

Jakub Andrzejczak

Koniec autentyczności? Konstrukcje pop-rzeczywistości w społeczeństwie amerykańskim

Celem artykułu jest ukazanie wpływu kultury popularnej na młode pokolenie, a także opis i analiza społecznych konstrukcji pop-rzeczywistości w Stanach Zjednoczonych. Szczególny nacisk został położony na sfery ludzkiego życia, takie jak: religia, polityka, prawo i sport. Autor porównuje społeczne konstrukcje w przeszłości i współcześnie, kiedy edukacyjne i kulturowe wartości szybko się zmieniają. Ostatecznie autor podejmuje próbę odpowiedzi na pytanie: Czy naprawdę mamy do czynienia z końcem autentyczności?

Spółeczna rzeczywistość jest przypadkowym trwającym osiągnięciem kompetentnych społecznych aktorów, którzy nieustannie konstruują społeczny świat przez zorganizowane zręczne praktyki codziennego życia.

(L. Wacquant)

Realny, prawdziwy, oryginalny... autentyczny — każdy z tych przymiotników oznaczać ma zgodność z pewnym absolutnym i uniwersalnym pierwowzorem, który zdaje się istnieć poza czasem i przestrzenią. Stawiając pytanie: „czy koniec autentyczności?“, powinniśmy więc także zapytać: czy w kulturze współczesnej mamy do czynienia z upowszechnianiem się czegoś, co jest pozorne, niewiarygodne... nieautentyczne?

W dominujących interpretacjach procesów i zjawisk kulturowych dostrzec można dwa sprzeczne podejścia. W pierwszym z nich zakłada się, iż istnieje coś takiego jak rzeczywistość obiektywna, „rdzeń”, pierwowzór, pewien zestaw najbardziej „prawdziwych prawd”. Ten prawdziwy i rzeczywisty świat jest nienaruszalny, a wszelkie odchylenia od owego „idealnego” standardu są postrzegane w kategoriach zniekształcenia i fałszu. Tak rozumiana ideologia modernizmu zawiera w sobie także jednoznaczne, dychotomiczne podziały na to, co dobre i złe, męskie i kobiece, prawdziwe i fałszywe, należące do kultury wysokiej i niskiej. Zakłada się przy tym, iż w procesie socjalizacji jednostki otrzymują — wyprowadzoną z owego „obiektywnego” świata — tożsamość, dzięki której potrafią w nim dobrze funkcjonować.

W interesującym mnie — z punktu widzenia podejmowanej przeze mnie problematyki — kontekście kultura popularna jest postrzegana jako „niska”, a jednocześnie do pewnego stopnia „nienaturalna” forma praktyki społecznej. Uważa się, że uczestnictwo w kulturze popularnej wprowadza ludzi w świat „porozów”, w patologiczną

„estetykę nieobecności”, której oczywistym symbolem może być np. narkotyczna dyskoteka techno czy zahipnotyzowany tłum kibiców piłkarskich (Melosik, 2001). W konsekwencji jednym z celów edukacji jest nakłonienie młodego człowieka, aby zerwał z „fałszywym światem pozorów” i powrócił do „świata prawdziwego”, w którym króluje szkoła, rodzina, kościół i państwo. Młody człowiek ma uzyskać swoją „prawdziwą” tożsamość.

W ujęciu alternatywnym – wobec zasygnalizowanego wyżej – twierdzi się, iż nie istnieje coś takiego jak rzeczywistość „naga”, „nieskażona ludzkim spojrzeniem”, stanowiąca „idealny pierwowzór”. Uznaje się, że żyjemy w świecie społecznych konstrukcji, stąd żadne twierdzenie czy praktyka społeczna nie może zgłaszać roszczenia do uzyskania uniwersalnego czy ponadczasowego statusu. Twierdzi się wręcz, iż poza społecznymi konstruktami „nic nie ma”, a więc logicznie nie można wyjść poza nie w jakąś abstrakcyjną czy absolutną przestrzeń. W konsekwencji nie można też dokonać rozróżnienia pomiędzy tym, co stanowi źródło a tym, co jest tylko lustrem; między tym, co jest oryginałem a tym, co kopią, a także tym, co jest realne a co pozorne oraz tym, co jest prawdziwe a co fałszywe. W świetle takich założeń wszelkie – odwołujące się do modernistycznych binaryzmów czy dwubiegunowych klasyfikacji – podziały, dzielące świat i ludzi według zasady „albo – albo”, stanowią jedynie wyraz dążenia do sprawowania władzy nad tożsamościami i rzeczywistościami. Nawiązując do poststrukturalnej wizji M. Foucaulta, można stwierdzić, że modernistyczne klasyfikacje stanowią formę aroganckich podziałów, których jedynym uzasadnieniem jest dążenie do narzucenia ludziom określonej „wersji rzeczywistości” (Melosik, 1995). Innymi słowy, z perspektywy społecznego konstrukttywizmu nie ma świata „jako takiego”, są tylko różne wersje świata, z których jedna – w sposób „narzucony” – uzyskuje status prawdziwej i autentycznej.

