słynnym filmie *Billboard* (1998) Łukasza Zadrzyńskiego. Wcielił się tam w szefa agencji reklamowej, który jest równocześnie ostrym gangsterem. W nowym tysiącleciu Seweryn pojawił się w dwóch filmach Jacka Bromskiego. W *Uwikłaniu* (2011) gra prezesa Witolda, w *Anatomii zła* (2015) niejakiego Romana Szerepetę. Tych dwóch dzielą lata świetlne zarówno od Siary, jak i Nowaka, już bliżej im do gangstera z *Superprodukcji*. Aż dziwne, że musiało minąć zaledwie dziesięć lat, żeby doszło do takiej metamorfozy. Witold i Szerepeta emanują bogactwem, ale nie ma w tym już ostentacji. Żadnych łańcuchów, inny styl — światowy — i inne stawki, też światowe.

Nowak i Siara byli mimo wszystko po stronie światła, gładko ogoleni bohaterowie Seweryna to już sładzy ciemności: podziemnej rzeki, masonów, kosmitów, Rosjan, żydowskich bankierów. Ci dwaj grają na siebie, ale szeroko — są w polityce, działają na zagranicznych rynkach, stać ich nie tylko na wille w Piasecznie, prawdopodobnie stać ich na wykupienie połowy kraju. I właśnie dlatego pozostają w cieniu, stamtąd pociągają za sznurki. Bromski oczywiście lubi pastwić się nad elitami — oderwanymi od codziennych spraw, wyalienowanymi ze społeczeństwa — podrzucając widowni antysalonowe narracje o dawnej nomenklaturze, która uwłaszczyła się na ludzkiej krzywdzie, skumała się z globalnymi siłami zła i teraz knuje na zgubę Polski i Polaków. Obaj bohaterowie grani przez Seweryna to ci, którzy najlepiej wyszli na polskiej transformacji, mają koneksje wśród służb, znają tajemnice i brudy; stąd ich bogactwo, ukryte przed światem tak głęboko, że nawet nie może cieszyć oka zwykłego przechodnia. Trudno nie zobaczyć w filmach autora *Zabij mnie, glino* fascynacji takimi typami. Tak, pogardzamy i wskazujemy palcem, że to „złe ludzie”, ale po cichu zazdrościmy im stylu Seweryna: tego, że wytrzepał z siebie mentalnego Polaka, że nie jest już burakiem, który musi wieszać na sobie tonę złota, żeby pokazać, ile znaczy i waży. Że ma klasę i jest obywatelem świata.

5.

Pora na Mariana Dziędziela i Andrzeja Grabowskiego — jeśli ktoś zajął miejsce po Rewińskim, to właśnie oni. Obaj zagrali w ciągu ostatnich lat wiele przeróżnych ról: od bankrutów, przez mnichów i emerytowanych policjantów, aż po gangsterów. Mają też na swoim koncie role ojców: jeden w *Weselu* Wojciecha Smarzowskiego, drugi w *Demonie* Marcina Wrony. Oba filmy rozgrywają się w trakcie uroczystości weselnych, a jak wiadomo, jest to idealny czas, żeby pochwalić się swoim bogactwem, zaświecić nim w oczy innym. Te dwie imprezy — jedna z 2004 roku, a druga sprzed roku — to nie są może ucztę na dworze Nerona, bajońskiego przepychu tu nie ma, ale jest wszystko, co trzeba: basen wódki, fura mięsa. Za wszystko płacą polscy przedsiębiorcy, współcześni sarmaci. Istnieje dziwne podobieństwo między postaciami kreowanymi przez Grabowskiego i Dziędziela — są inni od Siary, inni od bohaterów granych przez Seweryna u Bromskiego (wąsy!). Cechuje ich hardość i chamstwo, agresywność, mają grubą skórę, ale nie mają stylu i fantazji. Ich ręce utyłane są w krwi i ekskrementach — tak dzisiaj wygląda bogacz, jest figurą, której naprawdę nie ma czego zazdrościć. Rządzi w obrębie swojego małego królestwa, jest tyranem, który dorobił się na przekrętach. Tyranem, który terroryzuje rodzinę i pracowników, który boi się świata. Podświadomość podpowiada mu, że jego królestwo to domek z kart, który zaraz może się rozlecieć, więc tak naprawdę żyje w strachu. Powiatowy bogacz zalewa go wódką i modli się, żeby czas zatrzymał się w miejscu.

6.

Można by pewnie jeszcze długo szukać następców Siary i Nowaka, tworzyć nową typologię, podejrzewam jednak, że nawet po gruntownych badaniach lista nie byłaby przesadnie długa. Polskie kino jakoś nie umiało i nie umie się zająć bogactwem. Gdy spojrzysz na listę filmów, które wygrały ostatnio Festiwal w Gdyni, nie znajdziesz się na niej żadnego podejmującego ten temat. Są filmy czarno-białe i kolorowe, artystyczne i komercyjne, odwołujące się do historii i grzebiące we współczesności, ale prawdziwych pieniędzy i luksusów nie ma. Właśnie ten brak pojawiał się częściej — tzn. bieda,

życie na marginesie społeczeństwa, bez perspektyw na jakąkolwiek zmianę. To albo średnia krajowa, czasem wyższa, czasem niższa. Szczyty są jakby poza horyzontem. Nowa *Ziemia obiecana* więc ciągle przed nami.

Zdawałoby się, że w serialach powinno być lepiej, ale nie jest — zaludniają je postaci doskonale nijakie, bezbarwni reprezentanci Polski uśrednionej, którzy przeżywają swoje wzloty i upadki wśród mebli z Ikei. Zamiast je przywoływać lepiej już wrócić do serialu *Gruzy*. Z dzisiejszej perspektywy wydaje się on może dziwactwem, ale jest w nim coś autentycznego, coś, czego niewielu po 1989 roku udało się dotknąć w naszym kinie i telewizji. Nie chodzi tu o konsumpcyjną gorączkę, lokalne przegięcie czy worek luksusowych przedmiotów, ale o wolność, luz i nonszalancję, którą daje bogactwo. Taki Siara/Nowak wreszcie nic nie musi. To jego „nic nie musisz” jest lata świetlne od tego, którym karmiony był Witek, główny bohater *Przypadku Kieślowskiego*. Bohaterowie *Rewińskiego* płyną na fali i naprawdę nikomu nie zazdroszczą. Przed nimi jest całe życie, cały świat. I może dlatego tyle w nich, tak rzadko spotykanej w kraju nad Wisłą, pogody.

7.

Dobrze, ale właściwie dlaczego padło na *Rewińskiego*? To proste, pasował do polsko-amerykańskiej kliszy, idealnie mieścił się w powszechnym wyobrażeniu, jakie zna się z Hollywood i lokalnych plotek. Oprócz zwalistej sylwetki aktor oddaje swoim bohaterom inne atrybuty — zarośnięty tors, głos, ruchy. Potrafi zagrać też, co wydaje się kluczowe, oczy niedźwiedzia — nieco podobne do tych, w które wpatrywał się Werner Herzog w dokumencie *Grizzly Man*, po czym oznajmiał: zobaczyłem w nich jedynie pustkę (pustka — siostrą dzikiego kapitalizmu). *Rewiński* potrafi wydobyć z siebie nieznośny sprzeciwu ton i jednocześnie pozostaje jowialnym miśkiem. Osobowość granych przez niego postaci to jakby mieszanka agresji z zamroczeniem. Nigdy nie wie się, czy zachowują się tak, bo są „pod wpływem”, czy może po prostu brakuje im piątej kleпки. Czy właśnie nie dlatego im się udało i czy nie dlatego na ich sukces patrzymy bez zawiści?

Ciekawe, że ostatnio nikt nie potrafił znaleźć pomysłu na Janusza Rewińskiego — w kinie i telewizji nieczęsto można go zobaczyć. Brak propozycji tłumaczy trochę, dlaczego aktor poszedł w reklamę. Zaraz po promocji golarek wystąpił w spocie dużej firmy ubezpieczeniowej. Gra w niej już nie jako Siara, ogolony — co może wiele tłumaczyć lub absolutnie nic — urzędnika błakającego się po nowoczesnym wieżowcu, symbol dawnej biurokracji, którego nikt nie zauważa i nikt nie słucha. Aktor-symbol polskiej transformacji, gwiazda telewizji, założyciel żartobliwie liberalnej partii Polska Partia Przyjaciół Piwa, która wdarła się w latach dziewięćdziesiątych do sejmu, gdzie chciała „przewrócić ugruntowany w PRL-u obraz prywatnego przedsiębiorcy jako złodzieja i obywatela drugiej kategorii”, dzisiaj zajmuje się przede wszystkim gospodarstwem, a w międzyczasie zaprasza do swojej rezydencji publicystów i daje popisy na wiecach politycznych, gdzie opowiada, że nowa Polska się nie udała i tłumaczy, dlaczego popiera ludzi chcących ją gruntownie przemienić. Zamiast szukać ryzykownych wytłumaczeń dla tej przemiany, może warto się zastanowić, czy czasami w kraju nad Wisłą nie powinniśmy zamiast o bogactwie mówić po prostu o bogatym życiu.

**Jakub Socha — krytyk filmowy, redaktor,
kieruje działem filmowym w dwutygodnik.com**

JARZECKA

URSZULA



LUKSUS

PO POLSKU



Złoto kapie z reklam i drogich perfum, i tanich szamponów; złote elementy zdobią pudełka czekoladek, paczki papierosów, butelki alkoholu. Król Midas byłby zapewne zachwycony rzeczywistością konsumpcyjną XXI wieku, choć owo „złoto” to tylko wizualne nawiązanie do obiektu pożądania wielu pokoleń. W tej rzeczywistości muszą się także odnaleźć zwykli ludzie, nie ogarnięci obsesją natychmiastowego bogactwa czy „gorączką złota” — jej namiastki doświadczyliśmy w 2015 roku, gdy media wraz z różnymi zapaleńcami szukały legendarnego „złotego pociągu”.

W świecie konsumpcji nieustannie dokonuje się przekształcanie dóbr statusowych, pogoń za nowością uniemożliwia przywiązanie się do jednego produktu. Czy reklama jest tu przewodnikiem? Pokazuje bogactwo w zasięgu ręki, luksusowe towary dla mas. Powszechny luksus? Niemożliwe, luksus właśnie nie należy się zwykłemu zjadaczowi chleba, ze swej natury jest dobrem niecodziennym, nietypowym, rzadkim, trudno dostępnym. Jednak w XXI wieku bardzo spowszedniał, np. nawet w Polsce tanie linie lotnicze oferują mniej lub bardziej egzotyczne wyprawy zagraniczne, a odległe krańce świata można zwiedzać, nie tylko oglądając filmy podróżnicze. Dawne dobra statusowe mogą poprawić humor nabywcom, ale ich pozycji w świecie społecznym nie zmieniają. Niegdyś takim dobrem były perfumy, do których dostęp był utrudniony, trzeba było rekomendacji osoby wtajemniczonej, by dostać upragniony flakonik od Coco Chanel. Dzisiaj w wielkich centrach handlowych, w bezosobowym świecie masowo wystawianych flakonów z wyrafinowanymi perfumami — luksus traci wdzięk. Marki, które kiedyś były luksusowe i niedostępne, teraz są tylko drogie.

