

Imitacja w wybranych  
koncepcjach i kontekstach  
społeczno-kulturowych



WYŻSZA SZKOŁA GOSPODARKI EUROREGIONALNEJ  
IM. ALCIDE DE GASPERI

KATERYNA NOVIKOVA

# Imitacja w wybranych koncepcjach i kontekstach społeczno-kulturowych



Józefów 2017

Imitacja w wybranych koncepcjach  
i kontekstach społeczno-kulturowych

Recenzja naukowa:  
**dr hab. Justyna Szulich-Kałuża**

Wydawca: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki  
Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi w Józefowie  
05-410 Józefów, ul. Sienkiewicza 4  
tel./faks: 48 22 789 19 03, [www.wsge.edu.pl](http://www.wsge.edu.pl)  
e-mail: [wydawnictwo@wsge.edu.pl](mailto:wydawnictwo@wsge.edu.pl)  
Nakład: 100 egz. Objętość: 7,66 ark. wyd.

ISBN 978-83-62753-80-2

Copyright by Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej  
im. Alcide De Gasperi  
Wszelkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie, przedrukowywanie  
i rozpowszechnianie całości lub fragmentów niniejszej publikacji  
bez zgody wydawcy zabronione.

Projekt okładki:  
**Jadwiga Popowska**

Skład, łamanie:  
**Jadwiga Popowska**

Korekta:  
**Agnieszka Janowska**

Druk i oprawa:  
**INTER-BOOK**  
Paulina i Grzegorz Indrzejczyk s.c.  
Wiejca 51  
05-085 Kampinos

*Moim rodičom*



# Spis treści

Wstęp ..... 9

## Część 1

KONCEPCJE ..... 15

Imitacja w myśli filozoficznej ..... 15

W poszukiwaniu źródeł ..... 15

Gabriel Tarde ..... 19

Thorstein Veblen ..... 24

René Girard ..... 27

Imitacja w perspektywie sieciowej ..... 33

Imitacja w perspektywie instytucjonalnej ..... 39

## Część 2

KONTEKSTY ..... 51

Tożsamość jednostki a samorealizacja przez ubiór:  
imitacja czy inwencja? ..... 51

Modne wzorce z ekranu a imitacja „stylu zachodniego”:  
przypadek filmów z epoki socjalistycznej ..... 62

Wzorce do naśladowania w społeczeństwie konsumpcyjnym:  
imitacja czy podróbka? ..... 75

Dzieci i młodzież: sposoby i wzorce do naśladowania ..... 90

Piractwo w internecie: imitacja podstawą kreacji? ..... 98

Imitacja zagrożeniem dla cywilizacji. Przypadek  
„cywilizacji radzieckiej” ..... 110

Zakończenie ..... 131

Literatura ..... 134

Źródła ..... 149





Wtedy Jezus rzekł do swoich uczniów:  
„Jeśli kto chce pójść za Mną,  
niech się zaprze samego siebie,  
niech weźmie krzyż swój i niech Mnie naśladuje.  
Bo kto chce zachować swoje życie, straci je;  
a kto straci swe życie z mego powodu, znajdzie  
je (...)”

(Mateusz 16, 24. 25).

## Wstęp

Słynny irlandzki noblista, poeta i pisarz William Butler Yeats, w swoim zbiorze folkloru irlandzkiego kiedyś odniósł się do celowego poświęcenia się chrześcijańskich świętych i bohaterów (Yeats, 1998 [1917], s. 333). Skonfrontował to z ówczesną, jak twierdził, doktryną szczerości i samorealizacji, przez którą kultura zrobiła ludzi miękkimi i pasywnymi. Średniowiecze i epoka Odrodzenia miały więcej racji w oparciu się na naśladowaniu Chrystusa albo wybranych klasycznych bohaterach. Święty Franciszek i Cezary Borgia stali się twórczymi zwycięzcami, „odwracając się od lustra w stronę refleksji nad maską”. Wobec tego wszystko dla pisarza zaczęło być alegorią. Wyznawał imitację jako część stylu i życia, nawet życia dalekiego od naśladowania bohaterów. „Szczęście uzależniło się od energii zaczerpniętej z maski jakiegoś innego życia, odrodzenia nieswojej jaźni, od czegoś tworzono na chwilę i nieustannie odnawianego, w zabawie podobnej do dziecięcej...” (Yeats, 1998 [1917], s. 334).

Pomysł napisania książki o imitacji powstał pięć lat temu. *Nomen omen* wzorowany był na dziełach z różnych serii anglojęzycznych czy też przetłumaczonych na polski, nawiązujących do ciekawych tematów, zjawisk, procesów. Nie były to tematy należące do ściśle określonej dyscypliny, zahaczały o kilka dziedzin i okresów historycznych. Zresztą właśnie takie przyciągają uwagę czytelnika, a autorom dają przyjemne złudzenie uniwersalności tematu: moda, zabawa, zmiana, randka, strach, piękno, brzydota, wojna, kłamstwo, konsumpcja,

turystyka czy wolność. Inspiracją do refleksji teoretycznych i poszukiwań badawczych dotyczących imitacji stały się wcześniejsze moje zainteresowania społeczeństwem sieciowym i siecią, jak również ogólnie oddziaływaniem mediów tradycyjnych i elektronicznych (np. Novikova, 2012).

Fenomen imitacji jest na tyle nieuchwytny, co wydawałoby się banalny. W pierwszej części książki zatem postaram się przedstawić naśladownictwo, imitację czy *mimesis* w rozumieniu wybranych przedstawicieli europejskiej myśli społecznej, których dorobek, tak czy inaczej, nawiązywał lub też skupiał się na wspomnianych zjawiskach. W kolejnych dwóch podrozdziałach tej części spróbuję przedstawić zjawisko naśladowania w ramach bardziej nowoczesnych dwóch nurtów teoretycznych, do najważniejszych dokonań, do których będę się odwoływać w części poświęconej kontekstom społeczno-kulturowym. Ujęcie sieciowe oraz neoinstytucjonalne pozwoli spojrzeć na mezostrukturalny wymiar problemu naśladownictwa. Inaczej mówiąc, jak połączenia między ludźmi oraz połączenie się ludzi w organizacje i instytucje tworzą uwarunkowania dla działań imitacyjnych, dla naśladowania wzorców zachowań, struktur, działań w życiu codziennym czy zawodowym.

W części drugiej, próbując nawiązać do wcześniej wspomnianych koncepcji, postaram się przedstawić zjawisko imitacji czy też naśladowania w życiu jednostki w różnorodnych kontekstach. Charakter tej części w trakcie pisania był zmieniany wiele razy z różnych względów. Podobnie jak w części pierwszej, można byłoby zamieścić wśród rozdziałów wiele wątków, do których mam ambicję wcześniej czy później wrócić. Na dany moment jednak proponuję uwadze czytelnika trzy wątki, które pokrótce można opisać jak: konsumpcja, sieć i cywilizacja.

Tematy mogą się wydawać nieco rozległe czy wręcz oddalone od siebie, by znaleźć się w jednej części książki lub nawet jednej książce. Wydaje mi się jednak, że zaproponowałam czytelnikowi fascynującą drogę do przebycia, przeanalizowania, porównania, refleksji. Od wpisanej w pewne uwarunkowania społeczno-kulturowe auto-kreacji opartej na ubiorze, wizerunku i modzie do młodzieżowego naśladowania przygodnych popularnych autorytetów oraz historycz-

nych wzorców do naśladowania stylu ze srebrnego ekranu. Od prób wyjścia poza własną warstwę społeczną dzięki wątpliwym zabiegom konsumpcyjnym do niezwykle nowoczesnych sposobów kreacji i imitacji, które zahaczają o temat wymiaru praw autorskich. Druga część zatem kończy się makrowymiarem naśladownictwa, które jako element tendencji modernizacyjnych zostało oskarżone o upadek całej cywilizacji na przełomie XX i XXI wieku. W ten sposób najwyższy poziom naśladownictwa w moich rozważaniach egzemplifikuje się w procesach imitacyjnych na poziomie różnych cywilizacji i kontaktów między nimi.

Chciałabym również wskazać na zamienne używanie pojęć *imitacja*, *naśladowanie* i *naśladownictwo*, a także w zależności od kontekstu *mimesis* oraz *kopiowanie*. Danym opracowaniem, jak również wszystkimi wcześniejszymi artykułami i pracami dotyczącymi imitacji, chciałabym zmienić pejoratywne zabarwienie pojęcia *imitacji* na tle nauk społecznych i humanistycznych.

Rozumiem imitację jako proces składający się z kilku elementów, w tym podmiotu, który naśladuje w sposób uświadomiony lub nie, przedmiotu lub obiektu naśladowania (inaczej też autorytet) oraz działania, które z reguły wywołuje pewne skutki zamierzone lub nie. Warto tutaj przywołać również definicję pojęcia bardzo ważnego *mimesis* podaną przez Zofię Mitosek, jest to „czynność lub zabieg, w wyniku którego jakiś przedmiot czy zachowanie zawiera w swojej materii pewne aspekty formy innego przedmiotu czy zachowania, istniejącego wcześniej i w innej materii” (Mitosek, 1997, s. 17). Imitację natomiast określa ona jako pojęcie bliższe retoryce, a mianowicie „naśladowanie mistrzów i jego modeli przez uczniów, naśladowanie dzieł znanych autorów przez następne pokolenia, naśladowanie technik dyskursywnych składających się na tradycję” (Mitosek, 1997, s. 18). Przy tym polskie określenie *naśladowanie* jest jej zdaniem bliższe łacińskiemu *imitatio*, czyli naśladowaniu mistrza, mimo że jako jedyne jest tłumaczeniem słowa *mimesis* jako reprezentacji, *ekspresji*, wyrażania rzeczywistości (Mitosek, 1997, s. 18–19). Pojęcie *naśladownictwo* natomiast w sposób bardziej wyrazisty nawiązuje, według Mitosek, do dostosowania się, do powtarzalności udanych rozwiązań (artystycznych), do „naśla-

dowania wzorów ujęcia świata i konwencji” (Mitosek, 1997, s. 117). W takim ujęciu jest bliskie takim pojęciom, jak upodobnianie się, przynależność, konformizm.

Warto również tutaj przytoczyć definicję autorstwa polskiego semiologa i teoretyka komunikacji Janusza Lalewicza, który rozpatrywał naśladowanie na dwóch płaszczyznach. Z jednej strony jest to proces czy też operacja ukształtowania „jakiegoś przedmiotu ze względu na pewien inny, a mianowicie tak, by uzyskać przedmiot będący obrazem czy zawierający w sobie obraz tego drugiego”. Z drugiej strony wydzielal imitację czy też naśladownictwo jako pewien wynik tej operacji, była to w jego rozumieniu „relacja bycia obrazem albo przedstawiania” (Lalewicz, 1979, s. 34).

W tradycji psychologicznej imitacja określa, na czym polega „uczenie się i przyswajanie wzorów zachowań, myślenia, mówienia i działania uwarunkowanych konkretnym środowiskiem”, a z kolei mimetyzm jest rozumiany jako „zewnętrzne upodobnienie się do modelu lub odtwarzanie czynności na wzór postępowania modelu” (Urbańska, 1997, s. 22).

W jednym z rozdziałów w części drugiej zostaną przedstawione również bardziej szczegółowe definicje imitacji, naśladowania, powtarzania i odtwórczości, w szczególności w przeciwstawieniu do takich pojęć, jak tworzenie, oryginalność, twórczość oraz autentyczność.