Spółeczny konstrukttywizm jest oskarżany przez modernistycznych metanarratorów o nihilizm i relatywizm – zaprzeczanie ideałom Oświecenia, rezygnację z walki o „lepszy świat”, wytwarzanie kulturowych pastiszów, w którym jedyną zasadą jest łamanie zasad. Miejsce absolutnej Prawdy zajęły – jak twierdzą krytycy konstrukttywizmu – płynność, względność i przypadkowość, które stają się kulturowymi znakami naszych czasów, przy czym – jak pisze Guy Debord – „prawda jest momentem fałszu” (Debord, 2001). Dla zwolenników modernistycznych ideałów przyjęcie założeń konstrukttywizmu kwestionuje całą zachodnią tradycję w zakresie wartościowania rzeczywistości (w świetle konstrukttywizmu związane z pop-kulturą praktyki kultury popularnej, w których uczestniczy młodzież, jak np. koncerty muzyczne czy czytanie komiksów, są w takim samym stopniu uprawomocnione, jak udział w koncercie filharmonicznym czy lektura powieści Faulknera). Krytycy twierdzą także, iż konstrukttywizm zamyka człowieka w pułapce konstrukcji społecznych. Odpowiadając na zarzuty, konstruktwiści utrzymują, iż ich podejście jest optymistyczne, otwiera bowiem przestrzeń wolności – skoro kształt naszego świata i naszej tożsamości wynika z istniejących w danym miejscu i czasie warunków społecznych, to możemy aktywnie o nich decydować. W konsekwencji podstawowym zadaniem pedagogów jest upodmiotowienie młodego człowieka tak, aby świadomie konstruował siebie samego i świat, w którym żyje.

W rezultacie zarysowanych wyżej sporów, pedagogzy i badacze kultury stają przed pewnym dylematem. Oto bowiem istotą pedagogiki jest do pewnego stopnia intencjonalne kształtowanie tożsamości, a zadaniem badacza edukacji jest próba odpowiedzi na pytanie, „jaki powinien być świat?”. Problemem pozostaje jednak – przy przyjęciu założeń konstrukttywizmu – odnalezienie przez nas źródła działań pedagogicznych i „wizji lepszego świata”.

Autor prezentowanego tekstu staje na stanowisku społecznego konstrukttywizmu, któremu towarzyszą sentymentalne, wynikające z jego własnej socjalizacji, marzenia o wychowaniu „dobrego” człowieka i tworzeniu

„lepszego świata”. Czy więc z takiej perspektywy tytuł artykułu ma sens? Skoro bowiem nie ma nic „autentycznego”, to bezpodstawa jest teza o „końcu autentyczności”. W związku z tym w poniższych narracjach punkt ciężkości będzie koncentrował się na próbie nakreślenia odpowiedzi na następujące pytanie: czy jest prawdą, iż we współczesnym społeczeństwie amerykańskim następuje upowszechnienie takich – głównie związanych z pop-kulturą – praktyk, które z punktu widzenia modernistycznych epistemologii i ideałów, uważane są za fałszywe, pozorne, nierzeczywiste? Postawienie tego pytania nie oznacza rezygnacji z założeń konstruktywizmu – dla określenia aktualnych tendencji przywołać można tutaj Grossbergowskie pojęcie „nieautentycznej autentyczności” (analizowane praktyki są autentyczne z punktu widzenia konstruktywizmu, a nieautentyczne z punktu widzenia modernistycznych metanarracji).