Koncepcja luksusu też się zmienia. W 2010 roku w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN rozpoczęły się badania nad „luksusową biedą” pod moim kierownictwem. Respondenci odpowiadali na pytania dotyczące rozumienia luksusu, dóbr luksusowych, postrzegania bogatego i biednego itd. Komentowali polskie realia, warunki życia, czyli przekształcenia rzeczywistości społecznej trwające od 1989 roku, rosnące społeczne i kulturowe kontrasty, zderzenie niedostatku i przeciętności ze światem luksusu, który jest na wyciągnięcie ręki. Jak opowiedzieć o marzeniach Polaków? Zacznijmy od sytuacji

wyjściowej; do interpretacji wyników badań posłużę się też odniesieniami do znanych baśni.

DZIEWCZYŃKA Z ULOTKAMI.PL

Pierwszym kontekstem jest tu Andersenowska *Dziewczynka z zapalkami*. Jej bohaterka w naszych realiach czasami też próbuje coś sprzedać, częściej jednak zamiast zapalek oferuje ulotki za darmo, a i tak nikt ich nie chce. Za każdą rozdaną ulotkę dostaje kilka groszy, musi jednak przestrzegać zasad: jeden przechodzień — jedna ulotka, nie może ulotek wyrzucić do kosza. Przez cały rok można ją zobaczyć w różnych punktach miasta, nie tylko w ostatni dzień starego roku, gdy pada śnieg. Czasami ta „dziewczynka” to emeryt, który chce zarobić na leki, niekiedy dojrzała kobieta 50+, której program¹ obiecywał złote góry, a jednak nie chcą jej w żadnej nowej pracy, a czasem to dwudziestolatek, student historii, który chce przetrwać w wielkim mieście... Obojętność przechodniów podobna do tej w baśni — każdy śpieszy do swoich ważnych spraw, mijając bezimiennych ulotkarzy, a oni nie mogą iść do domu, dopóki wszystkiego nie rozdadzą. Aż chciałoby się krzyknąć: „Bierz ulotki, człowieku! Okaż solidarność!”, a potem wyrzucić na makulaturę do specjalnie wydzielonego pojemnika, z którego czasami wybierają ją ludzie z wózkiem. Bezdomni? W każdym razie potrzebujący. Pracowicie wybebeszają kosz, i sprzedając to, co znajdują, też mogą zarobić.

Zajęcie tej „dziewczynki z ulotkami” jest tymczasowe, niebawem wyrwie się ona z koszmaru dorabiania, a wtedy co ją czeka? Bogactwo pierwszej pracy? Na razie to raczej śmieciowe umowy, choć jest nadzieja, że się skończą. Szanse młodych nie rysują się jasno. Stopa bezrobocia w Polsce w marcu 2016 roku wyniosła 10%², praca w niektórych rejonach kraju jest obiektem marzeń, uczciwe traktowanie pracowników także. Dla niektórych respondentów z moich badań luksus obejmuje cały pakiet dóbr, w tym

- 1 Program 50+, <http://www.analizy.mpips.gov.pl/index.php/raporty-i-publikacje-topmenu-58/41-pliki-programu-50/59-program-50-dokument-implementacyjny.html> (dostęp 30.07.2016).
- 2 Główny Urząd Statystyczny, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/stopa-bezrobocia-w-latach-1990-2016,4,1.html> (dostęp 30.07.2016).

także pracę: „elegancki dom, dobra praca, godne życie, wynagrodzenie, samochód, niedaleko do kościoła, przede wszystkim mieć zdrowie”; „zdrowie, pieniądze, dobra praca, dobra żona”; czy też „posiadanie pracy, gdzie będę mógł rozwijać się w tym, co lubię”. Może dziewczynka z ulotkami nie zamarza zimą jak w baśni, na razie zamarzają u nas jedynie bezdomni, ale jej los nie odmieni się nagle, jeśli wyjedzie za granicę³, nie czekając na zmianę sytuacji w Polsce. W nowym kraju też może się rozczarować: będzie pracować na zmywaku w restauracji, może po 10 latach przeniosą ją na salę i będzie zbierać zamówienia, może też założyć firmę oferującą sprzętanie. Sen o godziwym życiu pozostaje snem.

ZŁOTA RYBKA NA ETACIE

W 1989 roku transformacja systemu politycznego i gospodarczego w Polsce umożliwiła otwarcie na Zachód, a zarazem przybycie Zachodu do Polski — z bankami, korporacjami, markowymi towarami, stylem życia. Podniosła się jakość życia wszystkich klas społecznych⁴, niedostępne kiedyś przedmioty codziennego użytku spowszedniały. Niegdysiejsze luksusy stają się dostępne; co więcej, luksus powszednieje także tym, którzy żyli skromnie lub w biedzie. W wypowiedziach badanych, bardzo zróżnicowanych, pojawił się spory rozrzut dóbr: od „dobrej kiełbaski” do wycieczek w kosmos. Marzenia Polaków, te codzienne, bywają tak proste, jak w wypowiedzi jednego z respondentów: „pewna praca, dochodowa, życie z inwestowania oszczędności, z materialnych — samochód od kwoty 100 tysięcy wwyż, dom, ale ze splanowanym kredytem i dużym ogrodem, prywatna opieka medyczna”⁵. Inni uważają, że luksus

- 3 Najnowsza fala emigracji ekonomicznej z Polski obejmuje szacunkowo ponad dwa miliony osób, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/GUS-w-2014-r-wzrosla-liczba-Polakow-na-emigracji-3419235.html> (dostęp 30.07.2016).
- 4 Wskaźniki jakości życia, subiektywnego poczucia dobrobytu, dane o warunkach życia rodzin zamieszczone są w raportach GUS: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/> (dostęp 30.07.2016).
- 5 Jeśli nie zaznaczono inaczej, cytaty pochodzą z wypowiedzi osób badanych, pełna analiza wyników zob. Urszula Jarecka, *Luksus w szarej codzienności. Społeczno-moralne konteksty konsumpcji*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 2013.

oznacza „życie bez ograniczeń”, „luksus to możliwość pozwolenia sobie na spełnianie każdej zachcianki”. Warto spytać, o co poprosilibyśmy złotą rybkę — my, mieszkańcy niszczejących PRL-owskich osiedli, nieremontowanych starych kamienic czy willi nie dość nowych, by zadowolić lokatorów. Ponad połowa badanych jako wyznacznik luksusu podała „nieruchomość” — dom, mieszkanie, willa, apartament, rezydencja, dworek, dom z ogrodem, willa z basenem. Odnotowano też poziom indywidualnych potrzeb: „ekskluzywne posiadłości przekraczające wielkością rzeczywiste potrzeby”; „mieszkanie-dom, którego metraż przekracza potrzeby zamieszkujących ludzi”.

Respondenci zwracali uwagę na niedostępność finansową dóbr luksusowych, różnie rozumianych, np. „własny dom z ogrodem, samochód, móc sobie pozwolić na rzeczy luksusowe — niedostępne biedakowi lub średnio zarabiającemu, bo u nas w kraju pracujemy »ku chwale ojczyzny«, a płace głodowe”. Co w takim razie można zrobić? „Skłoń się nisko i o chatę proś” — namawiała żona rybaka w baśni o złotej rybce; teraz takie zachowania mogą mieć miejsce w przypadku kredytu: klient pisze podanie do banku i uśmiechnięte służebnice złotej rybki zachęcają do wzięcia kolejnego kredytu... Czasami marzenia o własnym domu się spełniają, ale w ich miejsce pojawiają się inne potrzeby — najważniejsze z nich dotyczą prestiżu. Dobra statusowe przypominają o tzw. dawnym luksusie, gdyż „najważniejszą cechą dóbr statusowych jest to, że są z samej swej natury rzadkie”⁶. Niegdyś były to prywatne, przyzamkowe zwierzyńce z egzotycznymi okazami; „tabakierki brylantami kameliowane, szkatuły, pierścienie z kamieniem drogim” i inne precjoza służyły jako wyznaczniki i luksusu, i pozycji społecznej. W XXI wieku luksus istnieje także w masowym wymiarze. Jak wynika z ustaleń ekonomistów, globalną wartość „przemysłu towarów luksusowych” określa się na 157 miliardów dolarów rocznie; obejmuje on wytwarzanie wyjątkowych ubrań, wyrobów ze skóry, unikatowych zegarków, perfum⁷. Dobra statusowe, sygnalizujące

6 Robert H. Frank, *Mikroekonomia. Jakiej jeszcze nie było*, przetł. Ewa i Tadeusz Wojtych, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007, s. 196.

7 Dana Thomas, *Luksus. Dlaczego stracił blask*, przetł. Elżbieta McIver, Muza, Warszawa 2010, s. 9.

pozycję społeczną, często są także bardzo kosztowne, podobnie jak część dóbr luksusowych.

Tym spośród badanych, których nie stać na zakup „prawdziwego luksusu”, poza marzeniami pozostają działania zaradcze. Jak zapewnić sobie pozory luksusu na co dzień? Biżuteria nie jest już szczególnie ważnym dobrem statusowym, luksusowym — wskazała ją 11% respondentów, zaliczając do biżuterii także zegarki i drogie, firmowe okulary przeciwsłoneczne. Potrzeby związane z ozdobami zapewniają różne materiały, niekoniecznie szlachetne kruszce i kamienie. Ciekawe, niezbyt drogie projekty, możliwość samodzielnego wykonania różnych ozdób i wreszcie podróbki zaspokajają zapotrzebowanie na blichtr i błyskotki. Rynek podróbek jest dobrze zorganizowany, a dla tych, którzy szukają tanich gadżetów, są sklepy, gdzie kupuje się „wszystko za 3 zł”⁸. Zamiast pereł mamy plastikowe koraliki, a „czepce złotem i srebrem dziergane” można kupić w sklepach z odzieżą używaną reklamujących się jako „ekskluzywna odzież używana”, „odzieżowy raj”, „lumpex” czy „Giovanni Lumpace” itd. Najciekawsze przykłady podszywania się pod znane marki znajdziemy w świecie perfum; to nie tylko polska specjalność, także na targowiskach Europy można dostać „marki” takie jak Hugo Boss, Lacrosta, Gabriele Santini, Charnel no. 5, Calvin Klaus, Anmari.