Można wątpić w sens wyróżniania tego pojęcia jako samodzielnego, wartego uwagi zjawiska, istotą uspołecznienia jest bowiem dostosowanie się do norm, uprzednio przez społeczeństwo wykreowanych, ich powielanie przez inne kultury w procesach dyfuzji czy też wymuszenie na jednostkach i grupach społecznych tegoż dostosowania się. Jednak wydaje mi się, że warte uwagi jest znaczenie przypisywane imitacji zarówno przez „teoretyków” analizujących społeczeństwo, jak i przez „praktyków” kształtujących wielość stosunków społecznych na co dzień, egzemplifikowanych w modzie, plagiacie, benchmarkingu czy tak zwanych dobrych praktykach. Skupię się zatem na dyskursywnym wymiarze zjawiska imitacji, pamiętając o takim ograniczniku, którym jest tworzenie (w tym też siebie), twórczość i oryginalność. Oryginalność zapewne będzie tematem kolejnej

książki, ale żeby wiedzieć, gdzie się zaczyna, moim zdaniem warto się zastanowić nad tym najpierw, gdzie się kończy imitacja.

Część przemyśleń i analiz, które będą zamieszczone zarówno w części pierwszej, jak i w części drugiej książki, ujrzały światło dzienne w innych artykułach i rozdziałach w publikacjach wieloautorskich monograficznych lub czasopismach naukowych. Na potrzeby danej książki zostały one w miarę możliwości zaktualizowane lub przerobione ze względu na zmiany różnego charakteru, a także potrzeby tego większego syntetycznego opracowania.



## Imitacja w myśli filozoficznej

### W poszukiwaniu źródeł

Próbując podejść do tematu możliwie wszechstronnie, interdyscyplinarnie, choć i nieco kompilacyjnie, zastanawiałam się nad wyborem punktu początku refleksji na temat imitacji. Tak czy inaczej bowiem, wcześniejsze losy tego pojęcia oraz pojęć pokrewnych czy też źródła i inspiracje właściwych jego teoretyków mogą być niezwykle ciekawe, jeżeli nie dla rozumienia znaczenia imitacji współcześnie, to dla prześledzenia ewolucji wyobrażeń i możliwego historycznego wyjaśnienia obecnego stanu.

Mimo że tematyka nie nawiązuje bezpośrednio do dokonań pierwszych myślicieli i filozofów w ramach myśli społecznej, uwagę skupiam na Starożytności, kiedy to właśnie Grecy po raz pierwszy zwrócili się ku autonomii jednostki ludzkiej, jej miejsca w społeczeństwie oraz jej świadomości tego miejsca. Zofia Mitosek w swojej szczegółowej filozoficzno-literaturoznawczej analizie *mimesis* historyczną analizę zaczyna od cytatu z Demokryta: „staliśmy się w najważniejszych rzeczach uczniami zwierząt: naśladując pająka staliśmy się jego uczniami w tkaniu i łataniu, a tak samo uczniami jaskółki w budowaniu, śpiewających ptaków, łabędzie i słowika w śpiewaniu” (Mitosek 1997, s. 20).

Szczyty myśli greckiej reprezentowali jednak Platon i Arystoteles (Szacki, 2006, s. 23). Spadkobierca Sokratesa poza wzorcem idealnego państwa zajmował się między innymi również prawdą i pozorami. W swoich dialogach od razu po pytaniu o oddaleniu poezji od prawdy Platon zastanawia się nad dystansem między *mimesis* a rzeczą. Jego artysta to wytwórca, którego działaniem jest wytwarzanie, robienie,

*poiein*, a poezja to „wytwarzanie wyglądu”, *mimesis*, które „uwalnia podobiznę tego, co już obecne”, wyzwala, uwalnia często złudny „wygląd”, tworzy kopię. Imitacje u Platona to nie to samo co podobieństwo. Jak podsumował Andrzej Drohomirecki w swojej analizie świata pozoru estetycznego jako imitacji pierwowzoru, artysta nie wytwarza przedmiotów rzeczywistych, tylko obrazy, niejako wyobcuje i zafalszowuje prawdę o rzeczach, co oznacza – Grekom zawsze przyświecała „obsesja reprezentacji” (Drohomirecki, 2011, s. 93–94). Świat zjawisk poznawany zmysłami to przecież tylko odbicie „prawdziwej rzeczywistości” świata idei, poznawanie zmysłowe to „mniemanie o pozorach”, a prawdziwa, niezawodna wiedza to tylko idee (Barwicka-Tylek, Malczewski, 2009, s. 43). Imitacja czy też naśladowanie artystyczne jest zatem niejako podwójnym oszustwem, bo odbija nie idee, a przedmioty materialne, oddalając jeszcze bardziej człowieka od prawdy, pograżając go w świecie pozorów. W *Państwie* Platona przeczytamy, że naśladownictwo „z jednej strony wykonywa swoją robotę stojąc z daleka od prawdy, tak z drugiej strony zwraca się i obcuje z tym naszym pierwiastkiem, który jest daleki od rozumu, spoufala się i obcuje z nim i zaprzyjaźnia, a z tego nie wychodzi nic zdrowego i nic prawdziwego” (cyt. za Michalski, 2005, s. 61). Ciekawe, że w nauce rolę naśladowania Platon oceniał już pozytywnie, bo odbijająca się w naukowych wizerunkach przedmiotów struktura bytu po prostu była utrwalana: nauka do dziś korzysta z tych metod, na przykład rysunek, fotografia czy wideo (Mitosek, 1997, s. 113).

Podobnie do Platona poszukujący doskonałego ustroju dla istoty „z natury swej przeznaczonej do życia życiem społecznym” Arystoteles reprezentował inny pogląd na istotę *mimesis* (Szacki 2006, s. 28–29). W sytuacji, kiedy nie mówi się już o zwykłym tworzeniu podobizn i potrzebach zmysłowego poznania świata, lecz kreacji swoistego, wymyślnego świata, *mimesis* staje się naśladowaniem rzeczy ewentualnych, potencjalnych lub idealnych, a nie realnie istniejących. Warto zatem podkreślić fakt, że mimetyczność u Arystotelesa jest daleka od zwykłej imitacji. Wręcz, jak stwierdził Michał Januszkiewicz, nie ma nic wspólnego z odwzorowywaniem, kopiowaniem „wyglądu przedmiotu, danego nam w swej naoczności” (Januszkiewicz, 2012, s. 145). Bliższa jest fikcji literackiej, pojęcia



współcześnie obowiązującego w literaturoznawstwie. *Mimesis* jest referencjalna, odwołuje się do pierwowzoru, do rzeczywistości, ale rozumianej jako „interpretacja rzeczywistości” w opinii człowieka, która się ukształtowała w jego świecie (Januszkiewicz, 2012, s. 152). Imitacja w sztuce zatem musi oddziaływać przede wszystkim na odbiorcę i jego uczucia, a nie, jak domagał się tego Platon, głosić święte prawdy, przemawiając do rozumu. Ponadto takie oddziaływanie, takie nawiązanie do rzeczywistości rozumianej, a często potencjalnej, oznacza, że to właśnie z tego mimetycznego obrazu artystycznego odbiorca może wywnioskować o istnieniu jakiegoś świata (Mitosek, 1992, s. 23). Oba podejścia – Platona i Arystotelesa – do dziś mniej lub bardziej odpowiadają podziałom w ramach estetyki.

Sztuka naturalistyczna oraz kategoria realizmu w XIX wieku pojawiły się właśnie jako kontynuacja pomysłów Platona: „dobre dzieło sztuki to dzieło naśladowujące, związane z obiektywną rzeczywistością relacją prawdopodobieństwa”. Natomiast myśl Arystotelesa oraz ujęcie sztuki jako praktyki niezależnej od zobowiązań użytecznych i poznania pojawiło się po raz pierwszy pod koniec XVIII wieku w myśli Immanuela Kanta. To geniusz twórczy łączy przedmiot z naturą, jest on tworem czystej wyobraźni (Collinson, 1987, s. 91). To autonomia egzystencjalna i zalety artystyczne przedmiotu czy dzieła sztuki mają znaczenie, a nie zakres, w jakim odpowiada on „naśladowanej” rzeczywistości. W *Krytyce władzy sądu* Kant opisywał artystę jako stwórcę naśladowającego akt stworzenia (za Mitosek, 1997, s. 25).

Warto w tym momencie wspomnieć stosunek Kanta do takich zjawisk jak moda oraz drugi jej niezbędny składnik poza naśladowaniem – nowość. W swoim dziele poświęconym filozofii mody Lars Svendsen podkreślał, że Kant był wyjątkiem wśród filozofów, którzy raczej modą się nie interesowali. On był uważany za eleganckiego magistra sztuk, nosił buty ze srebrnymi klamrami oraz jedwabne koszule, a o modzie napisał tak: „zawsze lepiej być modnym głupcem niż głupcem, ale staromodnym” (Svendsen, 2006, s. 17–18). Kant podkreślał „nowość” jako podstawową charakterystykę mody: to nowość, nowatorstwo i oryginalność robi modę zjawiskiem tak wabiącym i czarującym. Ciekawe, że nie łączy on wcale mody z pojęciem piękna, moda bowiem potrafi się przerodzić

w coś „fantastycznego i odrażającego”, często też staje się czymś więcej niż gustem, tylko rywalizacją (Svendsen, 2006, s. 25–26).

Według Kanta wszystkie przejawy mody to w zasadzie zmienne style życia ludzi, chociaż nie wyłącznie same zmiany składają się na modę. Jednocześnie Kant podkreślał tak zwane „opóźnienie”, niższe klasy mogły bowiem korzystać tylko z tego, co zostało już odrzucone przez wyższe (Svendsen, 2006, s. 40).

Podobnie do Adama Smitha (prawdopodobnie nawet pod jego wpływem) Kant uważał za naturalną skłonność człowieka porównywać swoje zachowania do zachowań ludzi bardziej znanych, „ważnych” oraz je naśladować. W ten sposób dzieci naśladowują dorosłych, a niższa klasa – wyższą. Moda według Kanta jest więc regułą takiego naśladownictwa. Celem działań zgodnie z tą regułą jest próba jednostki pokazać, że jest ona nie mniej ważna niż każda inna, przy tym nie przypisuje się żadnej wagi możliwym zyskom. Według Kanta jest to próżność, w intencji tych działań bowiem nie leży żadna wartość. Bliżko stoi również szaleństwo, ponieważ jednostka, praktycznie jak niewolnik, zmusza siebie do naśladowania przykładu, który jest narzucony w społeczeństwie przez większość (Svendsen, 2006, s. 39–40).

Warty uwagi w danym kontekście może być również stosunek Kanta do takiego pojęcia, jak zawiść, przywołany w rozprawie poświęconej zawiści jako źródłu agresji, destrukcji i biedy przez niemieckiego uczonego Helmuta Schoecka (Schoeck, 1966; Schoeck, 2012). Odczuwać zawistne impulsy to rzecz normalna, człowiek bowiem zawsze się porównuje z innymi, „na ogół tymi, którzy są mu w miarę bliscy”. Jednak uczucie to może łatwo przeistoczyć się w czyny bądź „zaniechania” na szkodę kogoś innego. Człowiek również może popuścić wodze własnej zawiści na tyle, że sam na tym straci, więc jest to uczucie zupełnie pozbawione jakiegokolwiek pozytywnej wartości dla jednostki lub społeczeństwa, jest „sprzeczne z powinnościami, jakie człowiek zawistny ma wobec siebie samego oraz przedmiotu swojej zawiści” (Schoeck, 2012, s. 197–198).