Na zakończenie należy wyjaśnić, dlaczego poniższe analizy dotyczyć będą społeczeństwa amerykańskiego. Po pierwsze, wybór ten wynika z przekonania o rosnącym prymacie amerykańskich wzorów kulturowych we współczesnym świecie (jakkolwiek krytycznie nie będziemy oceniać tego zjawiska). Ponadto, autor wychodzi z założenia, iż współczesne społeczeństwo amerykańskie możemy traktować jako „wielki eksperyment”, w którym wyłaniają się tendencje społeczno-kulturowe stanowiące „proroczą wizję” dla całego świata (Melosik, 1995).

Bez względu na to, które z powyższych podejść wyda nam się zasadne, możemy zwrócić uwagę na pewną oczywistość. Oto nie ulega chyba wątpliwości, że kultura popularna zaczyna odgrywać coraz większą rolę w życiu współczesnych ludzi (możemy mówić wręcz o „epidemii pop-kultury”) i staje się jednym z podstawowych „układów odniesienia”; potężnym czynnikiem socjalizacji młodego pokolenia. Społeczeństwo przekształcone zostaje przy tym w arenę wielkich spektakli: spektaklu konsumpcji, w której „być” zastępowane jest przez „mieć”, spektaklu telewizyjnego, w którym „wiedzieć” zastąpione jest przez „widzieć”, wreszcie spektaklu tożsamości, którego istotą jest „metamorfoza ludzkiej jaźni” („trwałość” zastąpiona została przez „płynność”). Nie sposób przy tym nie odnieść wrażenia, iż to właśnie mass media stały się najistotniejszym komponentem i nośnikiem pop-kultury. Stojąc z oczywistej opozycji do wynalazku Gutenberga, w istotny sposób zmieniają postrzeganie rzeczywistości, która staje się „medialną hiperrzeczywistością” – źródłem świata, w którym ludzie żyją: „Telewizja i Internet nie stanowią już »lustra«, w którym odzwierciedlane jest społeczeństwo; jest odwrotnie, to życie społeczne staje się imitacją ekranu” (Melosik, 2001). Zjawisku temu towarzyszy inflacja znaczeń: „Współczesne media »atakują człowieka« milionami słów, dźwięków, obrazów i wyobrażeń, symboli, kontekstów i interpretacji. Coraz trudniej jest nam się w tym wszystkim rozeznać – wydzielić z kakafonicznego zgłędu to, co jest ważne i wartościowe (...). Z drugiej strony, człowiek żyje w warunkach »epidemii znaczeń« – znaczenia »zwielokrotniają się«, odwołując się wyłącznie do siebie wzajemnie i tracą natychmiast swoje znaczenie; nad procesem tym nie możemy mieć żadnej kontroli” (Melosik, 2001). Zrozumiałe wydaje się być w tym kontekście stwierdzenie Jeana Baudrillarda, iż: „Żyjemy w świecie, w którym jest coraz więcej informacji, ale coraz mniej znaczeń” (Baudrillard, 1994). Zjawisko to doskonale syntetyzuje Henri Lefebvre pisząc, iż: „To, co widzimy jest sztucznym światem (...), ponieważ prezentuje się jako prawdziwy i naśladuje prawdziwe życie, po to, by zastąpić rzeczywistość swoimi przeciwieństwami, zastąpić rzeczywiste nieszczęście nierzeczywistym szczęściem” (Gotham, 2004).

Trzeba przy tym stwierdzić, iż w naszej percepcji otaczających nas konstrukcji społecznych coraz częściej postrzegamy (świadomie lub nie) takie sfery życia, jak nauka, prawo, polityka, religia, sztuka czy wychowanie w kontekście tendencji typowych dla kultury popularnej, czy nawet jako „wytworów” tej kultury. Sfery te poddawane są

stałemu procesowi „pop-kulturyzacji” (zdaniem M. N. Wexlera i R. Septa – wręcz „trywializacji”) i wbrew wysiłkom mającym na celu odnalezienie ich „fundamentalnego” źródła czy charakteru, zdają się „tracić kontakt” z jakimkolwiek pierwowzorem lub oryginałem (Wexler, Sept, 1994).

Celem poniższych rozważań jest analiza tych wybranych sfer życia społecznego, które – w sposób „pełzający”, jednak jak się zdaje, nieuchronny – nabierają popularnego charakteru; można tu wymienić religię, prawo, politykę czy sport.