Wśród żądań wobec złotej rybki, poza bogactwem i władzą, pojawiłyby się usługi niegdyś nieznanne, np. liposukcja, lifting, prywatny masażysta. Chirurgia plastyczna nie służy zaspokajaniu potrzeb codziennych, jednak w kodach współczesności usługi zapewniające relaks i dobre samopoczucie (SPA, luksusowe kurorty) należą do pożądaných. Niemal jedna trzecia badanych (32,28%) wskazała jako dobro luksusowe SPA, kosmetyczkę, fryzjera, masaże, gabinety odnowy biologicznej, basen, rekreację i sport, prywatne leczenie, a także wspomnianą już chirurgię plastyczną.

Unikatowe dobra to także zdrowie, czas, kultura, hobby. Niekiedy przedmiotem marzeń są „stylowe stare meble z piękną tapicerką, super-telewizor, książki, teatr, kino”; „obrazy wielkich mistrzów, antyczne meble, starodruki, inne dzieła sztuki, udział w imprezach kulturalnych

o światowej sławie”. Młodszy respondenci pisali, że nie stać ich na wyjazdy na koncert czy na konsolę do gier, a starsi o sprzęcie do majsterkowania. Kultura jest dobrem, na które gospodarstwa domowe wydają niewiele, np. według danych GUS z raportu *Uczestnictwo ludności w kulturze w 2014 r.*⁹ w roku 2014 przeznaczano na nią jedynie 2,7% rodzinnego budżetu — na zakup książek, filmów na nośnikach audiowizualnych, wyjścia do teatru, kina, wycieczki do zoo. W moich badaniach jedynie 4% respondentów skarżyło się, że w ciągu trzech miesięcy poprzedzających badanie nie stać ich było na „wyjście do restauracji, kina w nielimitowanej liczbie”; „wyjazd z rodziną do teatru”. Trudno jednak rozstrzygnąć, czy kultura jest poza zasięgiem finansowym, czy też poza zasięgiem zainteresowań.

STOLICZKU, NAKRYJ SIĘ! (LUKSUSOWYM JADŁEM)

Luksusowe jedzenie nie jest oczywistą kategorią, a w potocznej świadomości, kształtowanej przez media, w tym także blogi i pisma kulinarne, znaleźć można poza wyszukаныmi daniami przepisy na potrawy szybkie i oszczędne. Na polskim rynku jest wiele pism takich jak „Ciasta za Grosik”, „Przyślij Przepis”¹⁰, w których podobnie jak w wielu pismach dla kobiet, zwłaszcza w tygodnikach „z dolnej półki”, zamieszczane są ceny dania czy porcji, by zachęcić czytelniczki do kuchennej twórczości na każdą kieszeń. Te koszty nie uwzględniają np. zużycia prądu czy czasu spędzonego na zakupach, ale kwota 3,50 zł za porcję „żeberek z warzywami po prowansalsku” robi wrażenie.

W badaniach kawior, szampan, trufle, owoce morza postrzegane były jako luksusowe, choć według jednej z respondentek „kawior jest luksusowy, a nie nadaje się do jedzenia”. Ważna jest tu natychmiastowość — książki zapewniające, że uda się przygotować obiad

9 <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/uczestnictwo-ludnosci-w-kulturze-w-2014-r-,6,2.html> (dostęp 30.07.2016).

10 Pisma te nie zawsze są współtworzone przez polskich czytelników, często są to klony pism niemieckich, np. „Przyślij Przepis” należy do koncernu Burda International wydającego podobne pisemka także w innych wersjach językowych.

w pół godziny, od dawna łudzą początkujące i doświadczone gospodynie. Czym mógłby się nakrywać baśniowy stoliczek według badanych Polaków? Co dla respondentów znaczy „najprzedniejsze jadło”? Szynka parmeńska, szynka dojrzewająca, kindziuk, także kabanosy, salami czy ogólnie „wysokiej klasy wędliny”, „drogie sery pleśniowe”, „płatwa rekina”, „mięso krokodyla, rzadkich gatunków zwierząt”. W rozumieniu badanych potrawy luksusowe są „drogie”, „dobre”, „markowe”, „wykwintne”, „prawdziwe”, zalicza się do nich również zdrowa żywność ekologiczna. Brak tu jednoznaczności, istotna jest uwaga, że „dobrem luksusowym może być chleb, masło, szynka, kawior, ale również pasztetowa lub kaszanka”, czy też „dla biednego chleb z masłem, dla bogatego np. owoce morza”. Dania uważane za luksusowe to np. „wszystkie z restauracji”, a bardziej opisowo: „eskalopki cielęce z pomarańczami; schab z sosem grzybowym”, „homar w calvadosie”. W wypowiedziach respondentów wyszukane dania były równie popularne jak te proste i swojskie, np. „młode ziemniaki z koperkiem + zsiadłe mleko, czysta woda, chleb, polska wódka, polskie piwo, nieoszukane przetwory mięsne”. Do jadała dołączyć mogą alkohole „z wyselekcjonowanych roczników”, „wykwintne trunki”, na stoliczku zapewne mile widziane byłyby „wina francuskie, wędliny hiszpańskie, słodycze belgijskie”.

Z wypowiedzi respondentów wynika, że luksus w kontekście kulinariów to „raczej styl życia: stołowanie się w drogich restauracjach”; „artykuły spożywcze nie są moim zdaniem dobrem luksusowym, a tylko warunki ich spożywania tj. lokal, obsługa”. Aczkolwiek, jak zauważa jeden z respondentów: „W odpowiedniej formie i otoczeniu byle gów*o może uchodzić za luksusowe, unikalne i rzadkie w danej lokalizacji potrawy nieznanne powszechnie”. Dla mniej zamożnych, którzy też chcą wyjść „na miasto”, zostają swojskie i przystępne bary mleczne.

Piernikowa chatka, która skusiła Jasia i Małgosię, czyli słodycze bez ograniczeń, marzenie dzieciństwa czasów PRL-u, teraz są dobrem codziennym, Słodycze w najrozmaitszej formie, prawdziwe, nie wyroby czekoladopodobne, są dostępne każdego dnia w różnych placówkach handlowych. Nie trzeba stać godzinami w kolejkach po 10 deko cukierków na kartki... W wypowiedziach badanych słodycze nie były często wymieniane (5%), ale zauważano np. „płynące lody, produkty marki Ferrero, czekoladki Lindt”, „torty ozdobione złotem”,

„drogie herbaty lub kawy pochodzące z najdalszych zakątków ziemi”. Pojawia się tu jeszcze jedna kwestia — marnotrawstwo, postrzegane notabene jako właściwe bogatym. Według raportu Banku Żywności ludzie na świecie wyrzucają na śmietnik dziewięć milionów ton żywności rocznie¹¹. Luksus nadmiaru czy bezmyślność?

O (NIE)MORALNOŚCI I ATRAKCYJNOŚCI BOGACTWA

Luksus na wyciągnięcie ręki. Na wystawach, w reklamach, w sklepach internetowych, a także — na kredyt! Nienasylenie jest cechą marzeń o bogactwie, co pokazuje nie tylko postawa chciwej staruchy z bajki o złotej rybce, ale też spirale kredytowe, w które wkręcają się np. drobni przedsiębiorcy. Jednak część tych historii nie kończy się powrotem do status quo, tak jak w przypadku rybaka i jego żony, którzy nadal mieszkają w tej samej nędznej chatynce, z połamany korytem na podwórku. W prawdziwym życiu ofiary spiral kredytowych ogłaszają bankructwo, tracą wszystko (nawet dawną chatynkę), uciekają przed komornikiem i wymiarem sprawiedliwości, a niektórzy nie wytrzymują presji, popełniają samobójstwo¹².

Bogactwo jest atrakcyjne, bo na wszystko można sobie pozwolić, ale budzi też zazdrość i podejrzenia o nieuczciwe postępowanie, czy też o „cynizm”, „cwaniactwo”, „bezwzględność”, „zachłanność, jak to ujmowali respondenci. Rockefeller wyznał ponoć, że pierwszego miliona nie można zarobić uczciwie, podobnie podchodzili do sprawy badani: „W Polsce uczciwy człowiek nigdy nie może być bogaty, bo prawa i przepisy sprzyjają cwaniakom. Wynagrodzenie nie jest za uczciwą i dobrą pracę, ale za zajmowanie stanowiska, często wynikające z układów i przynależności partyjnej”.

A jednak bogactwo jest obiektem pożądania. Któż bowiem nie marzy o bezpiecznej przyszłości? Natomiast obraz człowieka bogatego w świadomości potocznej, a także w wypowiedziach badanych nie

11 „National Geographic”, marzec 2016, s. 40.

12 Przypadki takie niekiedy są omawiane w lokalnej prasie, czasami trafiają na internetowe portale, np. <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/3894169,samobojstwo-frankowicza-wpadl-w-spirale-dlugow-popelnil-samobojstwo-przez-kredyt-we-frankach,id,t.html> (dostęp 30.07.2016).

jest jednoznaczny. Pojawia się tu ocena moralna: osobom bogatym przypisywano znacznie więcej wad, a zarazem mniej zalet niż biednym. Respondenci charakteryzowali bogatych przy użyciu wyraźnie negatywnych określeń, takich jak pycha, chciwość, nieuczciwość i bezkarność, bezczelność, chora ambicja, egoizm, brak wrażliwości, brak współczucia, pogarda i wywyższanie się. Bogaty to „skąpiec, nie widzi nic prócz własnego nosa i cała reszta go nie interesuje”, cechuje go „skąpstwo, znieczulica na potrzeby społeczne, dbanie tylko o własne interesy”; „wydaje mu się, że wszystko można kupić”, „że wszystko mu wolno”.

Bogatym przypisuje się też inne cechy — neutralne lub wyraźnie pozytywne — np. pewność siebie, duma, odwaga życiowa, altruizm, pracowitość, np. „to osoba, która włącza się w różne akcje społeczne, jest dumna, że udało jej się w życiu”. Jednak w opinii respondentów przeważa stereotyp bogatego jako postaci antypatycznej i wręcz aspołecznej; natomiast stereotyp biednego oparty jest głównie na cechach depresyjnych i niezaradności życiowej. Dlaczego zatem chcemy być bogaci?

Luksus w dalszym ciągu kojarzony z czymś wyjątkowym: „rzadkim”, „unikatowym” czy „nieдоступnym”; to różne przedmioty „drogie” i „najdroższe”, „z najwyższej półki”, „wysokiej klasy”. Jednak upadek z piedestału nowości i luksusu staje się coraz szybszy, jak pokazuje choćby przykład telefonu komórkowego, który w ciągu ostatniego dwudziestolecia z rzadkiego i kosztownego gadżetu stał się przedmiotem codziennego użytku. Badania socjologiczne i ekonomiczne potwierdzają, że następuje inflacja dóbr pozycyjnych¹³, a także „demokratyzacja” luksusu; niekiedy mówi się o drogich markach, a nie luksusowych¹⁴.

