

DZIEDZICTWO: PRODUKT – SYMULAKRUM – KONSUMPCJA*

KRZYSZTOF KOWALSKI

Nad dziedzictwem panują kontekstualne, a więc zmienne, konwencje. Odciskają one swoje piętno na zawartości dziedzictwa, sposobach jego wizualizacji, prezentacji i narratywizacji. Interpretacja, która jest elementem dziedzictwa, nie jest od nich wolna i ponadto osadza w nim konkretne i zarazem terażniejsze wartości. Dziedzictwo jest bowiem rozumiejącą interpretacją przeszłości, przy równoczesnym jej odniesieniu do wartości¹. To powód, dla którego David Brett przywołuje Nicosą Hadjinicolaou i spopularyzowane przez niego pojęcie *visual ideology*, wiążące wyobraźnię z przeszłością, wartościami i ideologią. Pojęcie to pozwala zauważyć dynamikę konstruowania przeszłości w nowej, inspirującej perspektywie. Symulakrum przeszłości – podobnie jak konkretne malowidło analizowane przez Hadjinicolaou – skupia w sobie formalne i tematyczne elementy, ale czyni to w taki sposób, że powstała kombinacja jest wyrazem totalnej interpretacji świata (ideologią), balansującą między schlebaniem gustom tych, do których ma trafić i/lub tych, od których owo symulakrum jest na różne sposoby zależne². Tak formułowana refleksja stawia problematykę dziedzictwa

KRZYSZTOF KOWALSKI – etnolog, antropolog kulturowy, adiunkt w Instytucie Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. E-mail: kowalski@ces.uj.edu.pl

* Pierwodruk: K. Kowalski, *O istocie dziedzictwa europejskiego – rozważania*, Kraków 2013, s. 115–131. Książka wydana została nakładem Międzynarodowego Centrum Kultury i jest trzecim tomem z serii *Heritologia* pod redakcją J. Purchli. Redakcja dziękuje Autorowi i Wydawcy za wyrażenie zgody na przedruk poniższego tekstu.

¹ Parafraza teorii mitu Leszka Kołakowskiego.

² N. Hadjinicolaou, *Art History and Class Struggle*, London 1978, s. 95.

w obszarze nie tylko semiotyki dziejów, lecz także komunikacji, mediatyzacji, performatywności, a nawet manipulacji.

Wizualizacja, narracyjna topologia i konwencje symulowania przeszłości są istotne w procesie konstruowania dziedzictwa w jego nieliterackiej formie³. W tym sensie dziedzictwo jest relacyjnie powiązaniem zbioru artefaktów, w które zostało wkomponowane określone znaczenie, będące efektem semiotyzującej konwencji. To ona łączy w całość formalnie odległe od siebie elementy i może wkomponować konkretną wartość w różne zbiory obiektów. Dzieje się to zgodnie z zasadą, że dla jednego znaczonego możliwych jest wiele znaczących. W perspektywie Bretta istotna jest więc nie tylko selekcja i jej spójność oraz fabularyzacja, lecz także wybór dokonujący się na głębszym poziomie – ten dotyczący samej konwencji, która decyduje o sposobie fabularyzacji przeszłości w jej najbardziej podstawowym wymiarze.

Dziedzictwo, przeżywane społecznie oraz rozumiane jako coraz istotniejsze pojęcie analityczne humanistyki, jest produktem postępującej modernizacji, która – proponując szybkie i kolejno następujące zmiany interpretacji przeszłości – prowadzi do nieustannie powtarzającej się ich falsyfikacji⁴. Konsekwencją tego faktu jest osłabienie odczuwanej społecznie ciągłości między przeszłością a terażniejszością, co z kolei prowadzi do ciągłego odkrywania przeszłości na nowo, budowania jej kolejnych obrazów i wprowadzania do społecznego obiegu świeżego dziedzictwa. W pamięci społecznej i wyobrażonej historii powtarzające się pęknięcia czasowości, będące efektem kolejnych fal modernizacji, są interpretowane jako cezury dekomponujące i rozcinające tkanekę życia, a przeszłość jest przeżywana jako strata lub rana⁵.

Przeszłość w sensie zasobu jest niezmienna, zamknięta i nieruchoma. Jest niepowiększającym się rezerwuarem źródeł historycznych, wszelakich artefaktów, dóbr kultury i natury. To zaś, co zmienne, to konwencja, która wzajemnie pozycjonuje określone elementy w celu uzyskania najlepszej struktury komunikującej. Przeszłość jest substancją, a dziedzictwo – konwencją, która może wykorzystać albo pojedyncze relikty przeszłości, albo najbardziej złożone systemy istniejących uprzednio wizji przeszłości (nawet sekwencje narracji historycznych, kolekcje muzealne lub ich części). Nie oznacza to jednak, że znaczenie potrzebuje autentycznego obiektu. Wystarczy mu bowiem symulakrum.

Przemysły dziedzictwa zniekształcają przeszłość i nią manipulują⁶. Czynią to na trzy sposoby. Po pierwsze, kładąc akcent na wizualizacji. Po drugie, pre-

³ D. Brett, *The Construction of Heritage*, Cork 1996, s. 8, 88.

⁴ *Ibid.*, s. 8.

⁵ *Ibid.*, s. 9.

⁶ Brett używa określenia *heritage industry*. Do klasycznych prac podejmujących problematykę nowoczesnej teorii turystyki i dziedzictwa należą np.: D.J. Boorstin, *The image:*

zentując i łącząc obiekty zarówno autentyczne, jak i stworzone specjalnie po to, by doświadczać przeszłości (nie bacząc na możliwą nieautentyczność narzędzia). I w końcu, skupiając się na wizualizacji życia, które wokół owych artefaktów mogło tętnić. Konsekwencją tej strategii przywracania przeszłości jest wyłączenie części doświadczenia ludzkiego poza nawias symulacji. Nie poddają się jej bowiem „wojna, wyzysk, głód, choroby czy ustawodawstwo”. Jeśli jednak jej ulegają, prowadzi to do ich banalizacji⁷. Colin Sorenson pisał o patrymonialnej iluzji przeszłości, że jest ona

nie tyle wyrazem zainteresowania historią, którą można rozumieć jako uświadomienie postępującego w czasie procesu przyczyn i skutków, rodzajem chronologicznej sekwencji, ile dużo bardziej jest to ekspresja naglącej potrzeby osiągnięcia bezpośredniej konfrontacji z pewnym momentem w czasie, potrzeba powtórnego wejścia w przeszłe okoliczności [...], w których „realna”, fizyczna, słyszalna i (szczególnie popularna) odczuwana wężem rzeczywistość odległego w czasie „wtedy” staje się obecnym i przekonującym „teraz”⁸.

Niemniej, dziedzictwo wykorzystywane turystycznie nie jest przeniesieniem przeszłości i jej osadzeniem w teraźniejszości, ale ruchem zgoła odwrotnym, w wyniku którego zwiedzający nie pokonują drogi w przestrzeni, tylko w czasie⁹. W złudzenie tej wstecznej transgresji wątpi cytowany właśnie Sorenson, gdy pisze, że do krainy przeszłości nigdy już nie uda się wkroczyć¹⁰.

Przemysły dziedzictwa wykorzystują symulakra przeszłości, których rola społeczna, jak uważa John Urry, jest niebagatelna, gdyż dla dużej części odbiorców są one jedynym źródłem wiedzy o przeszłości. W tym sensie są dopełnieniem i/lub przeciwwagą dla wiedzy historycznej, czerpanej z biografii i powieści historycznych. Często za pośrednictwem symulakr, a nie uniwersytetu, przeszłość

a Guide to Pseudo-Events in America, New York 1964; R. Hewison, *The Heritage Industry*, London 1987; D. MacCannell, *Empty Meeting Grounds. The Tourist Papers*, London 1992. Ponadto: id., *Turysta, nowa teoria klasy próżniaczej*, tłum. A. Wieczorkiewicz, E. Klekot, Warszawa 2002. MacCannell podejmuje kwestie związane z inscenizowaną autentycznością, która jest produktem turystycznym. Vide również: J. Urry, *Spojrzenie turysty*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2007. Urry zauważa problem dziedzictwa i jego inscenizowanej autentyczności. Zwraca również uwagę na wynikające z tego faktu konsekwencje dla tożsamości miejscowej ludności, która przez pryzmat owej konstrukcji odkrywa sama siebie i się waloryzuje.