W przeszłości religijne systemy norm i wartości wyznaczały świat życia jednostki. Odwieczny podział na *sacrum* i *profanum* wykreślał sposób postrzegania świata, a także przebieg socjalizacji i w konsekwencji – kształt tożsamości człowieka. Dla wiernych „prawdziwość” wyznawanej przez nich religii i czczonego boga nie ulegała żadnej wątpliwości, niezależnie od tego, czy była to religia chrześcijańska, buddyzm czy islam. Wiara w „absolutną autentyczność” własnej religii (i „fałszywy charakter” innych) prowadziła do wypraw krzyżowych czy – jak w przypadku islamu – do „świętej wojny”.

Obecnie, analizując pewne zjawiska w obrębie religii w społeczeństwie amerykańskim, odnieść można nieodparte wrażenie, że zachodzi tam postępujący proces popularyzacji zarówno samej istoty religijności, jak i przede wszystkim sposobów ekspresji wiary. W związku z tym uzasadnione jest – przynajmniej do pewnego stopnia – używanie pojęcia pop-religia.

Najistotniejszym zjawiskiem popkulturyzacji religii jest fragmentaryzacja religijnych dogmatów, wyrażająca się w próbach konstruowania indywidualnych religii, zgodnych z wyznawanym przez jednostkę systemem norm i wartości. Symbole i rytuały, posiadające – dla („prawdziwych”?) wyznawców danej religii – fundamentalne i absolutnie metafizyczne znaczenie, dla twórców owych eklektycznych religii mają charakter względny, stanowią jedynie „przedmioty” czy „znaki”¹. W społeczeństwie amerykańskim coraz częściej powstają takie eklektyczne wyznania, które łączą np. katolicyzm z buddyzmem, judaizmem czy islamem, tworząc tym samym jedną „religię świata”. Każdy wyznawca może przy tym wybrać (niekiedy sprzeczne ze sobą) treści, formy i praktyki religijne; sam też próbuje dotrzeć do boga/bogów tą drogą, która wydaje mu się najbardziej odpowiednia. Selektywne traktowanie religijnych nakazów wyraża się także w kwestionowaniu przez chrześcijan zakazów aborcji, eutanazji czy związków homoseksualnych, wiarę we wróżby, astrologię, ale także praktykowaniem jogi i rytuałów, które pierwotnie przynależały do innych religii. Następuje w tym kontekście paradoksalne odwrócenie obowiązującej w przeszłości zasady, zgodnie z którą uznawane za autentyczne i cenione przez człowieka wartości wynikały jednoznacznie z przyjętej przez niego religii. Obecnie natomiast to specyficzne dogmaty religijne dobierane są niczym puzzle do istniejącego już w świadomości jednostki systemu wartości i norm (przypomina się w tym miejscu feministyczna idea „boga bez cech męskich”, jako że „tam, gdzie Bóg jest mężczyzną, mężczyzna jest bogiem”), (Melosik, 1995). Niczym nadzwyczajnym nie jest też częste zmienianie wyznania, w zależności od poglądów rodziny

¹ Zdany przykładem jest analiza hierofanii M. Eliadego. „Święty kamień, święte drzewo nie odbierają czci jako kamień czy drzewo, są bowiem hierofantami, ponieważ objawiają coś, co już nie jest kamieniem czy drzewem, lecz co jest święte, »całkiem inne« (...) Święty kamień pozostaje jednak kamieniem; pozornie (a mówiąc dokładniej: z perspektywy profanum) niczym się on nie różni od innych kamieni, ale dla tych, którym kamień objawił się jako święty, jego bezpośrednia rzeczywistość przemienia się w rzeczywistość nadrealną”. M. Eliade, *Sacrum i profanum*. Warszawa 1999, s. 7-8.

poślubionego małżonka/małżonki czy zmiany położenia społecznego (na przykład, zgodnie z tezą, iż: „katolicyzm jest religią ludzi biednych, protestantyzm dużo lepiej pasuje do przedsiębiorczej natury swoich wyznawców”²). Telewizja zdaje się sprzedawać doznania religijne w paczkach, a gwiazdy pop przywdziewają symbole religijne (np. słynna skandalizująca piosenkarka Madonna czy modelka Claudia Schiffer, ubrana przez swojego projektanta w strój, na którym widniały inskrypcje Koranu). W ramach kreowania pop-religijnych doświadczeń wymienić można także takie praktyki kulturowe, jak: przeróbki pieśni religijnych przez zespoły muzyki pop, organizacja wyjazdowych ćwiczeń religijnych, komercjalizacja świętych obrazków (i innych symboli, w tym postaci papieży), a także miejsc kultu religijnego, organizacja „podróży duchowych” (przez różne religie, jako że „jedna religia daje poczucie duchowej klaustrofobii”), różnego typu wydawnictwa multimedialne, dzięki którym możliwe jest przeżycie religijnych uniesień w domu. Tak pisze o tych zjawiskach Z. Melosik: „Religia staje się kwestią mody, stylu, »dowolną konstrukcją«” (Melosik, 1995). Można – w coraz większym stopniu – uznać ją za kolejny produkt społeczeństwa konsumpcji, można ją dowolnie dopasowywać do siebie niczym modny strój.