Jeśli zatem stać nas, nawet tych niezamożnych, na prestiżowe marki lub ich podróbki, co świadczy o luksusie? Wyznacznikiem bogatego życia i luksusu jest w ujęciu respondentów służba, np. „bogato zagospodarowany dom, własny ogródek i sprzętaczka”, „dom z basenem i osobami obsługującymi”, „leczenie w prywatnych klinikach”. Wśród usług ciekawym wskazaniem była ochrona osobista,

13 Raj Patel, *Wartość niczego. Jak przekształcić społeczeństwo rynkowe i na nowo zdefiniować demokrację*, przeł. Hanna Jankowska, Muza, Warszawa 2010, s. 46.

14 Zob. Dana Thomas, op. cit.; Urszula Jarecka, op. cit.

a także np. „wynajęcie architekta do zaprojektowania i wyposażenia domu oraz zaprojektowania i wyposażenia ogrodu”. Tym, co wyróżnia klasę bogatych, jest korzystanie z rozmaitych kosztownych usług.

Z monitoringu społecznego wynika, że jesteśmy zadowoleni z życia, choć najmniej powodów do tego daje sytuacja finansowa (CBOS 4/2016). Według sondaży 52% Polaków ocenia, że wystarczy im na życie, choć na większe wydatki muszą oszczędzać (CBOS 52/2015). Oszczędzając zaś, mogą pozwolić sobie na wymarzone wakacje, w tym także zagraniczne (CBOS 21/2016); jednak 42% moich respondentów wskazało turystykę, zwłaszcza wczasy zagraniczne, egzotyczne, ekskluzywne wycieczki i hotele jako luksus. Bogaci i superbogaci Polacy kupują jachty, samoloty, helikoptery¹⁵. Są one poza zasięgiem przeciętnego Polaka, podobnie jak prywatne usługi zdrowotne czy inwestycje. Luksus w opinii moich respondentów pozostaje w sferze marzeń, które też nie zawsze są wyjątkowo wyrafinowane, zwłaszcza wśród starszych respondentów, „moje marzenia są bardzo ograniczone ze względu na stan zdrowia”. Heroizm codzienności niezbyt zamożnych osób kompensowany jest racjonalizacją marzeń, np.: „nie miałam i nie mam wygórowanych wymagań”, „raczej wiem, na co mnie stać i nie myślę o drogich rzeczach”. Marzenia o bogactwie? Niekiedy tak, bowiem „pomarzyć dobra rzecz, a do realizacji daleka droga”, ale częściej są to „marzenia na miarę możliwości”.

dr hab. Urszula Jarecka — socjolożka kultury, bada wybrane zagadnienia kultury popularnej i audiowizualnej

15 Raport o rynku dóbr luksusowych w Polsce: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/06/pl-rynek-dobr-luksusowych-2015-r.pdf> (dostęp 30.07.2016).

KOŁODZIEJ

KATARZYNA



**WIRTUALNE
BOGACTWO**



Bogactwo się zdematerializowało — z widzialnej formy monety, banknotu czy złota przekształciło się w formę cyfrowego zapisu na koncie. Elektroniczna bankowość, transakcje bezgotówkowe, karty kredytowe, abstrakcyjne słupki i wykresy wypierają z obiegu sztabki złota i papierowy pieniądź. Współczesna wymiana pieniądza jest tak naprawdę w pełni wirtualnym procesem — biliony dolarów pędzą kanałami elektronicznymi z fenomenalną prędkością, a międzynarodowy obrót walut to globalne kasyno¹. Pieniądź od zawsze reprezentował jakąś potencjalną wartość w określonym kontekście i, jak twierdził John Maynard Keynes, „[...] stanowi przede wszystkim subtelny środek powiązania terażniejszości z przyszłością”². Naszą terażniejszością stała się wirtualność — „cyberprzestrzeń to konsensualna halucynacja [...]”. Graficzne odwzorowanie danych pobieranych z banków wszystkich komputerów świata. Niewyobrażalna złożoność...”³.

DOLAR \$ —> EURO € —> BITCOIN ₿

W 1948 roku polski robotnik oddał na budowę warszawskiego Domu Partii „otrzymany od krewnych z zagranicy pierwszy i jedyny dolar, jaki w życiu posiadał”⁴. Najcenniejszy. Upragniony. W zbiorowej świadomości kult dolara sięga końca XIX wieku i związany jest ze wzmożoną emigracją zarobkową i próbą spełnienia amerykańskiego snu. Stany Zjednoczone dawały możliwość szybkiego wzbogacenia się, zdobycia prawdziwego bogactwa. W Polsce po drugiej wojnie światowej dolar stanowił panaceum na ciężkie czasy i obok złota traktowany był jako najlepsza lokata kapitału, wedle zasady „niepewne czasy, pewny dolar”. Materialność gromadzonych banknotów gwarantowała zabezpieczenie

- 1 Alvin i Heidi Toffler, *Rewolucyjne bogactwo*, Wydawnictwo Kurpisz, Przeźmierowo 2007, s. 101.
- 2 John Maynard Keynes, *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza*, PWN, Warszawa 1956, s. 376.
- 3 William Gibson, *Neuromancer*, przeł. Piotr W. Cholewa, Zysk i S-ka, Poznań 1996, s. 53.
- 4 Jerzy Kochanowski, *Tylnymi drzwiami. Czarny rynek w Polsce 1944–1989*, Wydawnictwo Neriton, Instytut Historyczny Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010, s. 253.

finansowe do czasu transformacji, kiedy to amerykańska waluta drastycznie straciła na wartości. Jednak w świadomości Polaków nadal pozostała symbolem bogactwa, wręcz obiektem-fetyszem, jak *Pierwszy dolar zarobiony przez Piotrka* (1990) Piotra Uklańskiego — artysty, który odniósł sukces, również komercyjny, właśnie w Stanach Zjednoczonych (sprzedaż pracy *Naziści* za 1 milion 56 tysięcy dolarów to przecież spełnienie amerykańskiego snu). Walizki z banknotami dolarów lub złotych kojarzą się dziś z wykorzystaną szansą szybkiego wzbogacenia się, jaką stworzyła kapitalistyczna wolność gospodarcza i własność prywatna. Jej nowym symbolem stała się między innymi Giełda Papierów Wartościowych działająca w dawnym budynku Komitetu Centralnego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej przy ul. Nowy Świat w Warszawie. 16 kwietnia 1991 roku odbyła się pierwsza sesja giełdy — notowano akcje pięciu spółek. Wpłynęło 112 zleceń kupna i sprzedaży, a łączny obrót giełdy wyniósł 1990 zł (2 tysiące dolarów amerykańskich). Tym samym ziściła się wizja rzeczywistości giełdowej znana chociażby z filmów takich jak *Wall Street* (1987) — abstrakcyjne indeksy giełdowe, wykresy i słupki weszły do zbiorowej świadomości, podobnie jak stopniowe przystosowywanie się do wirtualnych transakcji. Doganiając Zachód, wprowadzano w Polsce bankowość elektroniczną. W 1991 roku pojawiła się pierwsza karta płatnicza BIG VISA Business Card, przeznaczona dla przedstawicieli przedsiębiorstw i instytucji (Bank Inicjatyw Gospodarczych BIG SA); w 1990 pierwsze bankomaty (Bank Pekao SA), w 1993 *home banking* (Bank Rozwoju Eksportu); w 1998 świadczenia przez internet, a w 2000 pierwszy wirtualny bank (mBank)⁵. Udało się!

Od momentu wprowadzenia w 2002 roku w 11 krajach EU nowej waluty — euro⁶ — błyskawicznie stało się ono w zbiorowej świadomo-

5 Zob. https://pl.wikipedia.org/wiki/Bankowo%C5%9B%C4%87_elektroniczna (dostęp 30.07.2016).

6 Komisja Europejska: „Euro jest nie tylko wspólną walutą strefy euro, ale także ma silną pozycję na arenie międzynarodowej. Za pomocą walut kraje, organizacje i osoby prywatne mogą przechowywać i chronić bogactwo oraz wymieniać się nim pomiędzy sobą. Waluta »światowa« taka jak euro pełni te funkcje w skali ogólnoświatowej. Od czasu jego wprowadzenia w 1999 roku euro [transakcje bezgotówkowe] osiągnęło pewną pozycję ważnej waluty międzynarodowej i plasuje się zaraz za dolarem amerykańskim”, http://ec.europa.eu/economy_finance/euro/

ści drugim obok dolara symbolem upragnionego bogactwa. Zwitki banknotów euro pojawiły się nawet w teledyskach amerykańskich raperów (użył ich m.in. Jay-Z w *Blue Magic*).

Zwątpienie w obowiązujący system finansowy wywołał kryzys w 2007 roku, do którego odnosił się międzynarodowy projekt online *_MON3Y AS AN 3RRROR* (*Pieniądz jako błąd*, 2013, <http://mon3y.us>). Twórcy projektu skupili się na temacie funkcjonowania pieniądza (dolara i euro) oraz jego realnej materialnej i wirtualnej wartości. I tak symboliczne 0 *€uro* Larsa Hulsta to z jednej strony kapitał zerowy/punkt startowy (do wzbogacenia się), a z drugiej, rozczarowanie brakiem wartości, zaś praca Mirona Tee zatytułowana *Shame* [Wstyd] przedstawia jednodolarówkę, w której z centralnej części owalnego portretu „wycofuje” się sam Washington. Pomimo elektronicznych transakcji i wirtualnego systemu bogactwa, w zbiorowej świadomości tak naprawdę wciąż pożądana jest materialność banknotów, która jest równoznaczna z ich namacalną wartością i poczuciem bezpieczeństwa (abstrahując oczywiście od sytuacji takich jak inflacja — kiedy banknotami można „wytapetować” dosłownie wszystko). I tak Anthony Antonellis w pracy online *#MONEYBRICK* (*how to make money on the internet print, cut, fold, build*), odwołując się do nielegalnej produkcji banknotów oraz do nieprzemijającej żądzy ich posiadania, w ironiczny sposób proponuje formułę „do it yourself” — drukowania plików studolarówek (tzw. cegieł). Paradoksalnie, niewidzialność i anonimowość w wirtualnym obiegu mogą zagwarantować jedynie banknoty (w walizce/reklamówce).

Obecnie alternatywą dla obowiązującego systemu finansowego zdominowanego przez dolara czy euro staje się bitcoin (฿) — kryptowaluta stworzona w 2008 roku przez Satoshi Nakamoto (pseudonim), umożliwiająca realizowanie transakcji finansowych i inwestycji poza systemem bankowym (czyli bez pośredników)⁷.

world/index_pl.htm(dostęp 30.07.2016).