⁷ J. Urry, op.cit., s. 167, szczególnie rozdz. *Turystyczne adaptacje dziedzictwa kulturowego*, s. 154–168.

⁸ C. Sorenson, *Theme Parks and Time Machines*, [w:] *The New Museology*, red. P. Vergo, London 1989, s. 61.

⁹ D. Brett, op.cit., s. 14.

¹⁰ C. Sorenson, op.cit., s. 65.

znajduje masowego odbiorcę. Istotą takiego przekazu nie jest akademicka precyzja, adekwatność i postulowana przez naukę obiektywność, ale przeciwnie – jest nią subiektywna interpretacja. I w tym zakresie subiektywna iluzja i naukowa obiektywność spotykają się, gdyż propozycja dziedzictwa niekoniecznie musi być błędna¹¹. Wiąże się to jednak z przyzwoleniem na bezwiedną lub intencjonalną bagatelizację lub nawet zwykłą nieprawdę, w którą przeszłość może być przyobleczone¹².

Zaskakująco precyzyjnie brzmią w tym kontekście słowa Baudrillarda, który poczynił trafne uwagi o Holokauście, opisujące naturę wszelkich symulacji przeszłości:

Podejmuje się próby ponownego podgrzania zimnego wydarzenia [...], a jeśli chodzi o same masy, ma to [wejście w kontakt z symulowaną przeszłością] stanowić dla nich jedynie sposobność do przeżycia dreszczu dotyku i pośmiertnego wzruszenia, drżenia o działaniu prewencyjnym, dzięki czemu pogrążą się one w sferze zapomnienia z czystym sumieniem i estetyczną świadomością katastrofy¹³.

Przeszłość w formie symulacji, choćby najtragiczniejsza, wyłania się z niebytu tylko na chwilę, w której dokonuje się jej konsumpcja. To moment, gdy przeszłość wywołuje określone emocje wzmacniane efektem stylizacji i estetyzacji. W tym rozumieniu symulacja tworzy z przeszłości masowy – lub popularny, jak powiedzieliby inni – produkt kulturowy. W chwilę po dopełnieniu rytuału konsumpcji przeszłość wraca do krainy zapomnienia i braku znaczenia. Patrząc z tej perspektywy, można powiedzieć, że przeszłość ujawnia się na chwilę jako mgławica rozbłyskujących dziedzictw, które trwają tyle, ile ich konsumpcja, i mają właściwe sobie znaczenie. Dopiero ono – co w pewien sposób paradoksalne – w zglobalizowanym świecie jest „eksterytorialne i wyzwolone z więzów, które narzuca lokalność”¹⁴. Tak rodzi się standaryzacja i masowość form i znaczeń

¹¹ J. Urry, op.cit., s. 167.

¹² Wątpliwości dotyczące estetyzacji dziedzictwa pojawiają się, gdy nie można odróżnić jego wartości poznawczych od estetycznych. Utożsamienie tych wartości prowadzi często do dominacji wyrafinowanej lub nawet mocno popularnej formy nad przesłaniem dydaktycznym lub naukowym, co – z kolei – może skutkować błędną interpretacją przeszłości. Za: P. Cooke, *The Real Thing. Archaeology and Popular Culture*, „Circa”, (marzec–kwiecień) 1991, nr 56, s. 26.

¹³ J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005, s. 66.

¹⁴ Z. Bauman, *Globalizacja: i co z tego dla ludzi wynika*, tłum. E. Klekot, Warszawa 2006, s. 7. Na temat różnych ujęć globalizacji vide: F. Jameson, *Notes on Globalization as a Philosophical Issue*, [w:] *The Cultures of Globalization*, red. F. Jameson, M. Masao, Durham 1998, s. 54–80; vide również: *The Anthropology of Globalization. A Reader*, red. J. Xavier, R. Rosaldo, Oxford 2002. Vide: U. Hannerz, *Powiązania transnarodowe. Kultura, ludzie, miejsca*, tłum. K. Franek, Kraków 2006; A. Appadurai, *Disjuncture and*

przypisywanych przeszłości (w tę perspektywę wpisują się działania UNESCO). By trwać, przetrwać i znajdować odbiorców, spatrymonializowana przeszłość musi walczyć o pozycję na globalnym rynku idei i wartości.

Dziedzictwo jako symulakrum oznacza pomieszanie faktu z wyobraźnią, wydarzenia z jego interpretacjami, przedmiotów z ich znaczeniami. Tym samym wszelka próba rytualnej rekonstrukcji przeszłości ma w sobie istotny komponent iluzji i wyobraźni. Obarczona jest błędem przybliżenia i niedokładności. Ten fakt nie ogranicza jednak kręgu odbiorców, którzy po dziedzictwie oczekują nie historycznej precyzji, ale konsumpcji znaczenia wpisanego w wyselekcjonowane elementy przeszłości i/lub ich symulakra. Co więcej, dziedzictwo jako produkt jest wystandaryzowane. Tak istotę tego zjawiska oddawał Baudrillard:

Pop pragnie być sztuką banału (właśnie dlatego mieni się sam sztuką popularną), czym jednak jest banal, jeśli nie kategorią metafizyczną, nowoczesną odmianą kategorii wzniosłości? Przedmiot jest banalny jedynie poprzez swe użycie, w chwili, w której jest używany [...]. Przedmiot przestaje być banalny w momencie, w którym zaczyna znaczyć. Widzimy zatem, że «prawdą» współczesnego przedmiotu nie jest już konieczność służenia czemukolwiek, lecz znaczenie, bycie obiektem manipulacji już nie jako narzędzie, lecz jako znak¹⁵.

Gdy element przeszłości staje się produktem kultury popularnej/masowej¹⁶, oznacza to, że przeszedł selekcję, został poddany przemożnemu wpływowi

Difference in the Global Cultural Economy, [w:] *Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*, red. M. Featherstone, Londyn 1995, s. 295–310; U. Hannerz, *Cosmopolitans and Locals in World Culture*, [w:] *Ibid.*, s. 237–251; M.M. Kraidy, *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*, Philadelphia 2005; R. Lobato, *Creative Industries and informal economies: Lessons from Nollywood*, „International Journal of Cultural Studies”, 2010, t. 13, cz. 4, s. 337–354; J. Nederveen Pieterse, *Globalization as Hybridization*, [w:] *Globalization: Critical Concepts in Sociology*, red. R. Robertson, K. White, New York 2003, t. 1: *Analytical Perspectives*, s. 265–290; U. Schuerkens, *The Sociological and Anthropological Study of Globalization and Localization*, „Current Sociology”, 2003, t. 51, cz. 3–4, s. 209–222; J. Tomlinson, *Globalization and Culture*, Chicago 1999.

¹⁵ J. Baudrillard, *Spółczesność konsumpcyjna. Jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa 2006, s. 151.

¹⁶ O kulturowym życiu przedmiotów vide: studium antropologiczne: J. Barański, *Świat rzeczy. Zarys antropologiczny*, Kraków 2007. O procesie konstruowania rzeczy i ich znaczenia: E. Domańska, *Humanistyka nie-antropocentryczna a studia nad rzeczami*, „Kultura Współczesna”, 2008, nr 3, s. 9–21; T. Dant, *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej. Wartości, działania, style życia*, tłum. J. Barański, Kraków 2007; I. Kopytoff, *Kulturowa biografia rzeczy: utowarowienie jako proces*, tłum. E. Klekot, [w:] *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej*, red. M.K., Ewa Nowicka, Warszawa 2004, s. 249–274; M. Krajewski, *W stronę socjologii przedmiotów*, [w:] *W cywilizacji konsumpcyjnej*, red. M. Golka, Poznań 2004, s. 43–64; B. Olsen, *Kultura materialna po tekście: pamięć o rzeczach*, tłum.

estetyzacji, wtórnej semiotyzacji, i w konsekwencji został włączony w nowy system semiologiczny.