W tym podrozdziale skupiłam się na dwóch sposobach rozumienia *mimesis* czy też naśladowania, których korzenie sięgają starożytności. Mimo że nawiązują raczej do potrzeb i pytań stawianych przez filozofię i estetykę, stanowią dobry początek dla rozważań nad

późniejszymi społecznymi ujęciami problematyki naśladowania. Imitacja jako reprezentacja w sensie Platónskim oraz *mimesis* jako kreacja świata wymyślonego, potencjalnego w sensie Arystotelesowym wyznaczają również dwa podejścia do roli imitacji w społeczeństwie jako zjawiska destrukcyjnego oraz spajającego, jako początku twórczości oraz jako końca autentyczności, jako elementu spójności społeczeństwa oraz jako czynnika potęgującego zróżnicowanie i hierarchizację. W dalszych rozważaniach przedstawię poglądy wybranych przedstawicieli nurtu *imitacyjnego*, których poglądy moim zdaniem mogą być najbardziej przydatne w rozumieniu przytoczonych w drugiej części kontekstów i przypadków.

## Gabriel Tarde

Jako przedstawiciel nurtu psychologizmu Gabriel Tarde (1843–1904) najczęściej kojarzony jest z pojęciami „tłum” i „naśladownictwo”. To właśnie Tarde w celu rozjaśnienia zawęził pojęcie tłumu do ograniczonej fizyczną bliskością zbiorowości, składającej się z pewnej liczby jednostek. W swoim dziele *Opinia i tłum* nawiązał również do potrzeby zgłębienia psychologii publiczności, a nie tylko psychologii tłumu. To publiczność bowiem, a nie tłumy, nawet „tłumy miejskie” są tym, co tak naprawdę wyróżnia nowoczesność. Publiczność stanowi zbiorowość opartą wyłącznie na duchowości, jest to zbiór rozproszonych geograficznie jednostek, związek między którymi jest wyłącznie mentalny. Jako „dzieci epoki współczesnych środków komunikacji”, w szczególności gazet, ta publiczność kształtuje istotny charakter nowoczesności. Oczywiście, zaniepokojony Tarde stwierdza jednak, że zwichrzona, zbyt znajdująca się we wspólnej przestrzeni, publiczność często staje się tłumem, znowu pozostając w mniemaniu myśliciela „tłumem potencjalnym” (Borch, 2005, s. 96).

Ambicją Tarde’a było sformułowanie „socjologii czystej” czy „socjologii ogólnej”, która zawarłaby wspólne cechy relacji społecznych, i w ten sposób, można byłoby ją zastosować do każdego zjawiska społecznego. Zdaniem Tarde’a teoria działania, odwołanie się do wielkich myślicieli lub indywidualizm metodologiczny nie spełniłyby wymaganej roli. Zamiast tego stworzył on, jak to trafnie ujął Christian Borch, „kosmologiczną teorię uniwersalnej powta-

rzalności”, z której Tarde wyciągnął istotę, jak jemu się wydawało, wszystkiego co społeczne – imitację!

Cytat z jego refleksji porównawczej i socjologicznej: „fizyka bada fakty odtwarzane przez okresowe ruchy, falowania i grawitacje, biologia bada zdarzenia fizyczno-chemiczne odtwarzane przez rodzenie się kolejnych pokoleń”. Gdzie jest zatem miejsce nauki o społeczeństwie? „Socjologia musi badać zdarzenia psychologiczne odtwarzane na skutek naśladownictwa i kiedy znajdzie ona swój własny obszar powtarzalności, numeracji i pomiaru, jej niezależność zostanie zapewniona bez konieczności wymyślania arbitralnych i fantastycznych formuł ewolucji” (cyt. za Szacki, 2006, s. 329). Z badaniem imitacji i naśladownictwa powiązał wręcz losy dyscypliny.

Imitacja jest u Tarde’a definiowana jako „oddziaływanie na odległość jednego umysłu na inny” (Borch, 2005, s. 83). W innej polskojęzycznej interpretacji Tarde’a mówi się również o „sugestii na odległość”. Oczywiście, działa to w świecie nowoczesności, ponieważ „aby wśród jednostek składających się na daną publiczność taka sugestia na odległość była możliwa, potrzeba naturalnie, by były one przyzwyczajone do intensywnego życia zbiorowego, do życia miejskiego, do sugestii bezpośredniej”. Jak to działa według Tarde’a? Jednostka zaczyna od tego, że w dzieciństwie i młodości odczuwa „działanie wzroku ludzkiego”, który wpływa na sposób bycia, ruchy, bieg myśli, bezład lub podniecenie mowy, na sądy i czyny. Po pewnym okresie ulegania „takiemu oddziaływaniu wzrokowemu”, człowiek staje się podatny do „sugestii myślowej”, ulega „działaniu myśli o wzroku innych” (cyt. za Szacki, 2006, s. 328).

Ciekawe, że w swoim dziele *Prawa imitacji* (nigdy nie było przetłumaczone na język polski) Tarde porównuje to powtarzanie społeczne do hipnozy czy nawet somnambulizmu, które były równie popularnymi zjawiskami czy pojęciami na przełomie XIX i XX wieku. Zatem według Tarde’a „społeczeństwo to naśladowanie, a naśladowanie to rodzaj somnambulizmu” (Borch, 2005, s. 83). Tarde nie pomniejsza wcale roli jednostki ludzkiej, jest ona aktywnym podmiotem w jego teorii socjologicznej. Działanie ludzkie nabiera jednak niezbędnych cech społecznych dopiero wtedy, gdy zostanie skopiowane, bez względu na wszelką oryginalność, autentyczność czy wynalazczość.

Tarde stwierdził wręcz, że ludzką historię można skutecznie interpretować jako „kariere” imitacji, jako trajektorię oddziedziczonych inwencji w populacjach, które ocalały w tym ciągłym procesie eliminującej „kontrimitacji”, czyli odrzucania (cyt. za Marsden, 2000, s. 2). Powtarzalność w społeczeństwie to nie to samo co powtarzalność w przyrodzie. Dochodzą bowiem wierzenia i pragnienia ludzi, zresztą ta redukowalność wszystkich ogólnych zjawisk do zjawisk psychicznych, ich zależność od psychiki pod rygiorem utraty jakiegokolwiek znaczenia dla ludzi. To się ściśle wiąże ze znaczeniem komunikacji pewnych stanów świadomości od jednej osoby do drugiej. Tak się przechowują obyczaje i tradycje, tak się rozwija opinia społeczna.

Przez imitację społeczeństwo istnieje dzięki jednostkom i w jednostkach. „Społeczeństwo więc istnieje dzięki powtarzalności aktów indywidualnych, które nie zmieniając swej natury, prowadzą jednak do nadania zachowaniom ludzkim jednolitości i regularności”, i choć „nie wszystko, co jest indywidualnością, staje się ogólne, wszystko, co ogólne, ma źródło w bycie indywidualnym” (cyt. za Szacki, 2006, s. 329–330). Wspomniane zachowania, czyny ludzkie są kopiami czy też „interpsychicznymi fotografiami”. Poznając prawa rządzące procesami naśladownictwa, poznamy prawa społeczne. Tarde badał logiczne i pozallogiczne prawa naśladownictwa. Na przykład ogólne prawa naśladownictwa, które miały charakter logiczny, polegały na tym, że inwencja powstawała z rekombinacji istniejących imitacji pod wpływem konkretnego kontekstu społecznego oraz umiejętności tych jednostek, które dokonują owej rekombinacji. Poza uznaniem subiektywnych i obiektywnych czynników naśladowania Tarde wyznaczył również prawa, które rządzą sukcesem imitacji. Zależy on bowiem od jej przydatności, zgodności czy też dopasowania do środowiska już istniejących wzorców naśladowania. Przystwojenie imitacji następuje albo przez „substytucję”, związaną z „logiczną dualnością” czy też „walką” między dwiema alternatywami, albo przez „akumulację”, proces logicznego połączenia się imitacji (Marsden, 2000, s. 3).

Wskazał on również na pewne pozallogiczne prawa naśladowania. Zatem według Tarde’a zasady *ab interioribus ad exteriora* naj-

pierw imituje się idee, a potem sposoby ich wyrażania, najpierw cele – potem środki. Druga zasada kierunku naśladowania mówi, że naśladowanie odbywa się od wyższego do niższego, czyli na tle pewnej struktury hierarchicznej (Marsden, 2000, s. 4). Ta struktura z czasem niweluje się ze względu na rozpowszechnienie się imitacji. Zmniejsza to pierwotne różnice między jednostkami na wyższych poziomach a jednostkami na niższych poziomach danej struktury. Jako przykład Tarde podaje naśladowanie ojca przez syna, naśladowanie osoby kochanej przez kochanka czy też naśladowanie manier dworskich przez ludzi zwyczajnych (Borch, 2005, s. 86–87). Przy tym podkreśla się, że społeczeństwo nowoczesne otwiera się na większą elastyczność naśladowania, teraz bowiem klasy wyższe również mogą naśladować klasy niższe. To wskazuje na lepszą przenikliwość Tarde’a niż u innych analityków podobnych tendencji.

Zatem według logicznego prawa naśladowania inwencja jest naśladowania ze względu na przekonanie co do jej lepszej użyteczności albo skuteczności w rozwiązywaniu pewnych problemów. Według pozallogicznego prawa naśladowania sam proces naśladowania z reguły powodują inne czynniki niż racjonalne względy czy głębokie przemyślenia. Są to czynniki bardziej związane z kulturą i kontekstem społecznym, choć teoria naśladownictwa Tarde’a nie zwraca należytej uwagi na jakkolwiek wyraźny wymiar strukturalny społeczeństwa (Borch, 2005, s. 92).

Jeżeli chodzi o rozpowszechnienie się tendencji naśladowczych oraz wybór obiektów imitacji, Tarde uważał, że w społeczeństwach demokratycznych głos opinii publicznej staje się ważniejszy od autorytetu tradycji lub ekspertów. To, co reprezentuje opinia publiczna, jest częściej kopiowane. Sama aktywność imitacyjna jest proporcjonalna do gęstości zaludnienia, w ten sposób pozwalając na przykład na szybsze rozpowszechnienie się i wzrost imitacji w mieście, a nie na wsi (Marsden, 2000, s. 4). Różnice między społeczeństwem tradycyjnym a nowoczesnym – temat charakterystyczny dla przełomu XIX–XX wieku – Tarde zilustrował rozróżnieniem dwóch zasadniczych typów naśladownictwa, czy też reprodukcji społecznej: obyczaju jako endemicznego i mody jako epidemicznego sposobu przekazywania (Marsden, 2000, s. 4). Przy czym zarówno skupiony w jednym

miejscu tłum, jak i rozproszona, połączona tylko środkami komunikacji publiczność związane u Tarde'a raczej z pojęciem mody (Szacki, 2006, s. 330).

Jeżeli społeczeństwo to naśladowanie, to skąd bierze się innowacja? Jak w takim społeczeństwie może się zdarzyć coś nowego? W nawiązaniu do wcześniej wspomnianych możliwości rekombinacji, wynalazków dokonują odpowiednie jednostki, później są naśladowane. Do tej zmiany społecznej nie mają jednak odniesienia zasady ewolucyjne, działania tłumów czy mas. Ważniejsze są zmysły wynalazczości, twórczości oraz inicjatywy poszczególnych jednostek, które stają się przewodnikami mas, pokazując światu nowe możliwości poza rutyną i utartymi szlakami. W odpowiedzi na panującą w owych czasach ideę konieczności historycznej Tarde również mówi o przypadku, dzięki któremu pojawiają się geniusze i bohaterowie, a pewne imitacje są kombinowane w jakiś określony sposób, powodujący pojawienie się nowości (Szacki, 2006, s. 331).