- 7 Według Anny Piotrowskiej pojawienie się bitcoina stanowi początek nowej ery, w której zaawansowane możliwości technologiczne zmieniły spojrzenie na zasady funkcjonowania i rozszerzyły pojmowanie kategorii pieniądza. Zob. eadem, *Bitcoin a definicja i funkcja pieniądza*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska” 2014, t. 48/3, s. 275–283, http://dlibra.umcs.lublin.pl/Content/20863/czas9547_48_3_2014_27

Artyści eksplorują ideę niezależnych bitcoinów, czyniąc je wizualnym symbolem przyszłego bogactwa. Projekt online *Computers and Capital* (2014, <http://x-o-x-o-x.com/press/computersandcapital/>), poświęcony cyfryzacji w globalnym systemie finansowym, miał na celu rozpowszechnienie koncepcji bitcoinów: „This is a digital visualization of the world’s richest people and their worth in bitcoins. What’s your worth?” — pyta FELT w pracy *Bitcoin Digibank Visualization*. Do fenomenu bitcoinów odnosi się praca Dominika Podsiady *₿ dream*: potencjalna możliwość błyskawicznego wzbogacenia się wizualizuje się w gifie — multiplikowane w nieskończoność symbole ₿ ulatują ku górze. Z kolei Grupa Goldex-Poldex stworzyła tzw. kopalnię lightcoinów, odwołując się do swojego mitu założycielskiego i pomysłu otwarcia polskiej kopalni złota na Madagaskarze w celu testowania alternatywnych źródeł finansowania działalności kulturowej oraz społecznej⁸. Najnowszy projekt Simona Denny’ego (z Lindą Kanthev) prezentowany na 9 Berlin Biennale, instalacja *Blockchains Visionaries* (2016), składa się z trzech stoisk wirtualnych startupów — cyfrowych platform walutowych Ethereum, 21 Inc. i Digital Asset Holdings. Wykorzystująca formułę marketingowej autoprezentacji praca oferuje wizję przyszłości rozwoju świata wirtualnego pieniądza. Zdaniem Simona Denny’ego: „Dla wielu przedsiębiorców, dziennikarzy, myślicieli i artystów *blockchain* zainicjował refleksję na temat ewolucji liberalizmu gospodarczego i przyszłości państw narodowych, nadzoru, planowania, regulacji, autonomii, rządów i innych podstawowych tematów. Pomysł, że program komputerowy może zastąpić prawa przez rozproszoną sieć, że wszyscy i nikt nie jest właścicielem, to wielka idea”. I tak bitcoin może być uważany nawet za najważniejszą konceptualną pracę XXI wieku⁹.

.pdf (dostęp 30.07.2016).

8 Zob. <http://cowidac.artmuseum.pl/pl/artist/goldex-poldex> (dostęp 30.07.2016).

9 Cyt. za: Michelle Lhooq, *Is Bitcoin Just Conceptual Art?*, http://thecreatorsproject.vice.com/en_uk/blog/is-bitcoin-just-conceptual-art (dostęp 30.07.2016).

ATENCJA JAKO NOWA WALUTA

W 2014 roku Amalia Ulman zrealizowała za pośrednictwem mediów społecznościowych — Instagrama i Facebooka — pięciomiesięczny projekt *Excellences & Perfections*, w którym urzeczywistniała pragnienia i fantazje młodej dziewczyny aspirującej do świata luksusu. Wykreowany obraz ostentacyjnej, luksusowej konsumpcji, wykorzystujący kody bogactwa takie jak haute couture czy haute cuisine i odwołujący się do rzeczywistych profili bogatych kobiet wydawał się być kolejnym takim kontem. Sugerowałyby to narcystyczne selfie czy charakter wpisów — m.in. „I only accept apologies in cash”. Dopiero po zakończeniu akcji artystka poinformowała, że był to projekt artystyczny online. Wirtualna postawa *living the life*, estetyzująca życie codzienne w wydaniu *high life*, przyciągnęła uwagę 89 244 użytkowników. Obecnie Instagram Amalii Ulman śledzi 122 tysiące osób i właśnie to zainteresowanie (atencja — z ang. *attention*) staje się nową walutą świata online¹⁰.

Kreując się i tworząc iluzję — #rich #richness #richlife #richkids #richie #richlifestyle #riches #richbitch #richforever #richgirl #richandfamous #wealth #wealthy #wealthylife #gold #money #moneyflip #moneyflow — użytkownik dąży do nawiązania pośredniej interakcji na jak największą skalę, chociażby przez kupowanie lajków, postów sponsorowanych itd. Liczy się widzialność, a nawet nadwidzialność, która w efekcie może mieć (i zdecydowanie ma) przełożenie finansowe. Każda treść, która zaczyna funkcjonować w przestrzeni wirtualnej, niesie ze sobą potencjał inwestycyjny. Ci twórcy, którym udaje się skupić uwagę internautów, potrafią samoistnie wygenerować bogactwo. I tak w polskiej przestrzeni internetowej w ten sposób wzbogacili się: Maffashion — blogerka moda, autorka *Maffashion* (662 tysiące fanów na Facebooku, 189 tysięcy użytkowników śledzących na Snapchacie); reZiigusz — lifestylowy youtuber recenzujący gry komputerowe, twórca www.youtube.com/user/reZIPlayGamesAgain (455 milionów wyświetleń autorских filmów); Dawid Kwiatkowski (310 tysięcy obserwujących na

10 Gene McHugh, *The Development of Attention as Currency*, http://www.linkartcenter.eu/public/editions/Gene_McHugh_Post_Internet_Link_Editions_2011.pdf (dostęp 30.07.2016).

Instagramie, 181 tysięcy subskrybentów na YouTube, 341 tysięcy fanów na Facebooku).

Statystyki to jedna z walut, którymi posługują się „władcy”, zwani liderami opinii lub influencerami. Ich siła nie polega na suchych liczbach, które przetwarzane reklamowo komunikują wybrane cechy produktów — sprawiają, że ludzie odbierający te treści wykonują to, o co zostaną poproszeni. Oprócz bogactwa statystycznego władcy uwagi wygrywają również sławę (fejm), szacunek, uznanie i uwielbienie. Jedno wyświetlenie wybranego przekazu z udziałem influencera jest 10-krotnie więcej warte niż to zakupione poprzez system — „92% konsumentów ufa opiniom innych osób, nawet takich, których nie zna osobiście”¹¹.

Każdą złotówkę możemy zamienić na określone działanie w przestrzeni wirtualnej, posługując się oficjalnymi narzędziami dostarczonymi przez firmy takie jak Facebook lub Google. Dzięki temu idea, usługa, produkt lub osoba otrzymuje płatną uwagę, którą — jak w kantorze — można wymienić na różne nowe „waluty”: odsłonę, czyli wyświetlenie w wybranym przez użytkownika miejscu; zasięg, czyli liczbę ludzi, do których chcemy dotrzeć; zaangażowanie, czyli kliknięcie w eksponowany link, polubienie posta, podzielenie się nim z przyjaciółmi lub dodanie komentarza; dokonanie zaplanowanej z góry akcji. Ten sposób wymiany zakłada, że każda treść w przestrzeni wirtualnej posiada określoną wartość. Kantor, czyli system wymiany waluty materialnej na ekspozycję internetową sam nie generuje bogactwa. Jest raczej narzędziem umożliwiającym precyzyjne sprawdzenie, czy treść, którą sami stworzyliśmy, jest godna inwestycji i daje możliwość łatwego pomnożenia zysków. To właśnie precyzyjne dotarcie jest kluczem do znalezienia takiego kursu waluty, który sprawi, że zwrot z inwestycji będzie satysfakcjonujący. Jak działa ten mechanizm? Zarówno Google, jak i Facebook monitorują każdy nasz ruch w internecie. Wiedzą, co lubimy, w co klikamy, co kupujemy, czego szukamy, za co płacimy (karta kredytowa = dowód tożsamości!). Na tej podstawie tworzone są matryce danych i profilowane behawioralnie poszczególne grupy docelowe. Dzięki temu można precyzyjnie dotrzeć z przekazem

na przykład do rodziców dzieci w wieku 0–6 lat, którzy właśnie są w podróży i lubią jeść banany. Liczba przetwarzanych jednocześnie danych jest ogromna, tak że najnowsze narzędzia pozwalają na znajdowanie klonów behawioralno-demograficznych! Według dostępnych badań taki rodzaj generowania uwagi daje średnio szesnastokrotny zwrot z inwestycji. Pieniądze wymieniamy na uwagę, uwagę na ruch, ruch na akcję w postaci zakupu w sklepie, zakup wymieniamy na pieniądze.

Ten proces dematerializacji bogactwa spowodowany był eksplozją internetu pod koniec lat dziewięćdziesiątych, co przyspieszyło i umożliwiło przemieszczanie się bogactwa oraz tworzenie bogactwa wszędzie¹². Wiele sfer życia uległo digitalizacji — wykształciły się nowe relacje społeczne, struktury, wartości i nowe symbole bogactwa — abstrakcyjne słupki i cyfry, stockowe reprezentacje, wirtualne gify, w których animowane złoto błyszczy (bling bling), hipnotyzuje, fascynuje, mami i łudzi. Pojawiły się również nowe wirtualne waluty: bitcoin i uwaga. I tak dla pokolenia Z, urodzonego pomiędzy 1995 a 2005 rokiem, relacje w realu versus relacje w wirtualnej rzeczywistości mają takie samo znaczenie. Doświadczenia indywidualne nie mają wartości, jeśli nie jesteśmy w stanie się nimi podzielić i uzyskać zainteresowania użytkowników internetu. To właśnie uwaga i jej wskaźniki (liczba polubień, liczba followersów itp.) mówią dziś o tym, czy jest się człowiekiem bogatym, czy nie. Jednocześnie pokolenie Z charakteryzuje myślenie alternatywne wobec rzeczywistości. Świadome tego, jakie zasady obowiązują w cyfrowym świecie, doskonale wykorzystuje dostępne narzędzia i realizuje własne wewnętrzne cele. Jest to bowiem nowy gatunek człowieka — nieuznający granic, robiący to, co chce (w sieci).

Nowy wirtualny wymiar bogactwa charakteryzuje nieprzerwana płynność, niewidzialność i mobilność — inwestycji dokonuje się w przeciągu milisekund — a jednocześnie jest ono nierozdzielnie związane ze smartfonem i uwagą. Dziś bogactwo = „break the internet”. „Nie ma nic szczególnie realistycznego w dzisiejszym świecie. To świat, w którym inwestowanie w fikcję jest bardziej opłacalne niż stawianie na rzeczywistość”¹³.

12 Alvin i Heidi Toffler, op. cit., s. 91.

13 DIS, *The Present in Draç*, w: *9 Berlin Biennale for Contemporary Art in Berlin*, kat. wyst., DISTANZ, Berlin 2016, s. 55.

Katarzyna Kołodziej — historyczka sztuki, kuratorka, producentka wystaw. Od 2011 roku w zespole kuratorskim Zachęty — Narodowej Galerii Sztuki w Warszawie

KOMORNICKA

MAGDALENA



ŻYCIE CODZIENNE W

**KULTURZE POLSKIEJ
W LATACH 2009–2016**



W pokoju siedzi czterech artystów¹ i wspólnie odsłuchują nagranie z automatycznej sekretarki telefonu. Wiadomość zostawiła im pani z instytucji kultury. Dzwoniła, by zaprosić grupę Azorro do wzięcia udziału w „prestizowym projekcie bez budżetu”. Przedstawicielom instytucji nie udało się pozyskać środków na katalog, nie mogą też wypłacić artystom honorariów ani zwrócić kosztów podróży i zakwaterowania, liczą jednak na to, że grupa nie zrazi się tymi warunkami i weźmie udział w projekcie, bo „wystawa będzie naprawdę prestiżowa”. Artyści wybuchają śmiechem.