Brett zauważa, że park tematyczny oferuje z jednej strony prawdę archiwalną, odwołanie do detalu, prac badawczych, a z drugiej – strukturę mityczną. Przeszłość jest jak gra, na której iluzoryczny charakter grający wyrażają zgodę, jest jak powieść historyczna lub biografia, w której komponent literacki wiąże fakty w sensowną całość. Przeszłość zmienia znaczenie przez subtelne efekty estetyczne. „Surowy materiał historii staje się plastyczny pod wpływem docelowego efektu pejzażowości, malowniczości, wysublimowanej estetyki”¹⁷. Ale iluzji dziedzictwa nie można pomylić z prawdą historii.

Scalenie prawdy historycznej z wyobraźnią, prowadzące do umiejscowienia przeszłości w formie dziedzictwa na rynku produktów kulturowych, niesie z sobą niebezpieczeństwo, które Brett definiuje następująco:

Estetyzacja historii [...] wymaga pewnego dystansu, który jest najtrudniejszym zadaniem, jakiemu musi sprostać twórca każdej wystawy poświęconej dziedzictwu. Bez krytycznego podejścia estetyzacja bezpośrednio prowadzi do utowarowienia (uprzedmiotowienia) i wchłonięcia historii przez komercyjny spektakl późnego kapitalizmu¹⁸.

Jakże trafnie w tym kontekście brzmią słowa Jacka Purchli, że dziedzictwo przestało być sacrum, a stało się towarem.

Wizualizacja dziedzictwa odwołuje się do empatii konsumentów, którzy dzięki niej mają szansę – jak pisze Brett – wczucia się w konkretnie estetyzowane tematy. Doświadczenie odmienności czasowej, którą opisuje opozycja „wtedy” – „teraz”, jest analogiczne do opozycji (bycia) „tam” i (pisania) „tu”, centralnej dla klasycznej antropologii. Tak jak czytelnik tekstów antropologicznych może złudnie doświadczyć innej kultury, jak przed nim doświadczył jej antropolog, tak konsument dziedzictwa podąża śladem wytyczonym przez rzemieślnika pracującego w materii przeszłości. W tej sytuacji chodzi równocześnie o konsumowanie znaczenia, jakie ów rzemieślnik nadał wybranym przez siebie pozostałościom przeszłości i/lub ich symulacjom, oraz o doświadczenie przeszłości. Innymi słowy – dziedzictwo jest odczytywane skojarzeniowo, a doświadczane – empatycznie. Ta strategia zakłada położenie wyraźnego akcentu na odbiorcę, którego predyspozycje i wiedza pozwalają odczytać dziedzictwo i/lub

P. Stachura, [w:] *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki. Antologia*, red. E. Domańska, Poznań 2010, s. 561–582.

¹⁷ D. Brett, op.cit., s. 161.

¹⁸ Ibid.

je skonsumować. Istnieje więc warunek minimalnego poziomu wiedzy i predyspozycji emocjonalnych, które nie wszyscy konsumenci dziedzictwa mają w jednakowym stopniu. Bronisław Malinowski zilustrował te indywidualne rozbieżności w kontekście antropologicznym, pisząc w znanym fragmencie wstępu do *Argonautów Zachodniego Pacyfiku*:

„Nie jestem pewien, czy jest to [empatyczne podejście do poznawanej inności] równie łatwe dla każdego – być może natura słowiańska jest bardziej plastyczna i z natury bliższa «dzikiej» niż zachodnioeuropejska – ale chociaż różny może być stopień powodzenia, próbę tego rodzaju może podjąć każdy¹⁹.”

Idealny odbiorca tekstu antropologicznego, podobnie zresztą jak antropolog, powinien mieć dar empatii kulturowej.

Przypadek dziedzictwa pokazuje, że wprowadzenie symulacji przeszłości prowadzi do zacierania granic między prawdą a imitacją, autentyką a falsyfikatem²⁰. Ponadto bezpośrednią konsekwencją estetyzacji jest przekształcenie opisującego przestrzeń języka turystyki w narzędzie opisywania czasu (czego przykładami są materiały dotyczące wystaw dziedzictwa i parków tematycznych). Estetyzujący język scala przeszłość z przestrzenią. To dzięki niemu uzyskujemy dostęp do naszej lub cudzej przeszłości, a dzieje się to często – choć nie zawsze – w postaci spektaklu. Zwiedzanie takich miejsc, jak chociażby miejsca oznaczone Europejskim Znakiem Dziedzictwa, znakomicie oddaje to właśnie podejście, symulacja bowiem wykorzystuje tablice, narracje, wizualność, które są łączone ze zwyczajną rozrywką. „*Heritage industry* wyraża [...] rozszerzenie władzy spektaklu manipulacji nad historią, które jest bezpośrednią konsekwencją jej estetyzacji”²¹.

DZIEDZICTWO – KULTURA POPULARNA – CODZIENNOŚĆ

Za uprzedmiotowieniem przeszłości, przekształceniem jej w towar i wprowadzeniem na rynek w postaci produktu (dziedzictwa) kryje się cała złożona materia, która łączy to, co minione, z kulturą popularną, procesem wytwarzania produktu, kreowaniem dla niego znaczeń, konsumpcją i wpływem owej konsumpcji na tożsamość zarówno twórców, jak i odbiorców. Można badać zachowania społeczne, które wiążą się z tymi zjawiskami, a także stopień suwerenności i wolności jednostek przy wyborze ostatecznie konsumowanych produktów.

¹⁹ B. Malinowski, *Argonauci Zachodniego Pacyfiku*, t. 1, Warszawa 1987, s. 54.

²⁰ D. Brett, *op.cit.*, s. 161.

²¹ *Ibid.*, s. 162.

Innymi słowy – dziedzictwo jako produkt kultury staje się przedmiotem refleksji tak szerokiej jak ta, która toczy się wokół kultury popularnej²² i jej konsumentów²³.

Antonina Kłoskowska definiowała kulturę masową jako tę, która

odnosi się do zjawisk współczesnego przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł oraz do jednolitych form zabawowej, rozrywkowej działalności wielkich mas ludzkich²⁴.

Kryteriami kultury masowej – charakterystycznej dla społeczeństw uprzemysłowionych i zurbanizowanych – były²⁵ ilość i standaryzacja produktu, heterogeniczność i rozproszenie publiczności (im większy zasięg produktów, tym bardziej zróżnicowana publiczność) oraz pośredni udział warunkowany przez masowe medium przekazu²⁶.

Bezpośrednią konsekwencją utowarowienia, jak pisze Kłoskowska, jest w kulturze masowej

zasada wspólnego mianownika, [która] prowadzi wreszcie do eliminowania ze sfery masowej komunikacji zagadnień kontrowersyjnych, które mogłyby zrazić część publiczności, do unikania tematów zbyt specjalnych i do poszukiwania sposobów ujęcia i wątków o możliwie najbardziej uniwersalnym zakresie²⁷.

Ta uwaga znakomicie opisuje sytuację dziedzictwa, które staje się produktem kultury masowej/popularnej i z założenia ma trafiać do jak największej liczby odbiorców. Patrymonialna selekcja, estetyzacja i wtórna semiotyzacja prowadzą do zmiany statusu dóbr kultury. Przekształcają je w dziedzictwo w taki sposób,

²² Vide np.: J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Kraków 2010; G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, tłum. L. Stawowy, Warszawa 2009; id., *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, tłum. L. Stawowy, Warszawa 2005; S. Lash, C. Lury, *Globalny przemysł kulturowy. Mediatyzacja rzeczy*, tłum. J. Majmurek, R. Mitoraj, Kraków 2011; P. Willis, *Wyobrażenia etnograficzna*, tłum. E. Klekot, Kraków 2005, szczególnie rozdz. *Towar – Quasi-modo*, s. 77–99.

²³ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, tłum. M. Wyrwas-Wiśniewska, Kraków 2009. Autor przypomniał uwagi Dona Slatera, że „obraz konsumentów, w uczonych pismach konsumpcyjnego życia, oscyluje między dwiema skrajnościami, «kulturalnymi naiwniakami czy palantami» oraz «bohaterami nowoczesności»”, *Ibid.*, s. 17.