Kolejnym, wręcz symbolicznym przejawem pop-religii generacji X, jak to określili R. Flory i D. Miller, jest zjawisko tele-ewangelizmu. Autor jednego z najznakomitszych – wśród dotyczących tego tematu – dzieł, pt.: *Televangelism. The Marketing of Popular Religion*, Razelle Frankl podkreśla, iż „tele-ewangelizm eksponuje trzy formy zachowań, które wyrażają się: w telewizyjnych imperatywach, charyzmatycznym przywództwie i kulturowym fundamentalizmie” (Frankl, 1987). Szczególnie ciekawy jest ten trzeci komponent – tele-ewangelizm odwołuje się do fundamentalizmu religijnego, a także usiłuje go wykreować jako swoiste antidotum na relatywizm naszych czasów. Jednak w praktyce stanowi on jedynie medialną (doprawioną fanatyczną ekscytacją) papkę religijną; wyznawcy jego różnych wersji stają w obliczu telewizyjnej iluzji religijnej, w której cotygodniowe transmisje z mszy można porównać do niekończącej się opery mydlanej. Tele-ewangelizm – jako forma fundamentalistycznego poszukiwania „autentycznej religii” – wydaje się być wykreowany przez pop-kulturę; jego istotą jest przecież konsumpcja obrazu telewizyjnego.

Innym przejawem poszukiwania „autentycznych” wartości religijnych jest współczesna literatura dotycząca buddyzmu. Potwierdzeniem tych słów niech będzie – stawiający na odzyskanie duchowych podstaw (poprzez tę religię) – wymowny tytuł jednej z książek, *Uważność na targowisku*, w której autorzy analizują możliwość odnalezienia „ścieżek świadomej konsumpcji”, przyznając jednocześnie, iż zasad rządzących społeczeństwem konsumpcji nie można zakwestionować (Badinera, 2004).

Popkulturyzacja religii stanowi dla jednych widomy znak degeneracji współczesnego społeczeństwa i upadku moralności; inni jednak postrzegają to zjawisko mniej pesymistycznie: jako przejaw swoistego przesunięcia punktu ciężkości życia religijnego z instytucji społecznych (np. kościoła) na – zdolną do wolnego wyboru – jednostkę.

Następną wartą przeanalizowania płaszczyzną jest polityka. Modernistyczne państwo (i naród) postrzegane było jako kategoria absolutna, a jego władza i polityka zdawała się być niepodważalna. Polityka prowadzona przez państwo definiowana była przez pryzmat celu kształtowania pożądanego obywatelstwa, a także realizowania interesów narodowych (Melosik, 1998). Tego typu pozycja narodowego państwa w epoce współczesnej należy do przeszłości. Integralną cechą (i nośnikiem) globalizacji jest swoista „deteritorializacja” tożsamości, zarówno

² Strona internetowa: <http://wiadomosci.onet.pl/>.

jednostkowej, jak i grupowej. Obecnie jej osiǳ coraz częściej nie jest już organizacja państwowa, lecz układy odniesienia wyznaczone przez środki komunikacji. Istotą jest tu – z jednej strony – możliwość szybkiego przemieszczania się z miejsce na miejsce (z kontynentu na kontynent), a także – z drugiej strony – możliwość tworzenia różnego typu „medialnych” czy wręcz „mikroelektronicznych” (często ogniskujących się na wybranych aspektach kultury pop, takich jak np. muzyka) społeczności, a to dzięki telewizji i Internetowi (Melosik, 1998). I to już w punkcie wyjścia odbiera roszczenia jakiegokolwiek absolutności w prowadzonej przez państwo polityce, odbiera jej wszelki „metafizyczny charakter”. Całkowita popularyzacja polityki ma jednak miejsce z uwagi na prowadzoną przez polityków i partie „politykę maksymalnej obecności” w mediach. Można tu stwierdzić wręcz, iż nie ma racji bytu ani polityk, ani partia polityczna, która nie posiada odpowiedniego „czasu antenowego”. Najbardziej radykalnymi przykładami medialnej, upozorowanej praktyki politycznej są w tym kontekście dwie postaci. Pierwszą z nich jest Ronald Reagan. „W przeszłości aktor, przyjął on świadomie telewizyjny sposób sprawowania rządów, pozwalając się postrzegać tak, jakby jego prezydentura była showem na ekranie” (Melosik, 1995). Drugą postacią jest (niemal groteskowy z punktu widzenia typowych standardów europejskich) gubernator Kalifornii Arnold Schwarzenegger, były kulturysta i aktor grający rolę terminatora.