Żart zawarty w opisanym powyżej wideo *Propozycja* z 2002 roku jest nadal aktualny, choć trochę się przez ostatnie lata zmieniło. Jest też nadal niezwykle sugestywny. Być może dlatego, że bliżej mu do humoru i dystansu do siebie bohaterek seriali *Broad City*, *Dwie splekane dziewczyny* czy *Dziewczyny* — przedstawicielki nowego prekariatu² — niż do powagi lewicowych dyskursów czy nadęcia neoliberalnych haseł, przez pryzmat których postrzegane są problemy artystów i twórców kultury.

Wykorzystując aktualną terminologię, muszę określić się jako robotnica sztuki. Jestem nią od dziesięciu lat, przez pierwsze sześć lat byłam prekariuszką (w jednej z największych i najważniejszych instytucji kultury w Polsce!). Od czterech lat mam umowę o pracę, od roku umowę o pracę na czas nieokreślony. Moje wynagrodzenie jest właśnie takie, jak podają gazety: poniżej średniej krajowej, zaś czas pracy w zasadzie nieograniczony (mimo że obowiązuje mnie ustawy 8-godzinny) — jestem zatem również, jakby to nazwano w Małopolsce, „dziadem kultury”. Ale bywam też niestety taką panią jak ta, która nagrała się na automatyczną sekretarkę grupy Azorro... A więc jestem zarówno osobą „eksploatowaną”, jak i „eksploatującą” i odgrywam podwójną rolę w dyskusji, którą poniżej przybliżam.

- 1 Wojciech Niedzielko, Igor Krenz, Łukasz Skąpski i Oskar Dawicki, wchodzący w skład grupy Azorro.
- 2 Adam Kruk, *Bieda to nowe bogactwo*, „Dwutygodnik”, nr 147, listopad 2014, <http://www.dwutygodnik.com/artyku/5573-bieda-to-nowe-bogactwo.html> (dostęp 30.07.2016).

1.

W rozważaniach o sytuacji artystów jednym z najczęściej przywoływanych teoretyków jest holenderski artysta i ekonomista Hans Abbing. W swojej książce³ stawia tezę, że dzisiejszy status społeczny artysty wynika z przekonań pochodzących jeszcze z XIX wieku, kiedy to „artyści włączyli do etosu sztuki przekonanie, że ich drugą naturą jest poświęcenie się dla tejże”, a odrzucenie komercyjności było tego konsekwencją. I tak dzisiejsze społeczeństwo uznaje, że artystom bieda służy, a pragnienie zysku niekorzystnie odbija się na ich sztuce. Zdaniem Abbinga w XIX wieku zostały zakorzenione do dziś funkcjonujące w świadomości masowej hasła takie jak „sztuka dla sztuki” czy „wszystko dla sztuki” oraz przekonanie, że pracownicy sztuki poświęcają się sztuce podobnie jak artyści — są to bowiem zawody misyjne, wynikające z pasji. „Wysoka symboliczna wartość sztuki nie tylko jest zbudowana na biedzie i poświęceniu artystów, ale także do nich przypisana” — pisze Abbing w innym tekście⁴. Dzisiejszej słabej pozycji artystów i ich eksploatacji winne jest zatem reprodukowanie owego etosu. Autor artykułu radzi, by artyści i teoretycy sztuki zrewidowali swoje negatywne podejście do „umiarkowanych form przedsiębiorczości” i osiągania zysku w sztuce i wśród samych artystów. Jego zdaniem przedsiębiorczość artystów nie może być dziś uznawana za coś złego, a nadzieję na zmianę obecnego *status quo* daje edukacja artystyczna.

Dyskusja o sytuacji bytowej artystów, która odbywa się w ostatnich latach w Polsce, sprowadza się w dużej mierze do założenia, że różne rodzaje pracy wymagają różnych rozwiązań prawno-urzędowych i starań w kierunku ich opracowania i wdrożenia. Ponieważ działalność twórcza to nie działalność gospodarcza, dopiero doprowadzenie do określenia sytuacji ludzi sztuki jako pracowników, nazwanie twórczości artystycznej pracą w rozumieniu wykonywanej czynności, a nie wytworu (pracy-dzieła sztuki), pozwoli na pełne zrozumienie problemów, a w konsekwencji przeciwdziałanie ich przyczynom. Sektor kultury, często nazywany dziś przemysłem kreatywnym, nie jest w Polsce monitorowany. Nie ma też wiarygodnych badań ani

3 Hans Abbing, *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2004.

4 Idem, *Eksploatacja biednych artystów w świecie sztuki*, w: *Czarna księga artystów polskich*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2015.

statystyk, do których można się odnieść. Mówi się o „prekarności” pracowników sztuki, podkreślając ich niepewność bytową, o uprzemysłowieniu kultury i twórczości artystycznej (era kreatywna), o pauperyzacji i nadprodukcji w sztuce (przesyt, nadprodukcja, nadmiar). Rynek sztuki określany jest jako słabo rozwinięty, raczkujący lub wręcz nieistniejący. Kuba Szreder w jednym ze swoich wystąpień powiedział wprost: „Większość artystów żyje w biedzie”, powołując się na dane z krajów, w których rynek funkcjonuje, a i tak zapewnia dochód tylko 10% czynnych artystów. W Holandii 40% artystów żyłoby poniżej granicy ubóstwa, gdyby zarabiała tylko na sztuce, a 94% zarabia mniej niż robotnicy. W Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej odsetek biednych wśród artystów szacuje się na 60–80%, a w Berlinie 40% artystów żyje poniżej minimum socjalnego⁵. Inne często cytowane dane pochodzą z książki Dona Thomsona, który szacuje, że w Nowym Jorku i Londynie w sumie żyje ok. 80 tysięcy twórców, z czego 75 ma status gwiazdy i milionowe zarobki (np. według doniesień medialnych majątek Damiena Hirsta wyceniany jest na miliard dolarów, a majątek Jeffa Koonsa na 500 milionów dolarów), 300 ma ugruntowaną pozycję międzynarodową i zarobki na poziomie kilkuset tysięcy dolarów, a 5 tysięcy jest docenionych przez lokalny rynek, ale musi podejmować dodatkowe prace, żeby się utrzymać⁶. Zostaje 74 625 osób...

Średnia pensja w wysokości 3000 zł brutto w sektorze kultury⁷ dotyczy właściwie wyłącznie etatowych pracowników instytucji. Jest to od lat najmniej zarabiająca grupa zawodowa w Polsce (najwięcej zarabia się w sektorze IT, telekomunikacji i bankowości). Podkreśla się, że pracownicy kultury, mimo bardzo wysokich kompetencji i kwalifikacji, akceptują dochody poniżej średniej krajowej. Jednak chętnych do pracy w „branży kreatywnej” wciąż przybywa. Z badań

5 *Czy artysta musi być biedny i kto jest temu winien? — zapis dyskusji podczas walnego zebrania OFSW*, <http://forumsztukiwspolczesnej.blogspot.com/2012/04/czy-artysta-musi-byc-biedny-i-kto-jest.html> (dostęp 30.07.2016).

6 Don Thomson, *The Supermodel and the Brillo Box: Back Stories and Peculiar Economics from the World of Contemporary Art*, Palgrave Macmillan, New York 2014.

7 Dane z Ogólnopolskiego Badania Wynagrodzeń przeprowadzonego przez Sedlak & Sedlak w 2015 roku.

GUS wynika, że w latach 2008–2013 liczba absolwentów szkół artystycznych wzrosła o 74,1%. Ale też, że 20% absolwentów wyższych szkół artystycznych nie pracuje w zawodzie.

2.

Początkiem tej historii jest VI Kongres Kultury Polskiej, który odbył się we wrześniu 2009 roku, a sednem właściwie wszystko to, co wydarzyło się później. Obrady Kongresu miały być okazją do odpowiedzi na pytania o polską kulturę w dwudziestolecie transformacji społecznej i ustrojowej, celem nakreślonym przez organizatorów — debata nad ówczesną oraz przewidywaną kondycją polskiej kultury, a w konsekwencji wskazanie zaleceń i propozycji reform dla tego sektora. Kongres został jednak uznany za atak ekonomistów i urzędników na podstawy powszechnego wymiaru kultury, co doprowadziło do mobilizacji środowiska.

Mimo że powołano budzący nadzieję Komitet Obywatelski Mediów Publicznych, którego celem miało być opracowanie projektu nowej ustawy o mediach publicznych i wyłączenie ich spod kontroli politycznej, Kongres przyniósł raczej rozczarowanie. I tak powstał pomysł, żeby zebrać przedstawicieli środowiska sztuk wizualnych i stworzyć grupę, która będzie głosem twórców w sprawach kluczowych dla kultury. 1 grudnia 2009 roku odbyło się spotkanie założycielskie Obywatelskiego Forum Sztuki Współczesnej (OFSW), a w lutym 2010 roku zawiązał się ruch społeczny Obywatele Kultury. Dzięki tym dwóm inicjatywom i kilku charyzmatycznym postaciom w ciągu ostatnich lat rozpoczęła się nie tylko dyskusja, ale i podjęte zostały działania na rzecz poprawy sytuacji bytowej artystów oraz zmiany polityki kulturalnej państwa — poprzez skupienie się na rozwoju czytelnictwa, edukacji kulturalnej oraz zapewnieniu równego i otwartego dla wszystkich dostępu do kultury.

Powstanie Obywatelskiego Forum Sztuki Współczesnej zainicjowała grupa artystów, krytyków, historyków sztuki, kuratorów, dyrektorów instytucji kultury⁸. Bez wątplenia *spiritus movens* tego środowiska,

8 Inicjatorami OFSW byli: Mirosław Bałka, Waldemar Baraniewski, Łukasz Gorczyca, Piotr Krajewski, Zbigniew Libera, Dorota Monkiewicz, Agnieszka Morawińska, Joanna Mytkowska, Piotr Piotrowski, Andrzej Przywara, Anda Rottenberg, Karol Sienkiewicz, Monika Sosnowska,

od początku jego istnienia do dzisiaj, są artystka Katarzyna Górna i krytyk sztuki Karol Sienkiewicz. Forum postawiło sobie jasne cele: dbać o transparentność polityki kulturalnej (konkursy na stanowiska dyrektorów instytucji kultury), doprowadzić do objęcia artystów systemem ubezpieczeń emerytalnych i zdrowotnych, zagwarantować bezwarunkowe wypłacanie wynagrodzeń dla artystów przez instytucje zapraszające ich do udziału w wystawach i działać na rzecz zdefiniowania statusu zawodowego artystów w Polsce.