²⁴ A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 95.

²⁵ Sama Kłoskowska robi zastrzeżenie, że *Kultura masowa. Krytyka i obrona* to książka, do powstania której posłużyły badania prowadzone pod koniec lat sześćdziesiątych xx wieku. *Ibid.*, s. 6–7.

²⁶ *Ibid.*, s. 96–100.

²⁷ *Ibid.*, s. 273.

by uniknąć spornych kwestii. Gdy dobra, nawet te dotychczas odrzucane, pogardzane, intencjonalnie zapomniane lub niszczone, stają się produktem – dziedzictwem – to wchodzi w obszar dwóch obietnic. Pierwsza dotyczy przetwarzania, ochrony i konserwacji (zwykle poprzez znalezienie nowej funkcji, np. adaptacja krakowskiego Kazimierza na dzielnicę galerii, restauracji i pubów), a druga wyraża lub zapowiada konsensus, któremu dziedzictwo ma/może/ powinno podlegać.

W pewien sposób paradoksem jest, że dziedzictwo – będąc najmniejszym wspólnym mianownikiem, jakim jest rozrywka leżąca u podstaw kultury masowej – zgadza się na współistnienie w jego ramach różnych, często wzajemnie sprzecznych lub nawet bolesnych pamięci. W tym zakresie nie usuwa poza swój nawias antynomii, rozłączności, emocjonalnego zakorzenienia obiektów uznanych za dziedzictwo (odkrywanie i adaptowanie niemieckiego dziedzictwa Wrocławia, Katowic, Bytomia, czy nawet Krakowa), ale zawiesza je, wycisza, tonuje ich siłę. Z tego powodu dziedzictwo w tej zneutralizowanej formie jest palimpsestem przeszłości i współistnieniem dramaturgii nawarstwiających się w nim – nawet sprzecznych – pamięci. Stanowi to atut (a nie słabość) dziedzictwa na zglobalizowanym rynku produktów kultury. Kontrowersyjność podnosi wartość produktu²⁸. Jednak z drugiej strony wątpliwości budzi obawa przed zniekształceniami, przeinaczeniami, nieścisłościami, deformacjami, które mogą się kryć za zbyt pośpieszną patrymonializacją, rozumianą właśnie jako utowarowienie. Tutaj stawia się dziedzictwu zarzuty analogiczne do tych, na które musi/musiła odpowiadać kultura popularna/masowa – że trywializuje, pomija, manipuluje etc., że wyraża „niski poziom artystyczny, trywialność i naiwność”²⁹, upraszcza formę³⁰ i że „sędzią powołanym do oceny produkcji kulturalnej staje się przeciętny konsument; nie znawca wyróżniający się intelektem i subtelnością smaku”³¹. Ponadto krytycy zauważają, że kultura masowa – a za nią dziedzictwo jako jej produkt – poprzez stosowanie najniższego wspólnego mianownika prowadzi „do najniższego poziomu gustów i kwalifikacji intelektualnych” tych, którzy uczestniczą w obiegu kultury³².

Kłóskowska zauważa, że kultura masowa może być politycznie zaangażowana lub z różnym stopniem otwartości realizować jakąś politykę, bowiem „polityczne uwarunkowanie dziedzin masowej kultury pełniących bezpośrednie funkcje

²⁸ Vide: film Stevena Spielberga *Lista Schindlera* lub spór o upamiętnianie polskich i niemieckich wysiedlonych.

²⁹ A. Kłóskowska, op.cit., s. 306.

³⁰ Ibid., s. 313.

³¹ Ibid., s. 315.

³² Ibid., s. 318.

informacyjne i propagandowe jest oczywiste w każdym społeczeństwie³³. W tym sensie proces konstruowania dziedzictwa i jego udostępniania na rynku kultury popularnej napotyka ograniczenia, gdyż twórców, administratorów i menedżerów dziedzictwa obowiązują ramy nie tylko dobrego smaku i rozsądku, lecz także – a może przede wszystkim – prawa i cenzury, które ograniczają wolność wykorzystania przeszłości³⁴.

Zwracając uwagę na zasadę homogenizacji, Kłoskowska dochodzi do wniosku, że kultura masowa zestawia wytwory o różnym poziomie artystycznym³⁵ oraz że, co szczególnie istotne w kontekście wykorzystania przeszłości jako produktu,

pomiędzy wyższym poziomem a kulturą masową dokonuje się zatem stały, choć poddany określonym zabiegom selekcji, przepływ treści. Procesy selekcji zależą w duże mierze od zasad polityki kulturalnej lub komercyjnej organizacji³⁶.

Innymi słowy, nie ma jasnej i prostej granicy, która oddzielałaby kulturę wysoką od masowej lub – w kontekście rozważań o przeszłości – historię od dziedzictwa. Jest ona płynna i „każda porcja [zhomogenizowanej kultury masowej] jest jednakowo strawna i pożywna³⁷. Tym samym ciągle powraca pytanie o to, kto kształtuje gusta historyczne, a kto im zwyczajnie schlebia.

Gdy dziedzictwo jako produkt kultury masowej/popularnej jest włączone w globalny obieg dóbr kultury, to można zauważyć, że cyrkulacji podlegają zarówno konkretne obiekty, jak i zglobalizowane procedury, które czynią z substancji przeszłości produkt kulturowy rozpoznawany na całym świecie³⁸. Można powiedzieć, że *heritage industry* oferuje przeszłość jako produkt kultury popularnej/masowej i plasuje ją na globalnym rynku dóbr kultury (np. jako element wspomagający atrakcyjność konkretnego miejsca docelowego turystyki). W procesie transformacji przeszłości w dziedzictwo (produkt) przeszłość jest standaryzowana i włączana w nową strukturę znaczącą. W konsekwencji krytyka zgłaszana pod adresem kultury popularnej może służyć opiniowaniu dziedzictwa, które w tym ujęciu jest jej częścią. Zdarzają się jednak głosy, że odbiorców kultury popularnej cechuje bierność, łatwe uleganie manipulacji, nawet swoista

³³ Ibid., s. 275.

³⁴ Ibid., s. 280 (np. wykorzystanie emblematów ideologii prawnie zakazanych lub druk, kolportaż i sprzedaż tekstów niedopuszczanych do rozpowszechniania).

³⁵ Ibid., s. 323.

³⁶ Ibid., s. 315.

³⁷ Ibid., s. 320.

³⁸ Vide: działania UNESCO, a w szczególności Lista Światowego Dziedzictwa, która jest równocześnie listą atrakcji turystycznych.

bezmyślność i brak krytycyzmu. Jak pisał Dominie Strinati, przedstawiciele szkoły frankfurckiej formułowali zarzuty, że kulturze masowej właściwy jest brak wyzwania intelektualnego i stymulacji, wygodny eskapizm i fantazja, spłylenie rzeczywistości społecznej, uproszczenie świata i jego fałszywe tłumaczenie. Mają ją charakteryzować łatwe i fałszywe rozwiązania³⁹.

Współczesne podejście do kultury popularnej zupełnie inaczej rozkłada akcenty i nie czyni z jej odbiorców bezwolnej masy. Jako celną obronę jej integralności i samodzielności można przywołać opinię Johna Fiskego, który – dowodząc złożoności tego zjawiska i rehabilitując kulturę popularną – pisał tak:

Produkt, który ma wejść do kultury popularnej, musi również odpowiadać zainteresowaniom ludzi. Kultura popularna to nie konsumpcja – to przede wszystkim kultura: czynny proces generowania oraz obiegu znaczeń i przyjemności wewnątrz systemu społecznego. [...] Kultura jest żywym i czynnym procesem. Może się rozwijać tylko sama z siebie; nie da się jej narzucić odgórnie, nie może powstać w wyniku zewnętrznego nakazu. (...) To ludzie, a nie przemysł kultury, tworzą kulturę popularną. Ten ostatni może jedynie wyprodukować zbiór tekstów lub zasobów kulturowych, które różne grupy ludzi spożytkują lub odrzucą w bezustannym procesie tworzenia swojej własnej kultury popularnej⁴⁰.