Naśladowanie nie przebiega jednak w sposób bezkonfliktowy i łagodny zawsze. Ludzie będą dokonywali różnych wyborów, opierając się na wielości wzorów do naśladowania, zatem „zmierzające w przeciwnych kierunkach fale naśladownictwa zderzają się więc ze sobą w walce, współzawodnictwie lub dyskusji” (Szacki, 2006, s. 331). Te procesy odpowiadają innym prawom, sformułowanym przez Tarde'a, wśród których podkreślamy prawo opozycji powszechnej oraz prawo adaptacji. Z drobiazgowością godną autora „socjologii ogólnej” Tarde wyróżnia dwa typy opozycji: dynamiczną (sukcesywną i simultaniczną) oraz rytmiczną. Po konfliktach i zderzeniach ustala się równowaga społeczna w rezultacie serii wzajemnych adaptacji oraz wspomnianych wcześniej wynalazków, w które bogaty okazuje się okres konfliktowy (Borch, 2005, s. 92–93).

Współcześni badacze spuścizny Tarde'a odrzucają uproszczoną wizję jego teorii naśladownictwa i zamknięcie jej w ramach psychologizmu. Poza pewnymi oczywistymi korzyściami, które dają refleksje Tarde'a nad szeregiem zjawisk społecznym, podkreśla się również jego ponadczasowość oraz rozważania teoretyczne, stymulujące poglądy współczesnej socjologii mainstreamowej.

## Thorstein Veblen

Przedstawiając przemyslenia różnych przedstawicieli nowoczesnej myśli społecznej na temat naśladowania, nie wolno pominąć dość specyficzną lub nawet kontrowersyjną postać wśród klasyków socjologii. Syn norweskich emigrantów Thorstein Veblen uważał się za ekonomistę i poświęcił swoją niezbyt udaną karierę naukową badaniom nad relacjami przemysłu i biznesu, ale jego pierwsza książka okazała się z biegiem czasu najsłynniejsza i stworzyła mu grono zwolenników oraz kontynuatorów. W kontekście niniejszej książki skupię się tylko na kilku wątkach dorobku intelektualnego Veblena, związanych ze wspomnianą książką. Oczywiście jego przemyslenia dotyczące w szczególności „konsumpcji na pokaz” motywują do głębszego zapoznania się zarówno z *Teorią klasy próżniaczej*, jak i całą spuścizną. Wątki dotyczące między innymi zapożyczeń kulturowych przedstawię w części drugiej w odniesieniu do tendencji imitacyjnych w rozwoju cywilizacji.

Dość trudne pod względem materialnym warunki życia oraz wpływ koncepcji marksowskiej w dużym stopniu tłumaczą przyczyny takiego krytycznego podejścia Veblena do analizowanej przez niego klasy próżniaczej. Był materialistą, przekonanym, że wszystko kształtują „wymogi codziennego borykania się ludzi z materialnymi środkami życia; przez to, że owe fakty materialne są stanowcze i nie znają kompromisu” (Ritzer, 2004, s. 223). Zatem gospodarka według niego to podstawowy element egzystencji materialnej, a podstawowy instynkt człowieka to instynkt pracy, polegający na „skutecznym używaniu dostępnych środków i odpowiednim rozporządzaniu się dostępnymi zasobami” (Ritzer, 2004, s. 226). Nie jest to instynkt jedyny, a zrealizować się może tylko w kompromisie z innymi, między innymi z tak zwanym instynktem naśladownictwa: „ludźmi kieruje wiele impulsów, a także wiele instynktownych skłonności. Do tych skłonności należy silna dyspozycja do podziwiania tych, którzy coś osiągnęli i się wyróżniają, i ulegania im, a także godna fachowca tendencja do wynajdywania zalet w każdej pracy służącej wspólnemu dobru” (cyt. za Ritzer, 2004, s. 226–227).

Veblen dzieli co prawda taką pracę na dwa typy, każdy z nich dostaje różną dawkę podziwu. W społeczeństwie prymitywnym może-



my znaleźć pracę produkcyjną oraz czyn bohaterski. Człowiek jako istota czynna tworzy zatem nowy przedmiot, „mający jakieś nowe zastosowanie, nadane mu ręką twórcy kształtującego bierną, bezduszną materię”. Czyn bohaterski Veblen tłumaczy jeszcze bardziej mgliście, bo jako wykorzystujący siły, „które poprzednio zmierzały do innego celu” oraz były „inspirowane przez innego sprawcę” (Veblen, 2008, s. 14–15). Taki podział w pewnym sensie nakładał się, zdaniem Veblena, na podział pracy między kobietami a mężczyznami, a także na podział zajęć na wyższe i niższe, na „ważne, zaszczytne, szlachetne” oraz „nieważne, poniżające, nieszlachetne”, tak czy inaczej, wzmagало to instynkt współzawodnictwa (Veblen, 2008, s. 17). W tym kontekście autor doszedł do stworzenia nowego pojęcia *invidious distinction*, które w tłumaczeniu na język polski może brzmieć jako „zawistne rozróżnienie” bądź „porównanie”, a rozumiane może być jako podstawa zróżnicowania społecznego opierająca się na ocenie pracy jednostki ludzkiej. Ludzie starają się zademonstrować swoją skuteczność, by zyskać szacunek i stać się wzorem do naśladowania. W społeczeństwie, gdzie na pierwszym miejscu stoi własność prywatna, takie procesy prowadzą do pojawienia się tak zwanej klasy próżniaczej (Ritzer, 2004, s. 229).

Naśladownictwo staje się motywem skłaniającym do posiadania i gromadzenia rzeczy, „żeby mieć tyle samo lub nawet prześcignąć innych”, a własność prywatna i bogactwo jest oznaką zalet, bezpośrednio wiąże się z szacunkiem. Będąc podstawą pożądania dóbr materialnych, naśladownictwo nigdy nie ustaje, a pragnienie bogactwa nigdy nie może być zaspokojone. Sukces materialny w rozumieniu Veblena mierzony jest porównywaniem z sukcesami innych, czyli niezwykle ważny okazuje się „wysiłek w kierunku coraz wiarygodniejszej i wspanialszej demonstracji bogactwa” (Veblen, 2008, s. 32).

W jaki sposób działał mechanizm wyróżniania się, jeżeli każdy symbol sukcesu wcześniej czy później mógł być skopiowany? Veblen wprowadził pojęcie tak zwanej klasy próżniaczej (*leisure class*), której „luksus i komfort” należą się z natury rzeczy. Praca produktywna dla takiej klasy jest czymś uwłaczającym, a dowodem na bogactwo jest bezczynne życie. Na ówczesnym etapie rozwijającego się nowoczesnego społeczeństwa przemysłowego Veblen zastanawiał

się nad nowoczesnymi sposobami próżnowania, a mianowicie nad konsumpcją na pokaz oraz różnie przejawiającym się marnotrawstwem. W ramach przemysłów dotyczących konsumpcji ostentacyjnej i klasy próżniaczej społeczeństwa patriarchalnego konsumpcja dóbr luksusowych jest przedstawiana jako wyłączny przywilej pana, czyli przedstawiciela klas wyższych, zamożnych. Jest tak szczególnie dlatego, że celem owej konsumpcji jest przyjemność i wygoda konsumującego (Veblen, 2008, s. 63). Naśladowanie i używanie „przedmiotów zbytku” przez klasę niższą może zostać uznane za niewłaściwe z różnych powodów; odzwierciedla się to nawet w prawie zwyczajowym. Na początku XX wieku przedstawiciel klasy próżniaczej, „chcąc uniknąć ośmieszenia”, był zmuszony do odpowiedniego rozwijania swojego smaku. Musiał „umieć nieomylnie rozróżnić szlachetne artykuły konsumpcyjne od pospolitych”, jak również wiedzieć, jak je „konsumować w sposób odpowiedni” (Veblen, 2008, s. 65–66). Miało to funkcjonować w sposób, który wykluczał możliwość imitacji.

Konsumpcja na pokaz, i to konsumpcja „dóbr najwyższej jakości”, w ujęciu Veblena, to nic innego, jak sposób na zdobycie prestiżu przedstawiciela klasy próżniaczej. Konsumpcja na pokaz przyniesie zaszczyt tylko wtedy, kiedy jest marnotrawstwem, „wydatkowaniem tego, co w nadmiarze”. Odnosi się to do konsumenta „dokonującego wyboru” i jego świadomej oceny pożyteczności danego wyboru (Veblen, 2008, s. 84–85). I chociaż w rzeczywistości w większości przypadków analiza Veblena wskazuje raczej na strony negatywne, wolny wybór każdego przedstawiciela klasy próżniaczej został u niego demokratycznie podkreślony. Tego nie można jednak stwierdzić w przypadku klas usytuowanych niżej na drabinie społecznej niż klasy uważające konsumpcję i marnotrawstwo na pokaz za swój obowiązek. Ciekawe, że Veblen w końcu jednak potwierdza znaczenie opinii publicznej w ramach danej klasy czy warstwy społecznej. Taka warstwa w dużym stopniu wykształca potrzebę ostentacyjnej konsumpcji nawet na najniższych szczeblach drabiny społecznej i odpowiedni konformizm wobec „uznanego powszechnie poziomu wydatkowania” (Veblen, 2008, s. 96). To wszystko powoduje, że konsumpcja na pokaz jest ważna dla każdej klasy, porzucana „dopiero

pod naciskiem ostatecznej konieczności, bowiem trzeba wielkiej nędzy i potwornych warunków by ludzie odrzucili ostatnią błyskotkę i ostatni pozór «przyzwoitej» pozycji materialnej», a na dodatek ta konsumpcja na tyle przenika we wszystkie sfery życia, że jest uprawiana nawet w domowym zaciszu (Veblen, 2008, s. 74).

Każda klasa, zdaniem Veblena, ma skłonność do naśladowania, i – jak się przekonaliśmy już – raczej robi to w kierunku tej usytuowanej o szczebel wyżej. Naśladowanie musi odbyć drogę przez wszystkie szczeble drabiny społecznej, i choć odbywa się to powoli, tak czy inaczej, styl życia i myślenia klasy próżniaczej wyznacza style życia i myślenia całej zbiorowości ludzkiej. W czasach współczesnych odnotowane przez Veblena tendencje już nie działają w sposób przez niego przedstawiony. Obecnie konsumpcja ostentacyjna nie zawsze kojarzy się z wysokim statusem społecznym, a częściej świadczy o byciu *nouveau riche* oraz o braku tego gustu, który tak ciężko wykształcić w sposób sztuczny czy kupić nawet za największe pieniądze.

Pewne elementy teorii klasy próżniaczej Veblena mogą inspirować do ciekawych przemyśleń, podobnie jak zainspirowały na przykład Herberta Blumera, Pierre’a Bourdieu czy Jeana Baudrillarda (Blumer, 1969; Bourdieu, 1984; Baudrillard, 1988). W następnym podrozdziale przedstawię sylwetkę René Girarda, który rozwinął jego koncepcję rywalizacji mimetycznej w swojej „charyzmatycznej antropologii”, a także w skrócie przedstawię nurt memetyki i pojęcie replikatora kulturowego (Erner, 2008, s. 78).