Do historii analiz, prowadzonych w ramach studiów kulturowych, przeszła także pierwsza pop-wojna; nazwa ta odnosi się do amerykańskiej interwencji w Kuwejcie (w związku z agresją Iraku) w roku 1991. Operacja „Pustynna Burza” transmitowana w (przerwywanych reklamówkami) odcinkach przez wszystkie stacje telewizyjne stanowi symbol komercjalizacji polityki i tragedii ludzkiej. Widzowie mieli niemal osobisty – dzięki zbliżeniom kamer – udział w ekscytujących wydarzeniach na ulicach Bagdadu, czuli się niemal jak uczestnicy gry komputerowej.

Kolejna płaszczyzna popularyzacji życia społecznego dotyczy prawa. Jeszcze nie tak dawno – powszechnie akceptowane – pojęcie „autentycznej sprawiedliwości” odwoływało się do „oryginalnego” prawodawstwa, którego źródłem były najczęściej takie kodyfikacje prawne, jak Dekalog czy Koran. Wyrok sądowy – w takim aspekcie – miał charakter zero/jedynkowy, potencjalny sprawca był winny albo niewinny, co wynikało z oczywistych i uznanych za prawdziwe zasad. Stąd wyrok nie mógł być postrzegany jako częściowo sprawiedliwy. Przekonanie o niezmienności i absolutności norm prawnych wyznaczało przy tym przebieg socjalizacji i kształt tożsamości: jednostka internalizowała określone przez prawo standardy postępowania i wiedziała, że za ich przekroczenie czekają ją surowe represje.

Współczesne prawo, podobnie jak religia czy polityka, nabiera w coraz większym stopniu charakteru medialnego, coraz też częściej wpisuje się w wizualną logikę mediów. Trzeba dodać, że przełomem w dziedzinie popkulturyzacji prawa była decyzja Sądu Najwyższego zezwalająca na transmitowanie rozpraw sądowych. Dobrym przykładem może być w tym kontekście – relacjonowana w większości amerykańskich stacji telewizyjnych – policyjna obława, a później medialny proces sądowy O. J. Simpsona, futbolisty oskarżonego o morderstwo. Od tamtej pory mass media, poszukując coraz to nowszych możliwości przeżywania przez odbiorców ekstazy komunikacyjnej, stawiały kolejne kroki na drodze do zniesienia granic pomiędzy tym, co publiczne, a tym, co prywatne. Obecnie posiedzenia sądów w sprawach stanowiących obiekt zainteresowania społecznego emitowane są w eter niczym kolejne odcinki serialu (słuszne więc wydaje się pytanie R. Sherwina: „Co dzieje się, gdy rozprawa sądowa upodabnia się do filmu?”). W konsekwencji, dążąc – w imię komercyjnej sensacji – do maksymalnego upublicznienia rozpraw sądowych, media sprawiły, iż prawo (w swojej spopularyzowanej wersji) jest w coraz większym

stopniu postrzegane przez pryzmat interesów różnych grup społecznych. Ich celem staje się *de facto* walka o medialną aprobatę zajmowanego przez ich reprezentantów stanowiska na sali sądowej. Jest to oczywiście zaprzeczenie obiektywności i „autentyczności” prawa, tym bardziej iż środki masowego przekazu (w szczególności telewizja) upowszechniają własne, choć sfragmentaryzowane dyskursy prawdy, prawa i sprawiedliwości (manipulując opinią publiczną, a także sędziami, prokuratorami i obrońcami). W takiej sytuacji nie wiadomo już, czy media relacjonują to, co dzieje się na sali sądowej, czy to sędziowie wydają wyroki pod wpływem medialnej opinii. I to media – jako wielcy pop-sędziowie – decydują niekiedy w swoich pop-wyrokach o realnych decyzjach sędziów: u niewinnienie czy krzesło elektryczne?