Takie ujęcie kultury popularnej czyni z niej odrębny, ale równocześnie otwarty na zapożyczenia system znaczeń. Ponadto jej odbiorcom zwraca podmiotowość, której nie można by pogodzić ze stanowiskiem – prezentowanym przez krytyków kultury masowej – dotyczącym ich biernego, bezwolnego i nawet bezmyślnego przyjmowania proponowanych wystandaryzowanych treści. Fiske pisze, że kultura popularna proponuje zuniwersalizowane treści oraz ramy formalne znaczeń, ale czyni to w taki sposób, że są one wprowadzane do lokalnych uniwersów symbolicznych, które odpowiadają konkretnym realiom kulturowym. To, co uniwersalne, wystandaryzowane, utowarowione, jest transferowane do poziomu lokalnego i włączane do istniejącego systemu znaczeń. „Kultura popularna musi przede wszystkim odpowiadać sytuacji, w której dany człowiek bezpośrednio się znajduje”⁴¹. Tym samym produkt kultury popularnej/masowej powstaje na styku codzienności i rzeczywistości uniwersalnej dzięki adaptacji

³⁹ D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, tłum. W.J. Burszta, Poznań 1998, szczególnie rozdz. *Kultura masowa i kultura popularna*, s. 15–50. Vide również: A. Szahaj, *Teoria krytyczna szkoły frankfurckiej. Wprowadzenie*, Warszawa 2008. Vide: J. Ortega y Gasset, *Bunt mas*, tłum. Piotr Niklewicz, Warszawa 2009.

⁴⁰ J. Fiske, op.cit., s. 23–24.

⁴¹ Ibid., s. 25.

do konkretnych warunków. I co więcej, codzienność określa sposób użycia jego treści.

W rozumieniu Michela de Certeau złudzeniem jest bierność tych, których nazywa się konsumentami kultury masowej, gdyż nie są oni pasywnymi czytelnikami tekstów⁴². Istotą bowiem kultury popularnej jest wtórne wykorzystanie materiału dostarczonego przez twórców produktów masowych. Powstawanie znaczeń w codzienności – jak pisze de Certeau – dokonuje się na drodze asocjacji, przetwarzania, wymyślania, przewidywania znaczeń, dokonywania skrótów, przemycania przyjemności, zawłaszczenia, kłusownictwa tekstualnego, implementacji, podstępu, metafory, kombinacji, wynajdowania pamięci. Podsumowując tę enumerację strategii kulturowych, de Certeau dodaje, że „to, co czytane, przekształca się w to, co zapamiętane”⁴³. Rozwijając tę myśl, stwierdza, że adaptując masową produkcję, kultura codzienności przekształca to, co cudze, w to, co własne, wypełnia ją swoimi działaniami i wspomnieniami. By tego dokonać, używa właściwego sobie języka, historii, pragnień i potrzeb. Czyniąc to, odwołuje się do metafory i elipsy jako modeli budowania wtórnych znaczeń⁴⁴.

Kreatywność kultury popularnej nie polega na wprowadzaniu produktów na rynek, ale na takim ich wykorzystaniu w codzienności, które nadaje im wtórny sens. Z jednej strony znaczenie jest dane w momencie powstawania produktu (np. proces instytucjonalnego konstruowania dziedzictwa), a z drugiej – jest negocjowane w momencie użycia. Poszukiwanie najmniejszego wspólnego mianownika, jak powiedziałaaby Kłóskowska, sprawia, że aby generować maksymalne zyski „dany produkt musi koniecznie starać się odwołać do wartości wspólnych dla wszystkich ludzi, zaprzeczyć różnicom społecznym [i kulturowym]”⁴⁵. Dla de Certeau w tym momencie proces kulturotwórczy bardziej się zaczyna niż kończy, gdyż wykorzystanie towaru przełamuje jego jednorodność i spójność. Konteksty kulturowe, w jakie jest on włączany, mogą być – przynajmniej teoretycznie – nieograniczone. Innymi słowy, choć produkt ma rynkowo uzasadnione, ujednolicone i homogeniczne znaczenie wpisane w niego przez

⁴² M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuka działania*, tłum. K. Thiel-Jańczuk, Kraków 2008, s. XLIV. Vide stanowisko diametralnie odmienne: G. Debord, *Spółczesność spektaklu oraz Rozważania o społeczeństwie spektaklu*, tłum. M. Kwaterko, Warszawa 2006. To wizja głębokiej alienacji, której doświadcza jednostka w świecie konsumpcji, regulowanym biernym pożądaniem obrazów generowanych dla jednostki, ale bez jej najmniejszego udziału i wpływu. To manifest demaskujący fałsz i wyobcowanie, które w towar przemieniają całą doświadczaną przez człowieka rzeczywistość.

⁴³ M. de Certeau, op.cit., s. XLIV.

⁴⁴ Ibid., s. XLV. Vide: M. de Certeau, L. Ciard, P. Mayol, *Wynaleźć codzienność. Mieszkać, gotować*, t. 2, Kraków 2011.

⁴⁵ J. Fiske, op.cit., s. 28. To analogiczne sformułowanie do tego, jakie stosuje Kłóskowska, która jednak nie akcentuje aspektu finansowego.

twórców kultury popularnej, to poprzez „adaptację, manipulację i oszustwo”⁴⁶ staje się on wieloaspektowy, złożony i heterogeniczny. W ten sposób słabnie wyobrażenie o homogeniczności kultury masowej i zostaje przełamana jej domniemana jednorodność i spójność. Proces wtórnej semiotyzacji precyzyjnie opisał Fiske:

nie rozpowszechnia się gotowych, ukończonych produktów, lecz środki życia codziennego, a więc surowy materiał, z którego powstaje kultura popularna. Każdy akt konsumpcji jest również aktem produkcji kulturowej, ponieważ konsumpcja zawsze pociąga za sobą wytwarzanie znaczeń. Wraz z momentem sprzedaży wyczerpuje się rola towaru w gospodarce dystrybucji, rozpoczynają się natomiast jego działania w gospodarce kulturowej. Oderwany od strategii kapitalistycznej towar kończy pracę na rzecz swoich mocodawców i staje się zasobem, z którego korzysta kultura codzienności⁴⁷.

Michel de Certeau zmienia sposób oceny anonimowego odbiorcy kultury masowej, który w jego teorii z biernego konsumenta staje się codziennym jej twórcą, ponieważ kultura masowa rodzi się na styku zhomogenizowanego przekazu i codziennych działań, modyfikujących ten przekaz. Z tej perspektywy akcent jest położony nie tyle na tym, kto generuje produkt i przekaz (medialny, społeczny, historyczny, ideologiczny, polityczny etc.), ile na tym, kto w przestrzeni codzienności korzysta z tego produktu/przekazu. Tak dokonuje się wtórna interpretacja produktu i jego włączenie w obieg kultury. Jest to więc teoria praktyk codziennych, które generują znaczenia wyrastające z potrzeb przeżywanego terażniejszości. To terażniejszość i lokalność określają ramy, formy i zakres zaistnienia produktu kultury masowej.

Analogia pozwala stwierdzić, że dziedzictwo jest taką lekturą przeszłości, która uwzględnia potrzeby i oczekiwania wyrażane w terażniejszości⁴⁸. Tym samym pierwotne znaczenie dziedzictwa określane przez tych, którzy je selekcjonują, estetyzują, eksponują etc., jest zawłaszczone w strategiach codzienności przez tych, którzy tego dziedzictwa używają do zaspokojenia potrzeb *hic et*

⁴⁶ M. de Certeau, op.cit.

⁴⁷ J. Fiske, op.cit., s. 35.