## René Girard

Jednym z najciekawszych współczesnych myślicieli, który na gruncie kilku dyscyplin zbudował swoją teorię imitacji jako fundamentalnego mechanizmu zachowań ludzkich, był amerykański historyk i antropolog filozoficzny pochodzenia francuskiego René Girard (1923–2015). Miał bardzo barwną karierę, pod koniec życia nawet został członkiem Akademii Francuskiej. Zanim jednak dostał nagrody szacownych towarzystw naukowych za osiągnięcia oraz został profesorem (później emerytowanym) Uniwersytetu w Stanford, zmienił kilka krajów, uczelni i nawet dyscyplin. Po tym jak w latach

40. XX wieku ze względu na zwykłą potrzebę zarobku zaczął wykładać coś spoza swojej specjalizacji historyka, a mianowicie literaturę francuską w USA, wpadł na bardzo ciekawe obserwacje. Te obserwacje doprowadziły go później do poważnych refleksji filozoficznych. Reprezentując świeże spojrzenie, nieograniczające się do wąskiej agendy badawczej danej dyscypliny, Girard odkrył trwały wzorzec, który umykał wyrafinowanym myślicielom w ramach tej agendy. Według niego każde wielkie dzieło w literaturze oparte jest na jakimś konflikcie. Ten konflikt nie wynikał jednak z walki ze względu na różnice. Girard doszedł do wniosku, że przyczyną było raczej podobieństwo, a w szczególności pragnienie podobnych rzeczy. Analizuje pojęcie *mimesis* i mimetyczności.

*Mimesis* jest „rosnącym pożądaniem, nieodpartą chęcią przywłaszczenia tego, co ma ktoś inny”, nabierającym charakteru rosnącej zawiści, która może zostać zaspokojona jedynie przez przemoc (Urbańska, 1997, s. 22). Niezbędny jest kontekst społeczny, wcześniej czy później cała społeczność bierze w tym udział. „Przyczyną pożądania nie jest obiektywna wartość obiektu pożądania – czy byłaby to rzecz, partner seksualny, bogactwo, pozycja społeczna” (Goszczyńska, 1987, s. 310–311). Ludzie nawet nie potrzebują takich samych rzeczy. Walczą bowiem ze względu na pożądanie Innego, pożądanie jako funkcję skłonności naśladowczych oraz rywalizacyjnych człowieka. Ten Inny to jakby mediator, trzeci element w trójkącie, warunek „dwuznacznego uczucia fascynacji”, które budzi się w pożądającym obok złożonego uczucia zawiści, wrogości i podziwu.

Skłonność naśladowczą jako tajemnicze i wspólne wszystkim ludziom zjawisko Girard analizuje trochę inaczej niż antyczne *mimesis*. Podobnie do Platona i jego kilku znaczeń *mimesis* Girard wiąże imitację ze sztuką: „wszystkie wielkie idee dotyczące estetyki są tego samego typu, są bezwzględnie, obsesyjnie imitatywne”. Dodaje jednak pojęcia przywłaszczenia oraz *pożądliwości* lub pragnienia, o które poszerza wymiar mimetyczny, niezasłużenie zdaniem Girarda oddzielone przez filozofię od *mimesis*. Dlaczego zatem społeczeństwo „odźregnuje się z podejrzaną gorliwością” od mimetyzmu, odstrasza od imitacji, choć jej nie eliminuje? Kieruje się bowiem od imitacji i sztuki w stronę „dziwacznych form kształtowanych przez

modę i ideologię, w stronę fałszywych innowacji współczesności”. Natomiast efektem takiego „upartego dążenia do oryginalności” stała się „nic nie znaczące grymasy” (Girard, 1987, s. 201).

Mimetyzm Girarda umożliwia nie tylko uczenie się (podobnie jak u zwierząt), lecz także tak zwane przywłaszczanie. Oznacza to jednocześnie konstruktywny i destrukcyjny charakter imitacji. Jako przyczyna cierpienia ludzi *mimesis* prowadzi społeczeństwo ku rozkładowi, będąc jednocześnie czynnikiem pozytywnym, tworzącym kulturę i scalającym społeczeństwo. Girard jednak pozostał przy zdaniu, że pragnienie przywłaszczania nie jest wrodzone u ludzi. Malutki człowiek uczy się od rodziców „być”, jak również „mieć”. Rywalizacja wywołuje więc obustronny wzrost niemożliwego do zaspokojenia pożądanego, pożądlivości, pragnienia. Ludzie mogą zapragnąć cokolwiek, o ile tego samego zapragną inni.

Jeżeli w zakresie biologicznym upodobnienie się to sposób ujawniania się instynktu samozachowawczego, to w społeczeństwie może to działać bardzo podobnie. W kryzysie społecznym jednostki upodabniają się do tłumu pod różnymi względami, naśladują zachowania, myśli czy postawy wobec rzeczywistości, aby nie zostać na siebie tak zwanych oskarżeń prześladowczych i nie stać się ofiarą tłumu, który chce się wyładować nad jakkolwiek wyróżniającym osobnikiem (Urbańska, 1997, s. 22). Tu kryje się niszczący potencjał *mimesis*. Girard stwierdził zatem, że *konflikt mimetyczny* nie tylko regularnie nawiedzał i dalej nawiedza społeczeństwa. On potrafił zniszczyć całe wspólnoty pierwotne w wyniku dynamizacji sytuacji rywalizacyjnych, doprowadzał do nakręcania się przemocy, co można było zatrzymać tylko przez złożenie ofiary. Swoją analizę Girard przedstawił w swoich licznych dziełach, między innymi *Kozioł ofiarny*, *Początki kultury*, *Sacrum i przemoc* czy wcześniejszym „Prawda powieściowa i kłamstwo romantyczne” etc. (Girard, 1987; Romejko 2002–2003; Mitosek, 1992; Mitosek, 1997). Stwierdził, że „cała ludzka kultura oraz wszelkie instytucje wywodzą się z rytuału” (Goszczyńska, 1987, s. 318). Rytuały są różnorodne, zmieniają się z biegiem czasu, ale według Girarda mają wspólne źródło w postaci tak zwanego „aktu pierwotnej przemocy”, przed którym pojawiają się przeróżne formy zachowań mimetycznych (na przykład taniec rytualny).

Pogłębionymi badaniami teorii mimetycznej i całej spuścizny Girarda zajmuje się szereg badaczy w Polsce i na świecie, skupia ich między innymi projekt *Imitatio*, sponsorowany przez Thiel Foundation (imitatio.org), zajmujący się archiwizacją, publikacją dzieł Girarda, dalszymi badaniami, nauką, edukacją i promocją jego idei. Ciekawe, że w kręgu tych badaczy pojęcie „mimetyczny” w opisie stosunków międzyludzkich ma wyraźną, podkreśloną przewagę przed łacińskim pojęciem „imitacyjny”. Jak zaznaczają inicjatorzy na stronie projektu, imitacja zakłada uświadomienie, świadomy wybór kopiowania zachowania innych. A takiego typu kopiowanie jest ogólnie rzadkie, chyba że chodzi o modę w sferze konsumpcji, reklamę oraz spekulacje finansowe. Nieświadomie naśladuje czy imituje dziecko, które w ten sposób się uczy, dopasowując gesty i dźwięki do tego, co robi dorosły jako jego wzorzec. Więc *mimesis* oznacza dużo mniej świadome czy umyślne zachowanie, niż nam wydaje się jako dorosłym kontrolującym swoje zachowania.

Anna Urbańska w swojej analizie koncepcji mimetyczności René Girarda stwierdziła, że nawiązuje on do tradycji arystotelesowskiej w rozumieniu *mimesis*, o której pisałam więcej w pierwszym podrozdziale. Jednak w koncepcji Girarda sformułowania dotyczące *mimesis*, mimetyzmu oraz imitatywności zależą od pełnionej przez to zjawisko funkcji w życiu grupy społecznej. Urbańska zatem wskazała na trzy obszary mimetyzmu jako pojęcia ogólniejszego. Jest to imitacja jako naśladowanie oraz dwa wcześniej wspomniane pożądanie i przywłaszczanie, które u Girarda określane mianem *mimesis* (Urbańska, 1997, s. 23). Cechą naturalną, nieposiadającą charakteru konfliktogennego czy niebezpiecznego, jest imitacja otoczenia lub drugiej osoby. Girard stwierdza, że „w zachowaniu człowieka nie ma niczego lub prawie niczego, co nie byłoby wyuczone, a każde uczenie się można określić jako imitację. Gdyby ludzie przestali nagle wzajemnie się naśladować, zaczęłyby stopniowo zanikać wszelkie formy kulturowe”. Nawiązuje do Gabriela Tarde’a i jego wizji naśladowania jako jedynej podstawy do społecznej harmonii i „postępu”. Jak wcześniej wspomniałam, nawiązuje tutaj do Platona, jednocześnie go krytykując za lapidarność w określeniu problematyki naśladowania i ograni-

czenie jej to zwykłej funkcji reprezentatywnej (Girard, Oughourlian, Lefort, 2003, s. 7–8).

Mimetyzm od imitacji dzieli wspomniana wcześniej konfliktowa pożądlivość, zatem *mimesis* to „podwójne naśladownictwo łączące jednostki w pary rywali i spajające je w zafascynowany tłum” (Urbańska, 1997, s. 23). Charakter konstruktywny ma naśladownictwo z dodatkiem „łagodnej formy pożądania”, konflikt mimetyczny pojawia się zaś wraz z pojawieniem się przywłaszczania. Ze względu na cele danego opracowania nie zostanie tutaj przedstawiony mechanizm działania konfliktu mimetycznego w ujęciu Girarda, w tym celu warto sięgnąć do innych analiz lub najlepiej do przemyśleń samego Girarda (Girard, 1987).

W antropologiczno-filozoficznej koncepcji Girarda *mimesis* występuje jako fundament życia społeczno-kulturowego, jako siła napędowa zmian społecznych, działań zarówno niszczących, jak i odbudowujących grupę społeczną. Jest trwałym fundamentem religii i kultury, ewoluując w postaci różnych pozytywnych i negatywnych form w życiu ludzi, ujawniając źródła ich postępowania na różnych etapach życiowych i w różnych wymiarach życia grupy społecznej.

W kolejnym podrozdziale zostanie przedstawione zjawisko zaraźliwości w kontekście sieciowym. Zanim skupimy się na zaraźliwości w sieci, warto nawiązać jednak do badań antropologicznych i kulturoznawczych nad podobnymi zjawiskami, do przemyśleń pokrewnych do tych Girarda. W zastanowieniu się nad pojęciem kopii i jego rolą w kulturze nie sposób pominąć memetyki i najmniejszej jednostki „ewolucyjnie skutecznej informacji” – replikatora generatywnego w koncepcji brytyjskiego ewolucjonisty Richarda Dawkinsa, inaczej określanego jak kulturgen czy też *meme*. Zmiana społeczna i kulturowa zachodzi za sprawą tego „chcącego się powielić” autotelicznego genu „samolubnego”, czyli takiej jednostki doboru kulturowego czy też dziedziczności kulturowej, która podlega ogólnym prawom ewolucji, rozpowszechnia się w pewnej puli i przeskakuje „z jednego mózgu do drugiego w procesie szeroko rozumianego naśladownictwa”. Jeżeli zatem informacja kulturowa podlega tym prawom, to oznacza, że można do niej odnieść reguły i mechanizmy właściwe dla

życia organicznego, w tym między innymi symbiozę, pasożytnictwo, altruizm krewniczy, „wyścig zbrojeń” czy zarażenie podobne wirusowemu. Jak twierdzą antropolodzy w swojej analizie, takich zjawisk jak symbiotyczność czy epidemiczność, „pod względem sposobu reprodukcji i szerzenia się, w opinii licznych memetyków memy są z nimi [wirusami] niemal identyczne” (Wężowicz-Ziółkowska, 2010, s. 107). Niektóre idee określane są jako replikatory pasożytnicze, szczególnie skłaniające do odpowiednich ryzykownych zachowań („Bóg, Honor, Ojczyzna”).