I właśnie kara śmierci stanowi najbardziej chyba jaskrawą egzemplifikację pop-prawa. Sporów dotyczących tej kary w społeczeństwie amerykańskim nie możemy obecnie rozpatrywać jedynie w kontekście *stricte* prawnym, w związku z odwiecznym podziałem na abolicjonistów i retencjonistów. Współczesne kontrowersje dotyczą publicznego wykonywania egzekucji, mówiąc językiem krytyków – kreowania „upozorowanego spektaklu śmierci”, którego w żaden sposób nie można porównać z publicznymi wyrokami w przeszłości. Medialny show egzekucji, w którym najbardziej osobiste doznanie człowieka, jakim jest śmierć, wystawione jest na widok publiczny (jak miało to miejsce w przypadku Timothy’ego McVeigha), uznawane jest nawet przez część zwolenników tej kary za apogeum „kultury przezroczystej”. W przeszłości kara śmierci stanowiła „szywną granicę transparencji”, otoczona była tajemnicą, była prywatną sprawą skazanego. Obecnie tworzy ona kolejny spektakl (J. Twitchell pisze: „Nie zatraciliśmy naszej odwiecznej potrzeby spoglądania za kurtynę. Wszystko, co się zmieniło, to to, że teraz posiadamy przemysł [rozrywkowy – dop. J. A.], który odśłoni ją za nas... codziennie, za odpowiednią cenę”, Twitchell, 1992).

I w tym przypadku ocena popkulturyzacji prawa nie jest jednoznaczna. Z jednej strony kodeksy prawne straciły swój oryginalny charakter, stały się zbiorem relatywnych przepisów; z drugiej jednak strony – w obecności oka telewizyjnej kamery sędziom jest znacznie trudniej niż kiedykolwiek wydać wyrok w oczywisty sposób niesprawiedliwy.

Apogeum popkulturyzacji ma chyba jednak miejsce w przypadku współczesnego sportu. Tradycyjna wersja sportu zakładała – w nawiązaniu do greckiego, spopularyzowanego przez Pierre’a de Coubertina ideału kalokagatii – iż celem sportu jest integracja tego, co fizyczne, z tym, co duchowe. Najistotniejszy był więc udział, a nie wygrana. Autentyczny sport wyrażał się w rywalizacji równych uczestników. Stoickie doświadczanie bólu fizycznego, duch zdrowej rywalizacji oraz eksponowanie wartości sportu sytuowały jednostkę wysoko w hierarchii społecznej. Obecnie jednak starożytnych hellanodików, którzy sprawowali nadzór nad igrzyskami, zastąpiły technologie medialne. Nie ulega wątpliwości, iż sport utożsamiany jest więc z pop-show, w którym liczy się wyłącznie spektakularny triumf zawodnika. Widowiska sportowe (a w szczególności igrzyska olimpijskie) to przede wszystkim ogromne przedsięwzięcia komercyjne, podporządkowane logice przekazu medialnego (z technologią spowolnienia obrazu, niezliczonymi powtórkami i agresywnymi pytaniami dziennikarzy). Istotą jest tutaj zysk finansowy, a jego instrumentem popkulturyzacja sportu, wraz z jej orientacją na skandale, dramaty, przemoc oraz seksualizację ciał zawodników i zawodniczek (Rowe, 1999). Na taką medialno-komercyjną oprawę (sprawiającą wrażenie, że zawody to jeden wielki reality show) nakłada się upolitycznienie sportu. Politycy wykorzystują bowiem wydarzenia sportowe (a przede wszystkim fakt, iż są one oglądane przez miliony widzów) do eksponowania swoich interesów i poglądów. Trudno jest w tym względzie przecenić rolę sportu w upowszechnianiu ideologii (pop)nacjonalizmu

(Jean Baudrillard określa na ten przykład igrzyska olimpijskie jako „totalny happening, masowe uczestnictwo w nabożeństwie ku czci narodu”, Baudrillard, 1998).