⁴⁸ Vide: B. Graham, G.J. Ashworth, J.E. Tunbridge, *Pluralising Pasts. Heritage, Identity and Place in Multicultural Societies*, London–Ann Arbor 2007; B. Graham, G.J. Ashworth, *Senses of Place: Senses of Time*, Aldershot–Burlington 2006; G.J. Ashworth, *From History to Heritage – From Heritage to History*, [w:] *Building a New Heritage: Tourism, Culture and Identity in the New Europe*, red. G.J. Ashworth, P.J. Larkham, London 1994, s. 13–30; B. Graham, G.J. Ashworth, J.E. Tunbridge, *A geography of heritage: power, culture and economy*, London–New York 2000.

nunc. Jak pisze de Certeau, w praktyce codzienności zwykły człowiek przetwarza dostarczone i/lub narzucone treści, a zamierzony cel nadawcy jest drugorzędny lub nawet nieistotny. Osią jego teorii jest sposób wykorzystania tekstów popkultury i ich przetworzenia. Oznacza to zwrot ku jednostce i subiektywności. Michel de Certeau oznajmia, że badanie kultury rozpoczyna się wówczas, kiedy zwykły człowiek bierze na siebie rolę narratora codzienności. W centrum tego spojrzenia znajduje się więc nie bierny konsument, ale wyposażony w inteligencję odbiorca treści popularnych, który staje się współautorem kultury.

Dziedzictwo jako produkt kultury popularnej jest w sytuacji paradoksu, gdyż „większość cenionych rzeczy szybko traci blask i powab, więc jeśli zwlekano z ich użyciem, może się okazać, że nim posiadacz miał szansę się nimi nacieszyć, nadają się jedynie na wysypisko śmieci”⁴⁹. W kulturze pośpiechu potrzeba przeszłości ciągle jest obecna, ale poddaje się niestabilnym pragnieniom, nienasyconym potrzebom, natychmiastowej konsumpcji i wymianie przedmiotów starych na nowe, czyli na takie, które bardziej odpowiadają potrzebom chwili⁵⁰. Przeszłość, nie stanowiąc podstawy, z której jasno wyrasta terażniejszość, może być odczuwana jak balast, gdyż czas płynnej nowoczesności⁵¹ nie jest przeżywany ani cyklicznie, ani linearnie. Ma natomiast charakter puentylistyczny lub punktowy⁵². Charakteryzują go nieciągłości, brak przyczynowo-skutkowego łącenia wydarzeń i przygodna logika, która z chaosu śladów tego, co odeszło, buduje obraz przeszłości.

Czas puentylistyczny jest pokawałkowany, a nawet rozproszkowany na mnóstwo «chwil na wieki» – zdarzeń, przypadków, wypadków, przygód, epizodów – samozasklepionych monad, odosobnionych drobin czasu, z których każda jest bliska geometrycznemu pojęciu niewymiarności⁵³.

Jest to wymiar wiecznej i nierozwijającej się terażniejszości. W tym rozumieniu historia jest sukcesją „chwil obecnych”, których przeżywanie ma cha-

⁴⁹ M. de Certeau, *op.cit.*, s. 39.

⁵⁰ *Ibid.* Na temat natury potrzeb w kulturze konsumpcyjnej *vide* również: D. Slater, *Consumer Culture and Modernity*, Cambridge 1997; S. Bertman, *Hyperculture: The Human Cost of Speed*, Westport, Conn. 1998. *Vide*: *id.*, *Cultural amnesia: America's future and the crisis of memory*, Westport, Conn. 2000; *The Social life of things: commodities in cultural perspective*, red. A. Appadurai, Cambridge–New York 1986.

⁵¹ Termin za: Z. Bauman, *Płynna nowoczesność*, tłum. T. Kunz, Kraków 2006.

⁵² Określenie „puentylistyczny” pochodzi z: M. Maffesoli, *L'instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*, Paris 2000, s. 16; a „punktowy” pochodzi z: N. Aubert, *La Culture d'urgence. La société malade du temps*, Paris 2003, s. 187, 193; za: M. de Certeau, *op.cit.*, s. 59.

⁵³ *Ibid.*, s. 40.

rakter zmienny i kontekstualny. Ich swoista równorzędność unicestwia pojęcie historii rozumianej jako ewolucja, postęp lub sekwencja wydarzeń zmierzających do określonego celu. Każdy element przeszłości spełnia się w sobie oraz w swoich granicach, jest współistniejącym początkiem i końcem. Trafnie ujmował to Fredric Jameson, który twierdził, że ponowoczesna kondycja wyraża się również wyraźnym zubożeniem doświadczenia czasu, który oznacza współistnienie i doświadczenie „serii czystych i niepowiązanych z sobą terażniejszości [...], jest to fala filmowych wydarzeń pozbawionych jednak gęstości”⁵⁴.

LOKALNE DZIEDZICTWO NA GLOBALNYM RYNKU POPKULTURY

Wojciech Burszta twierdzi, że

kultura popularna to nie zespół przedmiotów i zestaw obrazów, ale kulturowa *praxis*, dzięki której sztuka, polityka i wszelkie w ogóle elementy życia społecznego przenikają do naszej codzienności, kształtując nasze nawyki i zwyczaje⁵⁵.

To sformułowanie znakomicie opisuje dziedzictwo, które w obszarze kultury popularnej jest jednym z produktów zaspokajających konkretne potrzeby. Można powiedzieć, parafrazując Bursztę, że dziedzictwo to kulturowa *praxis*. Stało się ono dzisiaj „kategorią metakulturową i rynkową, co w istocie oznacza to samo”⁵⁶. Podobnie „wiek postępu” opisuje Jeremy Rifkin: „Komercyjne sieci wszelkiego rodzaju snują pajęczynę wokół całego życia ludzkiego, redukując każdy przeżywany moment do statusu towaru na sprzedaż”⁵⁷. Gdy przeszłość nie jest ani zabytkiem, ani historią, ani pamięcią, wtedy grozi jej ześlizgnięcie się w obszar produktu/przedmiotu/narzędzia do zaspokajania konkretnych potrzeb. Innymi słowy – utowarowienie oznacza instrumentalizację.

Przeszłość w postaci dziedzictwa jest ideologiczną i estetyczną konstrukcją, wyrazem dyskursów⁵⁸, które

⁵⁴ F. Jameson, *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, „New Left Review”, 1984, 1.146, s. 53–59; vide również: id., *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, [w:] *Media and cultural studies. Keywords*, red. M. Giri Durham, D.M. Kellner, Malden 2001, s. 550–587.

⁵⁵ W.J. Burszta, W. Kuligowski, *Sequel. Dalsze przygody kultury w globalnym świecie*, Warszawa 2005, s. 35.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, tłum. E. Kania, Wrocław 2003, s. 105. Vide: G. Urban, *Metaculture. How culture moves through the world*, Minneapolis 2001.

⁵⁸ Uchwycenie dyskursywnego charakteru dziedzictwa pozwala zauważyć jego komuni-

„tworzą przedmioty”. Nie chodzi tu oczywiście o stwarzanie obiektów w sensie fizycznym (choćby dyskursy mogły nakłaniać do produkowania określonych przedmiotów), ale o nadawanie im publicznych znaczeń i wartości. Znaczenia poszczególnych dzieł i sztuki w ogóle nie są przecież dane, same przez się zrozumiałe, nie egzystują też w jakiejś odrębnej rzeczywistości, ale tworzone są w ramach określonych gier językowych⁵⁹.

Generowanie znaczeń wymaga punktu odniesienia, swoistej antytezy, którą dla dziedzictwa jest teraźniejszość, podobnie jak dla kultury ludowej jest to kultura wysoka lub dla prymitywizmu w sztuce – idea postępu.