Poza pasożytniczym charakterem tak zwanych wirusów umysłu memetycy mówią o istnieniu specyficznej memetycznej strategii zarażania (*replication strategy*, *infection strategy*) składającej się z odpowiednich zachęć czy sposobów na zarażanie (*hooks* – haczyków), opartych na odpowiednich psychologicznych mechanizmach, wykorzystaniu emocji, odpowiedniego kontekstu społecznego, politycznego i gospodarczego. Bieda, wojna, kryzysy zarówno ekonomiczne, jak i egzystencjalne czy estetyczne potrafią podnieść „społeczną temperaturę” infekcji i ułatwić replikatorom kulturowym „infekowanie naszych mózgów, przyczyniają się do prawdziwych epidemii” (np. samobójstw – efekt Wertera, zbiorowych hysterii czy zauroczenia gwiazdami popkulturowymi) (Wężowicz-Ziółkowska, 2010, s. 109). Taka biologiczna teoria dyseminacji czy też rozpowszechnienia treści kulturowych, a także zmian behawioralnych w powielaniu wszelkiego rodzaju treści największy zasięg uzyskała na początku XXI wieku za sprawą wykładniczego rozwoju technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Codziennie widzimy to szybkie i wierne kopiowanie się memów, często w postaci postprawdy i nieprawdziwych wiadomości (*fake news*), ich długotrwałe przechowywanie, wielokrotne rozpowszechnienie czy też propagację w oparciu o najczulsze punkty jednostki ludzkiej, takie jak bezpieczeństwo czy zagrożenie, władza i bogactwo, seks i zdrowie. Warunki współczesnego społeczeństwa oraz ekosystemu takiej kulturowej wirusowości są zarówno złożone, jak i szybko się zmieniające. Za chwilę z najbardziej niepozornego wydarzenia mogą wyewoluować zupełnie nieoczekiwane jakości, nie tylko pozytywne, ale i negatywne.



## Imitacja w perspektywie sieciowej

W wybranych analizowanych do tej pory koncepcjach dotknęłam różnych kwestii związanych z pojęciem imitacji czy naśladowania. W przemyśleniach klasyków szukałam przyczyn i konsekwencji tego zjawiska, przedmiotów i podmiotów naśladowania, sfer, w których się ujawniało. W tym podrozdziale chciałabym się skupić na perspektywie, która moim zdaniem pozwoli lepiej zrozumieć mechanizmy imitacji charakterystyczne dla współczesnego społeczeństwa. Ta perspektywa może być pomocna w próbie znalezienia najbardziej właściwej odpowiedzi na pytanie: jeżeli naśladowanie czy imitacja to stała cecha ludzka, jakie czynniki najsilniej oddziałują na mechanizmy naśladowania obecnie? Jest to perspektywa, która może pomóc zrozumieć imitację na płaszczyźnie poziomej w społeczeństwach rozwiniętych, gdzie od pewnego czasu nie bez krytyki mówi się o spłaszczonej strukturze społecznej i większej egalitarności. Tę perspektywę spróbuję zilustrować w drugiej części książki w jednym z podrozdziałów za pomocą przykładów ze sfery mody i naśladowania określonych niebezpiecznych zachowań.

Jaki czynnik w tej perspektywie wychodzi na pierwszy plan? To czynnik dla współczesnej epoki informacji czy też społeczeństwa informacyjnego bardzo aktualny i wpływowy, czyli szeroko rozumiana sieć. Za pioniera badań nad siecią społeczną uważa się brytyjskiego antropologa społecznego Johna A. Barnes, który w swoim słynnym badaniu stosunków społecznych we wspólnocie w norweskiej wiosce rybackiej w połowie XX wieku wyróżnił trzy kategorie: organizację formalną, nietrwale stowarzyszenia oraz sieci, na które składają się więzy międzyludzkie i które oddziałują z kolei na postrzeganie klas społecznych (Barnes, 1954).

Dopiero technologiczne możliwości drugiej połowy, a w szczególności końca XX wieku utorowały *sieciami* wyjście na pierwszy plan, a nawet powiązały z określeniem nowej epoki – społeczeństwa sieci (Castells, 2007). Jak trafnie zauważył francuski badacz trendów Guillaume Erner, kiedyś często mówiliśmy o sieciach wpływu i szukaliśmy wpływowych ludzi w ramach tych sieci. Określano ich pojęciami *influencer*, *early user* czy *early adopter*, w zależności od sposobów naśladowania. Wielu badaczy natomiast stwierdziło, że

w tym całym zamieszaniu chodzi raczej o samą sieć i jej właściwości niż o konkretnych liderów opinii (Erner, 2008, s. 88). To sieci wpływają na naśladowanie i odpowiednie rozpowszechnianie się gustów czy też praktyk działania wśród jednostek społecznych. Jest to wpływ na tyle przemożny, że współcześnie coraz częściej mówi się o zaraźliwości społecznej w sieci (*contagion*). Oczywiście możliwości technologiczne tylko usprawniły to, co istnieje od dawna i jest przedmiotem zainteresowania badaczy społecznych. Wspomniany wyżej Barnes badał społeczeństwo industrialne, wielość organizacji formalnych oraz rozwinięte mechanizmy instytucjonalne. Bez względu na bogactwo organizacyjne, które on zauważył we wspomnianej wiosce rybackiej, większość ludzi podejmowała decyzje w oparciu o swoje kontakty osobiste, które z reguły wychodziły poza granice organizacyjne. Ciekawe, że te badania przykuły uwagę dopiero pod koniec lat 60. XX wieku, a przez następne dziesięć lat w anglosaskich naukach społecznych ukonstytuowała się potężna dyscyplina skupiona wokół badań sieci społecznych, sieci wymiany czy na analizie strukturalnej (por. Lin, Cook, Bart, 2001).

Działanie mechanizmów „zaraźliwości” w sieci uzależnione jest od pewnych charakterystyk, takich jak moc sieci, jej użyteczność, możliwości połączeń między węzłami, czyli podmiotami, jak również liczba węzłów. Dla rozwoju sieci podstawowe są mechanizmy sprzężeń zwrotnych (np. zjawisko pętli dodatnich sprzężeń zwrotnych w dynamice systemu). Wiąże się to z pojęciem efektów sieciowych (Dąbrowski, 2016, s. 72–74). Te mechanizmy decydują o zauważanej przez codziennych użytkowników internetu zdolności tej sieci do samoprzekształcania oraz samoorganizacji, zdolności do skutecznego działania jako całości przy najmniejszym stopniu uporządkowania oraz jednoczesnym niezwykle wysokim stopniu różnorodności (więcej Novikova, 2009). W sieciach społecznych jednak warto pamiętać o ich ograniczonej użyteczności ze względu na charakterystykę węzłów czy też podmiotów, innymi słowy, wielość barier poznawczych, behawioralnych, językowych, tworzących pewne bariery w tworzeniu sieci (Dąbrowski, 2016, s. 77).

Wśród najważniejszych cech sieci społecznych znajduje się charakter więzi. Owe więzi mogą być ściślejsze niż z członkami innych

grup. Znajdują się oni w „oddalonych” częściach sieci. Nicholas A. Christakis i James H. Fowler w swojej uogólniającej książce *W sieci* odwołują się do badań z różnych dziedzin i na przykładzie szeregu przypadków opisują cechy sieci.

Na przykład traktują o takiej ważnej charakterystyce jak centralność. Bardziej „centralny” staje się aktor, który ma dużo „przyjaciół”. Są to kontakty, które są dobrze powiązane z wielością innych jednostek. Dzięki tym charakterystykom taki aktor jest zbliżony do środka sieci i odgrywa niezwykle ważną rolę (Christakis, Fowler, 2011, s. 22). W innych koncepcjach może być *gate-keeperem* czy liderem opinii.

Zjawisko zaraźliwości opiera się na tej oraz innych cechach struktury sieci społecznych, których działanie powoduje, że dzięki pewnym sposobom rozpowszechnienia się informacji określone postawy oraz zachowania stają się wzorem. Autorzy bardzo entuzjastycznie opisują różne przejawy sieciowej funkcji zaraźliwości. Wzorec połączeń między komponentami sieci określa tak zwany kształt sieci. Każdy z komponentów zajmuje określone położenie w naturalnie powstających i cały czas zmieniających się sieciach społecznych. Christakis i Fowler wyróżnili sieci organiczne, charakteryzujące się konkretną topologią, złożonością, spontanicznością, sposobem funkcjonowania, oraz „po prostu pięknem, niespotykanym” w tak zwanych sieciach zorganizowanych, czyli zhierarchizowanych i formalnych organizacjach (Christakis, Fowler, 2001, s. 23). Więzy w sieci mogą wyróżniać się krótką lub długą trwałością, mogą być osobowe lub anonimowe, swobodne i intensywne, mogą być ważne lub nieważne.

Co sprawia, że sieć odgrywa ważną rolę w procesie naśladowania? Jest to istotny aspekt, który określiłam jako zaraźliwość. „Dotyczy tego, co przepływa poszczególnymi więziami..., i może chodzić tutaj o zarazki, pieniądze, przemoc, mody, nerki, szczęście czy otyłość, i każdy z tych strumieni zachowuje się zwykle ze swoją naturą”, jak stwierdzili w swojej książce autorzy (Christakis, Fowler, 2001, s. 25). Zaproponowali również swego rodzaju zasady rządzące połączeniem w sieci oraz zaraźliwością.

Pierwsza zasada odwołuje się do ludzkiej podmiotowości i wyraża się na przykład w zjawisku homofilii. Polega ona na tym, że ludzie sami tworzą swoją sieć. To dzięki homofilii ludzie najczęściej świadomo-

mie lub nieświadomie wiążą się z osobami podobnymi do siebie, czyli dzielącymi poglądy i upodobania, a także nierazdo przeszłość. Jest to bardzo wpływowe zjawisko społeczne (Li et al., 2013; Young, 2011). Wybór powiązań nie jest oczywiście dokonywany w całkowitym oderwaniu od uwarunkowań społecznych oraz genetycznych. Ludzie socjalizują się w określonym kontekście przestrzenno-czasowym, który – tak czy inaczej – wpływa na owe wybory.

Homofilia opiera się na dwóch typach źródeł: inklinacje w preferencjach aktorów społecznych co do typów przyjaciół oraz inklinacje w szansach spotkania przyjaciół innego typów (Carrarini, Jackson, Pin, 2010). Rozpowszechnianie się pewnych zachowań, ich naśladowanie przez jednostki społeczne jest więc związane z mechanizmem działania homofilii, działa to przede wszystkim w zakresie efektywnego współdziałania. Aby zaistniało takie efektywne współdziałanie, aktorzy społeczni powinni umieć zidentyfikować oraz wykazać inklinację w preferencjach wobec innych aktorów z podobnymi preferencjami oraz współdzieloną wiedzą podstawową. Przy tym podobieństwo zmniejsza się wraz ze zmniejszaniem się częstotliwości kontaktów. Natomiast bliskość emocjonalna jest bardziej prawdopodobna, jeżeli przyjaciele czy znajomi mają podobne poczucie humoru, hobby, zainteresowania, przekonania moralne oraz wspólne pochodzenie. Te elementy są również znaczące w procesach naśladowania oraz silniejszej identyfikacji wewnątrzgrupowej (Curry, Dunbar, 2013).

Czy naśladujemy tylko swoich przyjaciół? Czyli reguła homofilii działa tylko na wyciągnięcie ręki? Otóż, okazuje się, że działa nie tylko na odległości jednego, lecz także dwóch lub nawet trzech stopni oddalenia w sieci. Z tym wiąże się pośrednio kolejna zasada. Zgodnie z tą zasadą miejsce aktora społecznego w sieci znacząco kształtuje tego aktora i jego życie. Im większa liczba przyjaciół, najlepiej przyjaciół wpływowych w terminach sieci społecznej, tym większą centralność ma zajmowane przez danego aktora miejsce, tym lepsze pod różnymi względami on ma życie („zaraźliwość emocjonalna”) (Christakis, Fowler, 2011, s. 22, 45–47, 58–59).