Tymczasem nieformalny ruch Obywatele Kultury w maju 2010 roku pod hasłem „1% na kulturę” rozpoczął zbieranie podpisów pod społecznym projektem Pakt dla Kultury. Zakładał on wzrost nakładów na kulturę, ale dystrybuowanych z myślą o poszerzeniu dostępu do kultury. „Rząd, poprzez odpowiednie działania we współpracy z sygnatariuszami Paktu, doprowadzi do osiągnięcia poziomu co najmniej 1% nakładów na kulturę w budżecie państwa, poczynając od roku 2012 w perspektywie do 2015 roku”⁹. W Pakcie podkreślano konieczność kształcenia kompetencji językowych, komunikacyjnych, medialnych i artystycznych dzieci i młodzieży, określono instytucje kultury jako gwaranta wolności twórczej i zapewniono im autonomię programową, zainicjowano prace nad nową ustawą medialną, zabezpieczono istnienie bezpłatnej domeny publicznej (cyfryzacja dziedzictwa kulturowego) oraz wieloletnich programów rozwoju czytelnictwa, rozwój nowoczesnej infrastruktury bibliotek, mediatek i ośrodków aktywności kulturalnej i obywatelskiej w gminach. Po dwóch latach pracy nad jego treścią dokument został podpisany przez premiera Donalda Tuska 14 maja 2012 roku¹⁰. Nad

Jarosław Suchan, Monika Szewczyk, Aneta Szytak, Hanna Wróblewska i Artur Żmijewski. Dzisiaj w Forum działają głównie artyści.

- 9 Proces ten okazał się dużo dłuższy. 21 lipca 2016 Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego Piotr Gliński w wywiadzie dla TVP Kultura zapowiedział, że w 2017 roku wypełni zobowiązanie wynikające z Paktu dla Kultury i budżet na kulturę osiągnie 1% budżetu państwa.
- 10 Sygnatariuszami Paktu dla Kultury są m.in. Donald Tusk, Michał Boni, Edwin Bendyk, Jarosław Lipszyc, Beata Chmiel, Tomasz Janowski, Krzysztof Knittel, Krzysztof Krauze, Ewa Łabno-Fałęcka, Paweł Łysak, Krzysztof Materna, Dorota Olejnik, Agnieszka Holland, Piotr Frączak, Katarzyna Kozyra, Krzysztof Warlikowski, Jerzy Hausner, Andrzej Mencwel. Treść paktu zob. http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/2015/20150422_Tekst_Paktu_dla_Kultury.pdf (dostęp 30.07.2016).

sposobem realizacji Paktu i opiniowaniem wydatkowania środków finansowych pod kontrolą społeczną i zgodnie z zasadami przejrzystości miały czuwać: Zespół ds. Paktu przy Kancelarii Prezesa Rady Ministrów (złożony z przedstawicieli administracji rządowej, samorządów terytorialnych, organizacji społecznych oraz Obywateli Kultury) oraz Komitet ds. Paktu przy Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego (z przedstawicielami organizacji społecznych, instytucji kultury, związków twórczych, samorządu i administracji rządowej). Był to wielki obywatelski sukces, budzący nadzieję na zmiany.

Pakt został krytycznie przyjęty przez środowisko związane z OFSW, ponieważ nie zawierał zapisów dotyczących zabezpieczenia bytowego twórców i nie uwzględniał postulatów Forum. Można więc przyjąć, że w 2012 roku ujawnił się rozłam, którego przyczyną były odmienne priorytety Forum (skoncentrowanego na sprawach artystów) i ruchu Obywateli Kultury (podkreślającego rolę edukacji kulturalnej i szerokiego dostępu do kultury, a więc skoncentrowanego na odbiorcach). Pewien radykalizm Forum, którego członkowie zdają się czasem nie dostrzegać znaczenia edukacji kulturalnej jako czynnika wpływającego na poprawę sytuacji bytowej twórców (choć znaczenie edukacji podkreśla cytowany zgodnie przez całe środowisko Hans Abbing), osłabia ich postulaty, a mnie samą na jakiś czas zniechęcił do wspierania ich inicjatyw i osłabił entuzjazm, z jakim początkowo im kibicowałam.

W marcu 2012 roku Forum zorganizowało w Zachęcie ważną debatę: *Czy artysta musi być biedny i kto jest temu winien?*, a następnie skierowało list do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego Bogdana Zdrojewskiego, grożąc strajkiem, jeśli Ministerstwo nie podejmie rozmów o poprawie sytuacji socjalnej artystów. Pismo pozostało bez odpowiedzi, dlatego 24 maja 2012 roku odbył się strajk pod hasłem Dzień bez Sztuki, w ramach którego na jeden dzień zamknięto 50 galerii w całym kraju. Strajk był bez wątpienia ważną i słuszną inicjatywą, ale odnoszę wrażenie, że nie miał wystarczającej skali i rozmachu.

Rok 2013 przyniósł kolejne protesty i pierwsze wystawy podejmujące zagadnienie statusu artystów¹¹; zawiązała się także Komisja Śró-

11 *Wolny strzelec*, maj–sierpień 2013, Zachęta — Narodowa Galeria Sztuki, kuratorka: Ewa Toniak; *Workers of the Art World United*, październik–grudzień 2013, Galeria Kronika, Bytom, kurator: Stanisław Ruksza.

dowiskowa Pracownicy Sztuki w ramach Ogólnopolskiego Związku Zawodowego Inicjatywa Pracownicza. Od tej chwili Komisja będzie nowym narzędziem Forum do walki o prawa dla pracowników kultury i sztuki.

Kolejnym ważnym wydarzeniem i sukcesem Forum było podpisanie w lutym 2014 roku porozumienia w sprawie minimalnych wynagrodzeń dla artystów i artystek z pięcioma instytucjami: Zachętą — Narodową Galerią Sztuki, Muzeum Sztuki w Łodzi, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski i Galerią Miejską Arsenał w Poznaniu. Do maja porozumienie podpisało jeszcze pięć kolejnych instytucji. Gwarantuje ono artystom wynagrodzenie w określonej wysokości za udział w wystawach zbiorowych (800 zł brutto) i indywidualnych (1200 zł brutto za małą wystawę-projekt, 3700 zł brutto za większą wystawę). W mojej prywatnej historii był to też moment, kiedy bardziej zaczęła mi doskwierać podwójna rola „eksploatowanej” i „eksploatującej”. Czułam się zmęczona negocjowaniem każdego wynagrodzenia i każdej faktury, by zmieścić się w budżecie wystawy (zawsze za małym) i sfrustrowana ciągłym tłumaczeniem (także artystom) ograniczeń finansowych instytucji. Miałam wtedy poczucie, że walczymy o artystów, o odbiorców, ale nie walczymy o siebie i tylko sytuacja pracowników instytucji kultury nie ulega zmianie. Z perspektywy czasu widzę, że porozumienie przyniosło obopólne korzyści, choć początkowo martwiłam się o to, jak na kształt wystaw grupowych wpłynie fakt, że od teraz 5–10% ich budżetu trzeba będzie przeznaczyć na wynagrodzenia. Nie wiem, jakie były motywacje innych instytucji, ale trzeba zauważyć, że niektóre, jak np. MOCAK w Krakowie, zdecydowanie odmówiły podpisania porozumienia.

W październiku 2014 roku, po wrześniowej imprezie galerii komercyjnych Warsaw Gallery Weekend i pokazie filmowym *High Price* w Muzeum Sztuki Nowoczesnej, na łamach prasy miała miejsce polemika członków Komisji Środowiskowej Pracownicy Sztuki i Forum Obywatelskiego Sztuki Współczesnej (Mikołaj Iwański¹²) z założeniami tekstu kuratorskiego do pokazu (Zofia Płoska, Łukasz

12 Mikołaj Iwański, *Artyści nie potrzebują filantropii*, http://wyborcza.pl/1,75410,16742060,Artysci_nie_potrzebuja_filantropii.html (dostęp 30.07.2016).

Ronduda¹³). „Artystyczna refleksja nad relacją ekonomii i sztuki oraz strategiami radzenia sobie z biedą to zjawisko w polskiej sztuce, które analizujemy w ramach pokazu *High Price*” — piszą kuratorzy. A Iwański ripostuje: „Kiedy przygotowaliśmy strajk artystów w 2012 roku, mieliśmy przekonanie, że rozpoczyna się długi marsz w kierunku realizacji najbardziej elementarnych postulatów — dziś jesteśmy naprawdę zdecydowanie dalej. Wskazywanie na indywidualne strategie radzenia sobie z materialnymi warunkami pracy przez artystów — jak robią to Ronduda i Płoska — jest tak naprawdę próbą zawracania pozytywnych procesów do punktu wyjścia”.

W latach 2014–2015 odbyło się wiele spotkań członków Forum z przedstawicielami Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w celu kontynuowania rozmów o zabezpieczeniach socjalnych dla twórców.

3.

Przełom 2014 i 2015 roku przyniósł raport¹⁴, który może stanowić uzupełnienie do *Czarnej księgi polskich artystów*¹⁵. *Czarna księga* (notabene wydana dzięki dofinansowaniu MKiDN) to przewodnik po aktualnej sytuacji w dziedzinie teorii kulturoznawczych, analiz socjologicznych i ekonomicznych, legislacji oraz swoiste podsumowanie dotychczasowych działań OFSW (a także jedno z podstawowych źródeł tego tekstu).

25 października 2015 odbyły się wybory parlamentarne, które wygrała partia Prawo i Sprawiedliwość. Nowym Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego (i wicepremierem) został Piotr Gliński, który zapowiedział zmiany w polityce kulturalnej państwa.

13 Zofia Płoska, Łukasz Ronduda, *Ekwiwalent pieniężny. Artyści mówią o ekonomii podczas Warsaw Gallery Weekend*, http://wyborcza.pl/1,76842,16711245,Ekwiwalent_pieniezny__Artysci_mowia_o_ekonomii_podczas.html (dostęp 30.07.2016).

14 *Fabryka sztuki*, red. Michał Kozłowski, Jan Sowa, Kuba Szreder, Wolny Uniwersytet Warszawy, Bęc Zmiana, Warszawa 2014.

15 *Czarna księga artystów polskich*, red. Katarzyna Górna, Karol Sienkiewicz i in., Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Obywatelskie Forum Sztuki Współczesnej, Warszawa 2015.

5 marca 2016 roku opublikowano wyniki przyznawania dotacji w ramach programu MKiDN na zakupy dzieł do Narodowych i Regionalnych Kolekcji Sztuki Współczesnej. W priorytecie „Regionalne kolekcje” funduszy na zakup dzieł nie dostały ośrodki, które od lat konsekwentnie budowały bardzo interesujące zbiory, służące lokalnym społecznościom¹⁶. W priorytecie „Narodowe kolekcje” żadna z czterech uprawnionych do wystąpienia o dotacje placówek (Muzeum Sztuki w Łodzi, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Muzeum Współczesne Wrocław, MOCAK) nie otrzymała środków na zakup dzieł do kolekcji, co było głośno i szeroko komentowane. Wydawało się, że jeden z programów wynikających z Paktu został zlikwidowany. Warto podkreślić, że środki na zakup dzieł do kolekcji to w pewnym sensie również środki dla artystów, od których dzieła są kupowane, tak więc te decyzje mają daleko idące konsekwencje.