W zglobalizowanym świecie dochodzi nie tylko do przepływu obiektów pochodzących z konkretnych kontekstów kulturowych, lecz także do przemieszczenia wartości, które – jak pisał Burszta – są włączane do metakultur współczesności⁶⁰. Mechanizm krążenia dokonuje się wewnątrz „globalnej

kacyjny wymiar wyrażający się negocjowaniem sensów przypisywanych przeszłości i generowaniem jej dialogicznych interpretacji. Dziedzictwo więc nie jest dane, ale jest konstruowane. To znaczy, że nie ma charakteru uniwersalnego, jest partykularne, a tym samym – uwarunkowane historycznie i kulturowo. Jako dyskurs dziedzictwo jest językiem opisującym przeszłość i jej relacje z teraźniejszością. W tym sensie ma własne słownictwo (leksyka), gramatykę determinującą zasady konstruowania poprawnych wypowiedzi oraz społeczną praktykę użycia tego narzędzia komunikacji (pragmatyka). Dziedzictwo jako dyskurs uwzględnia społeczny, kulturowy i polityczny kontekst, w którym funkcjonują aktorzy społeczni oraz reguły stosowane w procesie legitymizacji uprzywilejowanych znaczeń. W tym rozumieniu dziedzictwo nawiązuje do wszelkich teorii władzy, dominacji, kontroli i wpływu. Łączy się z polityką i – szerzej – ze sferą polityczną, w której odgrywa istotną rolę w procesie generowania i reprodukcji określonej wizji przeszłości. Refleksja nad dziedzictwem w dyskursywnej perspektywie uwzględnia konkretne instytucje i realizowaną przez nie instytucjonalną kontrolę, kontekst funkcjonowania dopuszczalnych wypowiedzi i interes konkretnej grupy, która w stosowaniu określonej definicji dziedzictwa widzi realizację swojego partykularnego interesu. Vide: L. Smith, *Uses of Heritage*, London 2006. Dyskurs w rozumieniu Michela Foucaulta. Vide np.: M. Foucault, *Historia szaleństwa w dobie klasycyzmu*, tłum. H. Kęszycka, Warszawa 1987; id., *Słowa i rzeczy: Archeologia nauk humanistycznych*, tłum. T. Komendant, A. Tatarkiewicz, Gdańsk 2005; id., *Archeologia wiedzy*, tłum. A. Siemek, Warszawa 1977; id., *Porządek dyskursu*, tłum. M. Kozłowski, Gdańsk 2002; id., *Nadzorować i karać*, tłum. T. Komendant, Warszawa 1993; id., *Historia seksualności*, tłum. B. Banasiak, T. Komendant, K. Matuszewski, Warszawa 1995; id., *Filozofia, historia, polityka. Wybór pism*, tłum. D. Leszczyński, L. Rasiński, Warszawa–Wrocław 2000.

⁵⁹ W.J. Burszta, W. Kuligowski, op.cit., s. 163–164. W tym miejscu autorzy nawiązują do: S. Errington, *The Death of Authentic Primitive Art and Other Tales of Progress*, Berkeley 1998.

⁶⁰ Vide: W.J. Burszta, *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, Warszawa 2008, szczególnie rozdziały *Metakultury współczesności*, s. 18–42, *Konsumowanie wielokulturowości*, s. 43–72, *Kultura – technologia – gadżet*, s. 108–134, *Komunikacja i zasoby kultury*, s. 135–155. Vide: A. Appadurai, *Crassroots Globalization and the Research Imagination*,

ekumeny⁶¹ i wewnątrz dobrze zdefiniowanych lokalnych światów, w ramach których

rozprzestrzeniają się wieści, artefakty i obrazy, które przychodzą «znikąd», kształtujące jednak zbiorową wyobraźnię i zmuszające do rewizji myślenia we własnej lokalności, będące powodem nowych aspiracji i marzeń⁶².

Lokalność ubrana w stylistykę popkultury wchodzi w obszar wyobrażeń funkcjonujących na globalnym rynku produktów, a

środki do konstruowania «arealów wyobrazonych» są powszechnie dostępne. Innymi słowy, [...] pod wpływem globalnych procesów «przepływów» każda lokalność jest obecnie konstruktem raczej, a nie «faktem naturalnym», a ponadto, że każda z nich ma własne wyobrażenie o swoim zewnątrz, zawsze jednak naznaczone lokalną specyfiką⁶³.

Tak wyobrażona lokalność, której wyjątkowość znajduje potwierdzenie w spatrymonializowanej przeszłości, jest efektem zespolenia tego, co przeżywane lokalnie z tym, co w sensie treści i formalnych standardów oraz ograniczeń przychodzi z zewnątrz⁶⁴. Tym samym dziedzictwo – lokalne, regionalne, narodowe, światowe – jest przestrzenią spotkania wymogów globalnego rynku i wernakularnej specyfiki (istniejącej lub wynajdowanej dla potrzeb rynku produktów kultury). Efektem zachodzącej między nimi synergii jest mocno emblematyczny charakter lokalności i dziedzictwa, których rynkowa autentyczność jest osiągnięta zgodnie z zasadą metafory (lokalność i dziedzictwo są jak stąd)

„Public Culture”, 2000, 1.12 (1), s. 1–19; id., *The Research Ethic and the Spirit of Internationalism*, „Items”, 51:1997, nr 4, cz. 1, s. 55–60; id., *Globalization and the Research Imagination*, „International Social Science Journal”, 1999, czerwiec, s. 229–238. O procesach globalizacyjnych w perspektywie antropologicznej vide również: W.J. Burszta, *Asteriks w Disneylandzie. Zapiski antropologiczne*, Poznań 2001.

⁶¹ Określenie za: U. Hannerz, op.cit.

⁶² W.J. Burszta, *Od mowy magicznej do szumów popkultury*, Warszawa 2009, s. 227.

⁶³ Ibid., s. 228. W tym fragmencie Burszta nawiązuje do: A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, tłum. Z. Pucek, Kraków 2005.

⁶⁴ Mam na myśli standardy UNESCO, Rady Europy lub Komisji Europejskiej. O granicach, w których dochodzi do generowania zjawisk kulturowych w europejskim kontekście, vide: G. Delanty, *Odkrywanie Europy. Idea, tożsamość, rzeczywistość*, tłum. R. Włodek, Warszawa 1999; G. Delanty, C. Rumford, *Rethinking Europe: social theory and the implications of Europeanization*, London–New York 2005, szczególnie rozdziały: *Is there a European identity? European self-understanding beyond unity and diversity*, s. 50–68, *The new cultural logic of Europeanization. Citizenship, memory, and public discourse*, s. 87–105. Vide: C. Shore, *Building Europe*, London–New York 2000.

i/lub metonimii (tylko część obiektów, idei, wartości jest stąd, ale to wystarczy, by ostateczny produkt uznać za autentyczny). W tym dwukierunkowo przebiegającym procesie dochodzi do „peryferyzacji centrum” i „indygenizacji metropolii”⁶⁵.

Burszta znakomicie obrazuje sytuację kultur na zglobalizowanym rynku produktów⁶⁶, w którego obszarze tracą one swoją antropologiczną pełnię i są sprowadzane do poziomu zasobu wykorzystywanego w produkcji popkultury. Odwołując się do teorii Jeremy’ego Rifkina⁶⁷ i Marca Augé⁶⁸, pokazuje, jaką rolę we współczesnym kreowaniu produktów kulturowych odgrywają uproszczenie i fikcja. Komentując fragment zaczerpnięty z Rifkina, że „kultura [...] jest wciągana nieodwołalnie przez rynek mediów, który «poprawia» ją zgodnie z wymogami komercji”⁶⁹, przywołuje również instrumentalny stosunek do kultur, które wystylizowane, uproszczone i opakowane zajmują pozycję obok innych produktów światowej popkultury⁷⁰. I podobnie jak one są poddane dyktatowi najnowszych technologii, komercji, sprzedaży, definiowania grup interesów. W wyniku tego procesu kulturze i dziedzictwu są przypisane wyjątkowość, autochtoniczność, autentyczność etc. Skonstruowana na rynku popkultury niepowtarzalność kultur i dziedzictw pozwala „odgrodzić” jedne kultury i dziedzictwa od drugich. W konsekwencji tego procesu

rodzi się współczesna postać przemysłu dóbr kultury, dla którego głównym pojęciem jawi się kultura jako „zasób” kolektywny zbiór elementów podatnych na wymianę i łączenie z innymi zbiorami o podobnej naturze⁷¹.

Jest to jednak tylko część szerszej zarysowanego przez Bursztę procesu. Drugi jego wymiar to fikcjonalizacja zbiorowej wyobraźni, co jest jasnym odwołaniem

⁶⁵ Określenie za: U. Hannerz, op.cit.

⁶⁶ W.J. Burszta, *Komunikacja i zasoby kultury*, [w:] *Świat jako więzienie kultury...*, s. 135–155.