Nie mniej ciekawa jest cecha tak zwanej *tranzytywności*, która świadczy o liczbie powiązań między przyjaciółmi danego aktora w sieci. Im mniej jego przyjaciele znają się nawzajem, tym mniejszy

stopień tranzytywności on ma (Christakis, Fowler, 2011, s. 27–29). Na przykład mniejsza liczba przyjaciół i sytuacja niskiej tranzytywności sieciowej stwarzają zagrożenie samobójstwem. Zgodnie z badaniami młode dziewczęta, których przyjaciółki nie przyjaźnią się nawzajem, są narażone na wpływ potencjalnie sprzecznych ze sobą norm oraz ponad dwukrotne prawdopodobieństwo wystąpienia myśli samobójczych. Więcej na ten oraz podobne tematy zostanie przedstawione w odpowiednim podrozdziale w drugiej części książki.

Na aktora społecznego w sieci oddziałują nie tylko zatem jego przyjaciele, lecz także przyjaciele przyjaciół oraz przyjaciele tych przyjaciół drugiego stopnia oddalenia. Zostało to przez Christakisa i Fowlera określone jako zjawisko oddziaływania ponaddiadcycznego. Najbardziej widoczne to oddziaływanie jest w sytuacji, kiedy nasz przyjaciel nieoczekiwanie znajduje się pod silnym wpływem nieznanych nam osób, bez względu na zakorzenienie wśród znanych nam wpływów społecznych.

Z każdym stopniem oddalenia maleje nasze zaufanie do ludzi oraz ich wiarygodność, „jak zanikają niewielkie fale powstałe po wrzuceniu kamienia do spokojnej wody” (Christakis, Fowler, 2011, s. 35–36). Więc naśladowanie ma pewne granice, a słynne sześć lub w obecnej chwili cztery i pół stopnia oddalenia mają charakter wyłącznie komunikacyjny.

Niezwykle ważną cechą sieci społecznych łączących konkretne jednostki jest ich zdolność do przenoszenia pewnych wzorców społecznych i zachowań oraz, co najbardziej znaczące, norm i idei, pomijając więzi bezpośrednie, kiedy bowiem spełnia się zasada: „zachowuję się tak jak przyjaciel mojego przyjaciela” lub nawet jak osoba, która znajduje się jeszcze dalej w sieci. Christakis i Fowler sprawdzili oddziaływanie tej zasady na przykładzie rozpowszechniania się otyłości wśród jednostek w ramach jednej sieci. Wynikami obserwacji wywołali bardzo różnorodne i kontrowersyjne reakcje, stwierdzili bowiem, że przyczyną otyłości są przyjaciele i nawet „przyjaciele przyjaciół”, czyli członkowie sieci społecznych, do której należy dana jednostka zagrożona otyłością (Christakis, Fowler, 2011, s. 109–114).

Autorzy zatem na podstawie licznych danych stwierdzili, że „ludzie zajmują w obrębie sieci pewne nisze, w których tydzie albo

chudnięcie staje się rodzajem lokalnego standardu” (Christakis, Fowler, 2011, s. 111). Dochodzi również tutaj zasada homofilii, czyli skłonność ludzi do przyjaźnienia się z osobami podobnymi do nich samych, a także znaczące zupełnie inne czynniki (technologie, marketing itd.). Oddziałują na tydzie nie tylko kontakty społeczne z osobami otyłymi, które na dodatek promują pobłażliwość i tolerancję wobec otyłości w opinii publicznej. Ostatecznie otyłość to epidemia nie o jedynym epicentrum, lecz „wybuchająca w wielu ośrodkach”, podsumowali autorzy (Christakis, Fowler, 2011, s. 113, 117). Do badań Christakisa i Fowlera odwołuje się słynny naukowiec, badacz sieci Albert-László Barabási w swojej koncepcji wybuchowości (*burstiness*) w złożonych systemach społecznych, który stwierdził w odniesieniu do zachowań zdrowotnych ludzi, że pewne zmiany w tym zakresie częściej mogą zachodzić wybuchowo, a nie płynnie czy chaotycznie, a więc wybuchowość jako zjawisko rodem z fizyki wpływa w ten sposób na dobre samopoczucie ludzi (Barabási, 2010, s. 229–241).

Wspomniane reguły funkcjonowania sieci społecznych nawiązują do potężnego wpływu sieci na indywidualne zachowania oraz do problemu niepełnej kontroli swoich wyborów przez jednostki społeczne, które naśladują swoich przyjaciół w sieci, często nieświadomie oraz bez możliwości kontroli społecznej. Charakter czynnika zaraźliwego emocjonalnie zyskuje co roku wiele nowych zjawisk i rzeczy, od popularnych gier przez określone typy zachowań do wierzeń religijnych i poglądów politycznych (więcej Novikova, 2013).

Poza oddziaływaniem energii emocjonalnej w sieciach społecznych pozostają inne ważne czynniki, niezwiązane wprost z „zaraźliwością sieciową”, ale do głębszego zastanowienia się zmusza twierdzenie Christakisa i Fowlera o tym, że prawdopodobnie ludzie są „nieustannie gotowi do tego, aby czuć się tak jak inni i robić to co inni”, czy też naśladować innych, którzy są oddaleni nawet o trzy stopnie w sieci społecznej (Christakis, Fowler, 2011, s. 47). Sieć spotęgowała naśladawcze skłonności jednostki ludzkiej na skalę globalną, co może przynieść nieoczekiwane skutki zarówno w życiu prywatnym zwykłych ludzi, jak i w życiu publicznym całych państw i kontynentów.

## Imitacja w perspektywie instytucjonalnej

Jak już się przekonaliśmy, imitacja to na tyle uniwersalne zjawisko, że zaobserwować go można praktycznie we wszystkich dziedzinach życia społecznego. Imitacja traktowana jako proces lub jako fenomen przez różne dyscypliny jest rozpatrywana często tylko w ramach jednej dziedziny: psychologia skupia się na jednostce, socjologia na grupie społecznej lub procesach socjalizacji, antropologia na sztuce, a ekonomia – na teorii organizacji. W tym rozdziale chciałabym poświęcić uwagę temu ostatniemu zagadnieniu, ale z perspektywy socjologii organizacji oraz ogólnie teorii socjologicznej.

Podmiotem naśladowanym oraz naśladowującym może być nie tylko konkretna jednostka społeczna jako indywiduum czy przedstawiciel swojej grupy społecznej, lecz także organizacja czy instytucja. Największym wyzwaniem wydaje się jednak zmiana akcentów, które zwyczajnie sugerują negatywny charakter imitacji, kopiowania, naśladowania. Istnieje dużo ciekawych przykładów zjawisk, procesów, mechanizmów, w których przejawia się nie tylko odwórczy, lecz także twórczy lub pod pewnymi względami pozytywny charakter kopiowania.

W tym zakresie warto zwrócić uwagę na pojęcie izomorfizmu, które jest częścią teorii organizacyjnej oraz neoinstytucjonalnego nurtu w ekonomii i socjologii (Nasierowski, 2009; Pawlak, 2013; Pawlak i Srokowski, 2014). Izomorfizm dotyczy organizacji i ich funkcjonowania w polu organizacyjnym w zakresie między innymi innowacji i ich rozpowszechniania oraz przystosowania się czy adaptacji nowo powstałych czy zmieniających się organizacji na określonym polu organizacyjnym (np. Kestutis, 2013). W ostatnich latach najpotężniejszą siłą, która powodowała niepewność wśród organizacji i w ten sposób napędzała wzajemne kopiowanie czy upodobnianie się, w zakresie praktyk organizacyjnych niewątpliwie jest rozwój nowoczesnych technologii komunikacyjnych i informacyjnych. Internet oraz sieci społecznościowe w dużym stopniu nadal aktywnie oddziałują na zmianę instytucjonalną lub organizacyjną, w tym też w zakresie kultury organizacyjnej.

Wcześniej wspomniane przemyślenia oraz badania nad pojęciem sieci czy też usieciowienia sprzyjały obserwacjom zmian instytucjo-

nalnych w zakresie nowoczesnych technologii. Dlatego będę powoływała się tutaj na wiele przykładów, które pomogą lepiej zrozumieć analizowaną teorię. Na współczesnym etapie wszystkie organizacje rządowe, samorządowe, pozarządowe, a szczególnie komercyjne nie mają innej strategii marketingowej poza pojawieniem się w Internecie, czy też zaistnieniem w Internecie oraz w sieciach społecznościowych. Te zmiany są wywołane zarówno naciskiem na potrzebę oraz nowoczesne możliwości sprzężenia zwrotnego, jak i koniecznością dostosowania się do pewnych tendencji światowych w marketingu oraz sprzedaży.

Zwrócenie szczególnej uwagi na socjologiczne teorie neoinstytucjonalne uwarunkowane jest akcentem, jakie te teorie kładą na społeczne, kulturowe czy historyczne uwarunkowania zmian w dociekaniu przyczyn tych zmian. Zatem można przedstawić analogię ze zmianami osobowości, która przekształca się pod wpływem procesów socjalizacyjnych pierwotnych lub wtórnych w próbach dostosowania się do środowiska, przyjmowania ról, podejmowania oczekiwanych zachowań czy też naśladowania oraz internalizacji pewnych wzorców uniwersalnych w konkretnej sytuacji czy kontekście. Nie wszystkie teorie społeczne opowiadają się za zdaniem, że człowiek jest skłonny do naśladowania lub upodabniania się pod względem reakcji na identyczne bodźce środowiska do innych ludzi, ale czy zatem można stwierdzić, że na poziomie makro organizacje też mogą być skłonne do upodabniania się lub naśladowania innych?

Neoinstytucjonałiści stwierdzili, że procesy czy struktury w organizacjach mogą być podobne pod różnymi względami, czyli *izomorficzne*. Przy tym niekoniecznie podobieństwo zakłada świadome naśladowanie czy imitację, podobieństwo może powstać ze względu na podobne lub prawie identyczne uwarunkowania kulturowe, ekonomiczne czy polityczne. Ta koncepcja rozwijana była głównie przez Paula J. DiMaggio oraz Waltera W. Powella oraz z akcentem na zachowania konformistyczne przez Johna W. Meyera i Briana Rowana w latach 1970/1980 (DiMaggio, Powell, 1983; Meyer, Rowan, 1977). I choć przez ponad trzydzieści lat istnienia została skrytykowana pod wieloma względami, wydaje się nadal aktualna i owocna, szczególnie dla rozumienia procesów dyfuzji innowacji w różnych sferach



i na różnych etapach funkcjonowania organizacji szczególnie pod wpływem zaawansowanych technologii cyfrowych we współczesnym społeczeństwie sieci.