Powyższe analizy prowokują postawienie pytania nie tylko o istnienie „autentycznej rzeczywistości”, ale także o kształt tożsamości człowieka dwudziestego pierwszego wieku. Czy jest to tożsamość typu „pop”?; czy możemy – wzorem postmodernistycznych teoretyków – ogłosić „śmierć (autentycznego) podmiotu”? (Rosenau, 1992). Wydaje się, że takie (nie ulega wątpliwości – bardzo pesymistyczne) podejście nie jest uzasadnione. Istotą jest tu problem socjalizowania młodego pokolenia. Pedagogika w swojej odpowiedzi na popkulturyzację życia społecznego nie powinna orientować się na obsesyjne poszukiwanie granic między tym, co jest autentyczne a tym, co pozorne, tym, co prawdziwe a tym, co fałszywe. Wyznaczanie granic i klasyfikowanie prowadzi bowiem w sposób nieunikniony do wychowania represyjnego, do ograniczania możliwości rozwojowych. „Pedagogika powinna oferować jedynie punkty wyjścia (lecz nie dojścia) odmiennej organizacji przestrzeni możliwości” (Melosik, 1995). Należy więc odstąpić od przekonywania wychowanków o autentyczności którejkolwiek z wersji rzeczywistości i podjąć próbę (przy świadomości całego ryzyka przyjęcia takiej opcji) negocjowania z uczniami kształtu świata, w którym młodzież żyje i który może zmieniać.

Bibliografia

- Badinera A. H. (2004), *Uważność na targowisku. Globalny rynek i masowa konsumpcja a świadome życie*. Wydawnictwo Jacek Santorski & CO: Warszawa.
- Baudrillard J. (1998), *Ameryka*. Sic: Warszawa.
- Baudrillard J. (1994), *Simulacra and Simulation*. University of Michigan: Michigan.
- Debord G. (2001), *The Commodity as Spectacle*. W: M. G. Durham, D. M. Kellner (red.), *Media and Cultural Studies*. Blackwell Publisher: Malden, s. 141.
- Eliade M. (1999), *Sacrum i profanum*. KR: Warszawa.
- Frankl R. (1987), *Televangelism. The Marketing of Popular Religion*. Illinois University Press: Illinois.
- Gotham K. (2004), *From Culture Industry to the Society of the Spectacle: Theoretical Affinities of the Frankfurt School and the Situationist International*, Conference Papers – American Sociological Association 2004, Annual Meeting. San Francisco.
- Kellner D. M. (2000), *Grand Theft 2000. Media Spectacle and Stolen Election*. Rowman & Littlefield Publishers. Lanham–New York–Oxford.
- Kellner D. M. (1995), *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London–New York: Routledge.
- Kroker A., Cook D. (1986), *The Postmodern Scene. Excremental Culture and Hyper – Aesthetics*. St. Martin's Press: New York.
- Melosik Z. (2001), *Młodzież i styl życia: paradoksy pop-tożsamości*. W: Z. Melosik (red.), *Młodzież, styl życia i zdrowie*. Wolumin: Poznań.
- Melosik Z. (1995), *Postmodernistyczne kontrowersje wokół edukacji*. Edytor: Poznań–Toruń.
- Melosik Z. (1996), *Tożsamość, ciało i władza. Teksty kulturowe jako (kon)teksty pedagogiczne*. Edytor: Poznań–Toruń.
- Melosik Z. (1998), *Wychowanie obywatelskie: nowoczesność, ponowoczesność (Próba konfrontacji)*. W: Z. Melosik, K. Przyszczypkowski (red.), *Wychowanie obywatelskie. Studium teoretyczne, porównawcze i empiryczne*. Edytor: Poznań–Toruń.
- Rosenau P. M. (1992), *Postmodernism and the Social Sciences. Insights, Inroads and Inclusions*. Princeton University Press: Princeton.

- Rowe D. (1999), *Sport, Culture and the Media. The Unruly Trinity*. Open University Press: Buckingham—Philadelphia.
Twitchell J. B. (1992), *Carnival Culture. The Trashing of Taste in America*. Columbia University Press: New York.
Wexler M. N., Sept R. (1994), *The Psycho-Social Significance of Trivia*. *Journal of Popular Culture*, vol. 28.2.

Summary

The end of authenticity? Constructions of pop-reality in the American society

The aim of the article is to present an influence of contemporary popular culture on young generation and also describe and analyze social constructions of pop-reality in the United States. The special emphasize is put on spheres of life like: religion, policy, law and sport. The author compares social constructions of identity in the past and now, when educational and cultural values are changed rapidly. Finally the author answers the question: do we really have the end of authenticity.