⁶⁷ J. Rifkin, *Wiek dostępu...*

⁶⁸ M. Augé, *The War of Dreams. Exercises in Ethno-Fiction*, London 1999.

⁶⁹ J. Rifkin, *Wiek dostępu...*, s. 147–148.

⁷⁰ Do krytyków cynicznego wykorzystania kultury Burszta zalicza Michaela Hardta i Antonia Negri (M. Hardt, A. Negri, *Imperium*, tłum. S. Ślusarski, Warszawa 2005). Równocześnie zauważa, że wielu autorów podkreśla zgoła odmiennie konsekwencje wtórnego wykorzystania kultury rozumianej jako zasób. Przyczynia się ono bowiem do budowania obywatelstwa kulturowego i „reinterpretacji zasobów”. To podejście można znaleźć w: G. Yúdice, *Expdiency of Culture. Uses of Culture in the Clobal Era*, Durham 2005. Vide również: N. Garcia Canclini, *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*, Minneapolis 1995; id., *Consumers and Citizens. Globalization and Multicultural Conflicts*, Minneapolis 2001.

⁷¹ W.J. Burszta, *Świat jako więzienie kultury...*, s. 148.

do teorii Augé i oczywiście Lyotarda. Po upadku wielkich narracji nie ma nic, co mogłoby je zastąpić. „Wszystkie zbiorowe imaginaria, wszystkie onegdaj żywe stany kultury symbolicznej mają dziś status fikcji”. Ponadto relacja między jednostkową a zbiorową wyobraźnią zmienia się zasadniczo, gdyż ta indywidualna „nie czerpie z jakiegoś jednorodnego i wyodrębnionego rezerwuaru treści zbiorowej wyobraźni i pamięci”. I dalej Burszta pisze, że

uczestnictwo w reżimie wyobraźni współczesnej kultury oznacza w dużej mierze zdolność do intertekstualizacji wszelkich przekazów, jest ona możliwa właśnie dlatego, że wszelkim treściom przypisuje status fikcjonalny. Jest to rzeczywistość w każdej chwili do «odwołania», co oznacza wszakże – do ponownego skonstruowania⁷².

W świecie popkultury dziedzictwo wydaje się tą formą uobecnionej przeszłości, która – choć poddana rygorowi rynku – wyrasta na istotne narzędzie trwania przeszłości w terażniejszości. Tym samym jest ono konkurencyjne wobec dotychczasowych form uobecniania przeszłości, to znaczy narracji historycznej oraz jednostkowej i zbiorowej pamięci. Dziś dominujący reżim wyobraźni

może swobodnie wybierać dowolne elementy z rezerwuaru zbiorowych, do niedawna funkcjonalnych, a dzisiaj cytowanych jedynie i także poddanych fikcjonalizacji, zbiorowych form symbolicznych. Nie ma lepszego gruntu dla rozprzestrzenienia się w takich warunkach najróżnorodniejszych form kultury popularnej – to jest pożywna gleba dla jej ekspansji na kolejne obszary, dotąd żywiące się prawdą wielkich narracji⁷³.

Ostateczny cios takiemu podejściu do kultury-zasobu zadaje Rifkin, gdy pisze:

Rynek wsysa coraz większe obszary światowej kultury – cuda przyrody, katedry, muzea, pałace, parki, obrzędy, święta⁷⁴ – i przekształca je w różne formy dóbr służących rozrywce i nauce najbogatszych ludzi na świecie. To, co stanowiło ongiś o historycznej wielkości kultury, teraz redukuje się do rekwizytów i dekoracji teatralnej w płatnym widowisku⁷⁵.

⁷² Ibid., s. 151.

⁷³ Ibid., s. 152.

⁷⁴ Jest to zakres pojęciowy dziedzictwa w rozumieniu UNESCO, Rady Europy i Komisji Europejskiej.

⁷⁵ J. Rifkin, *Wiek dostępu...*, s. 159.

Ten sam autor dodawał złowieszczo:

Produkcja dóbr kultury zawsze pożyczca od sfery kulturowej, nie rodzi się nigdy w sferze komercyjnej. W tym sensie produkcja dóbr kultury zależy od surowców ze sfery kultury, tak samo jak produkcja przemysłowa zależy od surowców naturalnych. Obydwie formy mają charakter wydobywczy. Kulturę, podobnie jak przyrodę, można eksploatować aż do wyczerpania zasobów. Jeżeli będziemy nadmiernie eksploatować i marnotrawić kulturę, wtedy rynkowi grozi utrata przysłowiowej kury znoszącej złote jajka. Kiedy będziemy eksploatować całe bogactwo kultury światowej dla szybkich zysków w sferze komercyjnej i nie pozwolimy kulturze na regenerację i odnowę, wtedy gospodarka utraci zasoby ludzkich doznań, z których czerpie produkcja dóbr kultury⁷⁶.

Dziedzictwo jest zjawiskiem metakulturowym w tym sensie, że metakultura to kultura, „która mówi o innej kulturze i która nieustannie wytwarza warunki ku temu, aby komentować i projektować kolejne poziomy własnej ekspresji”⁷⁷. We współczesnym świecie każdy produkt kultury popularnej/masowej jest uwikłany od momentu powstania w system znaczeń i sposobów konsumpcji, dzięki którym stanowi

część symultanicznej totalności. Można więc byłoby powiedzieć, że nie mamy dzisiaj tak zwanej kultury przedmiotowej, ale od razu wchodzimy na poziom zjawisk, których pojawienie się jest poprzedzone komentarzem i zapowiedzią, co dopiero nastąpi⁷⁸.

Ponadto kultura popularna generuje swoje własne kopie, które natychmiast uzyskują status nowości, nawet wtedy gdy odwołują się do przeszłości⁷⁹. Paradoksalnie można stwierdzić, że dziedzictwo jest najnowszą wersją przeszłości. Oznacza to, że podlega ono prawom rynku wymagającym proponowania coraz to nowych produktów. Jednak pościg za najnowszymi postaciami przeszłości nie oznacza wcale, że z substancji przeszłości można wykreować każdy produkt, gdyż istnieją w tym zakresie ograniczenia historyczne, polityczne i ideologiczne⁸⁰.

⁷⁶ Ibid., s. 261.

⁷⁷ W.J. Burszta, W. Kuligowski, op.cit., s. 17. Vide: Cz. Robotycki, *Etnografia wobec kultury współczesnej*, Kraków 1992.

⁷⁸ W.J. Burszta, W. Kuligowski, op.cit., s. 17.

⁷⁹ Ibid., s. 20.

⁸⁰ Mam tu na myśli ograniczenia wynikające z wykorzystania dziedzictwa totalitary-

Dziedzictwo jest więc wtórnym opisem przeszłości, ale również konsumowanym produktem zogniskowanym wokół centralnej kategorii kultury popularnej/masowej, jaką jest przyjemność. Jeśli rozumieć je jako produkt, który ma dostarczyć przyjemności obcowania z wystylizowaną przeszłością, to trafne jest takie spojrzenie na kulturę popularną (a dziedzictwo jest jego elementem), które uwzględnia instrumentalne podejście do przedmiotów. Innymi słowy – rzeczy są narzędziami do osiągnięcia określonego celu, a jednym z nich jest przyjemność. Tym samym dziedzictwo jako produkt jest tak skonstruowaną przeszłością – w jej materialnym i niematerialnym aspekcie – że staje się narzędziem osiągnięcia stawianych przed nim celów. Szerzej jednak można powiedzieć, że dziedzictwo jest obiektem obciążonym misją, gdyż przedmioty i idee będące produktami popkultury mają – jak pisał Burszta – „obsługiwać” jakąś sferę życia⁸¹.

zmów (w tym Auschwitz) i kreowania ich obrazów, które wchodzi do obiegu produktów popkultury.

⁸¹ Vide: A. Borgman, *Technology and the Character of Contemporary Life*, Chicago 1984, s. 41–43; id., *All That is Solid Melts into Air*, New York 1982; id., *Holding on to Reality. Nature of Information at the Turn of the Millenium*, Chicago 2000.