21 marca tego roku Ministerstwo zawiadomiło o planowanej likwidacji Zespołu ds. Paktu przy KPRM, Komitetu Społecznego ds. Paktu oraz Rady Organizacji Pozarządowych, deklarując chęć powołania jednego organu pomocniczego (realizującego działania wszystkich tych ciał) przy MKiDN, który miał powstać w partnerskim dialogu i przy konsultacjach społecznych. Jednak nowe zasady współdziałania ze stroną społeczną, regulowane dotąd przez Pakt, nie zostały do dziś określone.

Za to 1 lipca 2016 ogłoszono nabór do nowego priorytetu w ramach programu Kolekcje (priorytet 5 — „Narodowe zbiory sztuki współczesnej”), mający podobne cele i skierowany do tych samych instytucji co poprzedni.

„Uważajcie, coś się zaczęło w Lublinie” — taki wpis pojawił się 23 maja na Facebooku Obywateli Kultury. W Galerii Labirynt w Lublinie 20 maja została otwarta wystawa *DE-MO-KRA-CJA* (kurator: Waldemar Tatarczuk), która postawiła nowe pytania. Czym tak naprawdę jest demokracja? Czy w obecnej sytuacji społeczno-politycznej w Polsce możemy mówić o jej zagrożeniu? Jaką rolę pełni w demokracji sztuka? Wystawie towarzyszyła spontaniczna

16 Zachęta po złożeniu odwołania w priorytecie „Regionalne kolekcje” (uzyskaliśmy wystarczającą liczbę punktów, by móc je złożyć) otrzymała 37% wnioskowanej sumy. Brakującą kwotę udało się pozyskać dzięki akcji crowdfundingowej odwołującej się do historii tej instytucji — zbiórki publicznej.

(bo zorganizowana w miesiąc) dwudniowa debata (21–22 maja), w której wzięli udział artyści, teoretycy i krytycy sztuki, filozofowie, a także dyrektorzy i pracownicy instytucji kultury. W czasie tej debaty zakiełkował pomysł zorganizowania kolejnego Kongresu Kultury.

Kongres Kultury zwoływano w najważniejszych momentach naszej współczesności [...]. Kongres zawsze był diagnozą stanu ducha obywateli Rzeczypospolitej, wyzwaniem rzuconym politykom przeciwko rozbiorowi tego, co wspólne. I każdy przynosił zmianę [...]. W poczuciu dramatyzmu chwili, zatrwożeni językiem nienawiści i pogardy, narastaniem ksenofobii i aktów przemocy z powodów różnic kulturowych, religijnych i rasowych, świadomi głębokich wstrząsów, jakich doświadcza życie społeczne i sfera publiczna nie tylko w Polsce, w obronie wolności i praw apelujemy o wsparcie idei zwołania Kongresu Kultury, o wzięcie udziału w całej Polsce w przygotowaniach Kongresu i w samym Kongresie, który odbędzie się w Warszawie w dniach 7–9 października 2016 roku”

— głosi wezwanie do Kongresu. Co on przyniesie i jakie będą jego konsekwencje, dopiero się dowiemy.

4.

Moim założeniem było zaprezentowanie najważniejszych wydarzeń i postaci, podjętych działań, polemik i tekstów dotyczących sytuacji bytowej i problemów polskich artystów oraz kondycji kultury w ciągu ostatnich siedmiu lat. To z konieczności wybór spośród wielu inicjatyw i podjętych kroków (np. pomijam liczne mniejsze inicjatywy i protesty lokalne). Moja relacja z dyskusji jest też w pewnym stopniu ich uproszczeniem, bo skupiam się na środowisku zajmującym się sztukami wizualnymi, którego jestem częścią, natomiast pomijam środowisko muzyczne, tancerzy, pisarzy, filmowców, środowiska literackie oraz problemy środowiska naukowego (Obywatele Nauki). Pomijam spór o ACTA czy niedawną walkę Obywatelki Kultury o media publiczne. Dużo się działo w kulturze i w sprawie kultury! Bez wątplenia w ostatnich latach nastąpiła ewolucja postrzegania funkcji kultury w Polsce i wiele się zmieniło, podobnie jak zmieniała się moja osobista sytuacja jako pracownika instytucji kultury. W przytoczonej dyskusji moja pozycja jest jednak uprzywilejowana i należy o tym pamiętać. Pracuję w jednej z największych instytucji kultury

w Polsce, w dużym mieście. Mam umowę o pracę, świadczenia socjalne, ubezpieczenie zdrowotne, ba!, nawet prywatny pakiet medyczny. Moja pensja, choć stosunkowo mała, jest jednak wyższa niż w wielu innych instytucjach. Budżety wystaw, którymi operuję, choć stosunkowo małe, są jednak wyższe niż w wielu innych instytucjach. Przed nami jeszcze długa droga. Gdyby dzisiaj grupa Azorro dostała propozycję wzięcia udziału w „prestizowym projekcie”, to może w kilku instytucjach wypłacono by im minimalne honoraria, ale na katalog ciągle mogłoby nie starczyć...

Tytuł eseju jest parafrazą tytułu książki Wilhelma Sasnala *Życie codzienne w Polsce w latach 1999–2001*, Raster, Warszawa 2001.

Magdalena Komornicka — historyczka sztuki, kuratorka, producentka wystaw. Od 2006 roku związana z Zachętą — Narodową Galerią Sztuki w Warszawie, od 2012 w zespole kuratorskim

POSŁOWIE

Galeria Narodowa w Pradze w ramach obchodów 220 rocznicy swego powstania zorganizowała wystawę zatytułowaną *Generosity. The Art of Giving*¹. Historia instytucji, jej rozwój, budowa wielu z jej kolekcji została pokazana z tej właśnie perspektywy — hojności i związanych z nią pojęć: daru, wspólnoty, dzielenia się. Ową politykę hojności przedstawiono zarówno w ujęciu filozoficznym, etycznym, jak i historycznym: od „ojców założycieli”, czyli członków Towarzystwa Patriotycznych Przyjaciół Sztuk (bogatych arystokratów i oświeconych intelektualistów), którzy udostępnili swoje siedziby i zbiory, stawiając sobie za cel podniesienie gustu artystycznego lokalnych społeczności, przez donatorów i fundatorów poszczególnych dzieł i całych kolekcji i hojność instytucjonalną — dzięki czemu muzeum i kolekcja jako własność publiczna są darem wszystkich dla wszystkich — aż po dary zaproszonych do wystawy artystów, komentujących czy kontekstualizujących fragmenty ekspozycji swoimi dziełami, ale też (jak w przypadku Josepha Kosutha) przekazujących swoją pracę w darze instytucji.

Zachęta powstała ponad 150 lat temu. Również u początków jej historii stała grupa fundatorów — przedstawiciele arystokracji i burżuazji, dla których wspólna była chęć dzielenia się. Dziś jako instytucja publiczna jesteśmy finansowani ze wspólnego budżetu — budżetu państwa — ale też nie raz korzystamy z hojności naszych partnerów, sponsorów i przyjaciół, jak choćby ostatnio w akcji crowdfundingowej *Cała Polska buduje...* I staramy się tę hojność odwzajemnić: publiczności i społeczeństwu.

Bogactwo to termin ciągle trochę nierealny. Jak pokazuje książka czy wystawa, dla każdego może znaczyć coś innego — pieniądze, czas wolny, wolność wyboru, uwagę. Opisywane przez socjologów, komentowane przez artystów, tłumaczone na swojski dialekt i zrozumiałe uwarunkowania, ciągle wymyka się klasyfikacji. Parametry

1 *220. výročí Národní galerie v Praze: Velkorysost. Umění obdarovat / 220th Anniversary of the National Gallery in Prague. Generosity. The Art of Giving*, 5.02–3.07.2016, Kinských Palác (wystawa główna), klasztor Świętej Agnieszki Czeskiej, Veletržní palác, Sternberský palác, Salmovský palác, Schwarzenberský palác, Praga; kurator Adam Budak i kuratorzy poszczególnych kolekcji galerii.

bogactwa są nieostre, a nasze uczucia ambiwalentne: marzenia przeplatają się z ironią, która ma nam pomóc w pogodzeniu się z tym, co mamy, czy też z tym, czego nam brak. „Bogactwo — bieda ” — czytamy na rysunku *B Radka Szlagi*. Ale jak uczy nas historia, temu, co bogactwo kreuje, co zostaje po latach, by stać się własnością powszechną (budynkom, dziełom i obiektom), towarzyszy też inny motyw — idea hojności.

Hanna Wróblewska
dyrektorka Zachęty — Narodowej Galerii Sztuki

WYSTAWA

Bogactwo

27.08–23.10.2016

Zachęta — Narodowa Galeria Sztuki

pl. Małachowskiego 3

00-916 Warszawa

zacheta.art.pl

dyrektorka: Hanna Wróblewska

kuratorki: Katarzyna Kołodziej, Magdalena Komornicka

współpraca: Małgorzata Bożyk

realizacja: Krystyna Sielska i zespół

program wydarzeń towarzyszących: Karolina Iwańczyk, Magda Szcześniak,
Stanisław Welbel

KSIĄŻKA TOWARZYSZĄCA WYSTAWIE

Bogactwo. Wizualne reprezentacje i doświadczenie bogactwa we współczesnej Polsce

pod redakcją Katarzyny Kołodziej i Magdaleny Komornickiej

koordynacja wydawnicza: Dorota Karaszewska

projekt graficzny: Poważne Studio

projekt emoji: Rafał Dominik, *LuxoPolo Emoji Set*, 2016

redakcja: Małgorzata Jurkiewicz, Jolanta Pieńkos

pozyskiwanie zdjęć: Małgorzata Bożyk

opracowanie zdjęć: Mesa

druk: Argraf, Warszawa

ISBN 978-83-64714-38-2

© Zachęta — Narodowa Galeria Sztuki, Warszawa 2016

Teksty i projekt graficzny dostępne na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 3.0 Polska

**Komunikacja (z łaciny *communis*) to dzielenie się lub wspólnota.
Komunikacja wytwarza wspólnotę – istotę kultury.**

zdjęcie: ESA/Hubble, Galaktyka NGC 6217 w gwiazdozbiornie Małej Niedźwiedzicy

współpraca medialna:

SZUSTOW.

KULTURA I KOMUNIKACJA

sponsor wernisażu:

Freixenet

patroni medialni:

STOLICA
WARSZAWSKI MAGAZYN ILUSTROWANY

Z ZWYKŁE
Z Y C I E
Z

artinfo.pl