Warto podkreślić, że pojęcie izomorfizmu (równoważności, odwzorowania) częściej się pojawia w ramach takich dyscyplin, jak chemia, matematyka, logika, filozofia czy nawet językoznawstwo. Na terenie socjologii oraz ekonomii to pojęcie nawiązuje jednak do zjawisk wskazanych i analizowanych jeszcze przez Maxa Webera, czyli biurokratyzacji, racjonalizacji oraz – w ujęciu instytucjonalistów – homogenizacji. Dążenia w kierunku homogenizacji pojawiają się, stwierdzili DiMaggio i Powell, nawet na najbardziej innowacyjnym polu organizacyjnym, odkąd owe pole jako ogół istotnych aktorów traktowanych jako całość zostaje ugruntowane i ustrukturyzowane (DiMaggio, Powell, 2006, s. 601, Tittenbrun, 2013). Jak to wygląda w praktyce? Taką strukturyzację wielu użytkowników nowoczesnych technologii mogło obserwować i doświadczać we własnej pracy lub rozrywce podczas pierwszych dziesięciu lat komercyjnego istnienia sieci elektronicznej Internet. Wzrost zakresu interakcji między organizacjami jako jeden z przejawów homogenizacji odbijał się na przykład w powolnym, ale pewnym zdominowaniu kontaktów wewnątrz- i międzyorganizacyjnych przez pocztę elektroniczną, obecnie udoskonalonej oraz uzupełnionej różnymi zabezpieczeniami, np. podpisem elektronicznym itd., oraz różnego rodzaju komunikatorami z bogactwem funkcji i zadań.

Strukturacja pola organizacyjnego przejawia się w kształtowaniu tak zwanych standardów tworzenia koalicji czy struktur dominacji. W świecie cyfrowym to przejawia się, z jednej strony, na przykład w monopolizacji niektórych usług, zaczynając od systemu operacyjnego, kończąc na usługach pocztowych czy kontaktów rzeczywistych (*Windows, Gmail, Skype*). Z drugiej strony, rozwój złożoności procesów komunikacyjnych w cyberprzestrzeni wywołał potrzebę regulacji prawnych różnych aspektów tych procesów, w tym kwestii prywatności, ochrony danych osobowych czy informacji wrażliwych. Tutaj ważne są zarówno pisane i niepisane zasady komunikowania się. Informacyjne obciążenie i tak zwana wzajemna wiedza zespołów organizacji, które są również oznakami struktury-

racji pola organizacyjnego oraz postępującej homogenizacji, przejawiają się natomiast w ogólnym natężeniu przepływów informacji między organizacjami oraz między ich częściami składowymi (patrz Barbachowska, 2013). Sprawna organizacja i odbiór tych przepływów zaważa, z jednej strony, na efektywności działań organizacji, a z drugiej, na odpowiednim odbiorze i ocenie jej funkcjonowania zarówno od wewnątrz, jak i na zewnątrz.

Najczęściej podkreśla się, że innowacje są wprowadzane w celu poprawienia efektywności, wydajności, sprawności działania. Podobne motywacje z pewnością były dominujące również w sferze nowoczesnych technologii. Jeszcze na przełomie wieków Castells w swojej analizie przedsiębiorstwa sieciowego i e-biznesu podkreślał, że interaktywna łączność między producentami, konsumentami i usługodawcami daje „możliwość globalnego oddziaływania, bezpośredniego dostępu i dystrybucji z uwzględnieniem wymagań indywidualnego klienta”, a to z kolei redukuje koszty, poprawia jakość, zwiększa wydajność i lepiej zaspokaja potrzeby nabywcy (Castells, 2003, s. 90). Kilka najważniejszych cech przedsiębiorstwa sieciowego, takich jak interaktywność, elastyczność i indywidualizacja jako przeciwieństwo standaryzacji i produkcji masowej znalazło najpełniejsze zastosowanie w narzędziach obecnych w sieciach społecznościowych (Balasiewicz, 2013, s. 80). Osobiste i wielokrotne kontakty lub sama ich możliwość, odpowiednio szybka reakcja na potrzeby czy problemy, tak zwane sprzężenie zwrotne i partycypacja podmiotów wewnątrz lub z zewnątrz są potężnymi czynnikami efektywnego funkcjonowania organizacji, szczególnie organizacji silnie zintegrowanej z nowoczesnym światem technologicznym, funkcjonującej według reguł społeczeństwa sieciowego.

Obecnie jednak motywacje dotyczące innowacyjnej wydajności zostały uzupełnione przez szereg motywacji innego charakteru. Uzyskanie miejsca w świecie wirtualnym, zarządzanie elektronicznym wizerunkiem, marketing elektroniczny, kontrolowanie pozycji danej organizacji wśród innych czy też konieczność podjęcia wszystkich tych działań szczególnie na tle wzmożonej walki konkurencyjnej o klienta, pacjenta, studenta, darczyńcę czy wyborcę dla przedsiębiorstwa, przychodni, uczelni, fundacji czy jednostki publicznej

było częścią zmiany instytucjonalnej opartej między innymi na innowacyjności. Jednak jeżeli przyjrzymy się zasadom homogenizacji czy też konformizmu w ujęciu DiMaggio, Powella, Meyera i Rowana, okazuje się, że po okresie innowacyjności wyłaniają się pewne siły upodabniające organizacje do siebie oraz stawiające bezwzględne wymogi adaptacyjne dla organizacji nowo powstałych (DiMaggio, Powell, 1983; Meyer, Rowan, 1977). Jak stwierdzili Meyer i Rowan, w pewnym momencie zastosowanie jakiejś konkretnej innowacji nie tyle daje instrumenty do podnoszenia efektywności czy racjonalizacji działania, ile okazuje się sposobem na legitymizację opartą na specyficznych instytucjonalnych mitach i ceremoniach.

Jaką rolę odgrywają nowoczesne technologie informacyjne i komunikacyjne, szczególnie w tak strategicznych obszarach polityki przedsiębiorstwa, jak reklama, marketing czy systemy informatyczne? Warto bliżej się przyjrzeć komunikacyjnemu wizerunkowi organizacji, który dzięki tym technologiom prawie w całości jest uzależniony od stanu jej wizytówki internetowej, czyli strony w Internecie czy w którymś z licznych serwisów społecznościowych. Bardzo często może wydawać się pewna firma podejrzana, fundacja – nieuczciwa, a urząd czy samorząd – nieudolny, jeżeli nie ma aktualnej strony internetowej z całym bogactwem informacji i funkcjonalności, często wykonujący funkcje prasy lokalnej, sklepu internetowego czy księgi pozdrowień lub podziękowań za darowizny. Zatem obecność nowoczesnej strony internetowej, aktywnego profilu w sieci społecznościowej do skupienia zwolenników i wielbicieli, tak zwanych „fanów”, oraz „bezpośredniej” interakcji z nimi na przykład przez ustosunkowanie się do opinii i komentarzy, okazują się już nie innowacją, ale wymogiem, potęgowanym efektem skali. Trzeba bowiem już robić dużo więcej dla tego, żeby się wyróżnić na tle tysięcy lub nawet milionów, z jednej strony, oraz nie wolno zignorować tego mitu instytucjonalnego, taki bowiem nonkonformizm może mieć negatywny wydźwięk i nałożyć piętno zarówno na wizerunek, jak i funkcjonowanie organizacji.

DiMaggio i Powell w pewnym momencie stwierdzają, że innowacyjność jako racjonalna strategia dla organizacji pojedynczych może stać się nieracjonalna, gdy zostanie przyjęta przez ich dużą liczbę (DiMaggio, Powell, 2006, s. 602). Można zaryzykować przy-

puszczenie, że to twierdzenie nie dotyczy takiego zjawiska jak poczta elektroniczna, im bowiem więcej jest użytkowników, tym łatwiej niektóre usługi i sposoby komunikowania stają się masowe. W momencie kiedy większość korzysta z poczty elektronicznej, dokumentów w formie elektronicznej zeskanowanej lub z podpisem elektronicznym, wymagane obecnie często już tylko przez rządowe oraz samorządowe jednostki administracyjne przesyłanie dokumentów, na przykład faksem czy zwykłą pocztą czy też składanie osobiste, wydaje się anachroniczne, antyinnovacyjne, wręcz przestarzałe.

Niestety oddziały odpowiedzialne za bezpieczeństwo danych wrażliwych czy też działy personalne w organizacjach mogą odnotować poważne zagrożenia dla organizacji, co mogłoby świadczyć o wspomnianej wyżej nieracjonalności innowacji. Coraz szersze bowiem wykorzystanie poczty elektronicznej przez pracowników danej organizacji zwiększa niestety prawdopodobieństwo utraty informacji oraz zagrożenie kradzieży danych różnego rodzaju. Zapewnienie lepszej ochrony i bezpieczeństwa danych odbywa się przez ograniczenie pewnych funkcjonalności i możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii. Jednak wewnątrz organizacji wszelkie ograniczenia dostępu będą odbierane najczęściej negatywnie, z efektem demotywującym dla pracowników, natomiast ewentualni klienci mogą nabrać podejrzeń odnośnie do bezpieczeństwa ich danych osobowych. Na tym etapie w obawie przed ewentualnymi skutkami niepożądanymi wejścia do cyberprzestrzeni instytucje będą naśladować lepsze praktyki ochrony prywatności i danych wrażliwych czy też rozwiązania innego rodzaju zwalczające wszelkie inne negatywne skutki.

Homogenizacja czy też ograniczenie zróżnicowania w danym polu będą postępowały również zgodnie z praktykami większych, starszych czy też bardziej wpływowych organizacji o zapędach monopolistycznych. W podobny sposób przejawilo się to w przypadku takich korporacji, jak Facebook czy Google. Te korporacje w znaczącym stopniu ukształtowały podejście do danych osobowych i prywatności czy też pewne rozpowszechnione wyobrażenia na temat ich dostępności lub ochrony. Do takich rozwiązań należą między innymi nieodpłatne korzystanie z usług w zamian za udostępnienie pewnych danych, reklamy w zamian za wyniki wyszukiwania lub korzystanie

z ulubionych funkcji i możliwości. Jak stwierdzili neoinstytucjonaliści, „starsze i większe organizacje osiągają punkt, w którym to one zaczynają raczej dominować nad własnym środowiskiem, niż się do niego dostosowywać” (DiMaggio, Powell, 2006, s. 603). Jeżeli mniejsi aktorzy na tym polu organizacyjnym zechcą działać inaczej, na przykład w kierunku lepszej efektywności czy opłacalności, mogą natknąć się na opór zdominowanego środowiska. Może ich spotkać kryzys legitymizacji oraz bardzo duże ryzyko klęski w otoczeniu kontrolowanym instytucjonalnie.

Zinstytucjonalizowane reguły i struktury funkcjonujące jako mity wymuszają na aktorach tak zwany rytualny konformizm wobec rozleglejszych instytucji. Przypadek technologii informacyjnych i komunikacyjnych jest przy tym niezwykle ciekawy. Choć internet i technologie zaczęły się od inwestycji rządowych w naukę i wojsko, eksplozja użytkowników nastąpiła w momencie prywatyzacji internetu. Obecnie jednak państwo i jego instytucje, szczególnie w regionach mniej zaawansowanych technologicznie, muszą dostosowywać się do wymogów współczesnej przestrzeni komunikacyjnej i wizerunkowej. Przy tym nie tylko prominentni politycy czy poszczególni działacze zmuszeni są zakładać profile w różnorodnych serwisach społecznościowych. Zarówno urzędy różnego szczebla, instytucje kulturalne i oświatowe, jak i organizacje non profit również poprawiają wizerunek oraz możliwości kontaktu z osobami zainteresowanymi nie tylko w deklaracjach o e-urzędach czy realizacji ustawy o informatyzacji podmiotów realizujących zadania publiczne (2005 rok). Konsekwencją tej ustawy było między innymi powstanie ogromnej ilości stron internetowych, niestety najczęściej odgrywających rolę zwykłej tablicy ogłoszeniowej z notkami o dawno nieaktualnych wydarzeniach (Szepski et al., 2010; Miś, Szepski, 2010).

Zmiana instytucjonalna zgodnie z teorią neoinstytucjonalizmu może mieć trzy podstawowe mechanizmy izomorficzne, oparte na odmiennych źródłach zmiany. Izomorfizm przymusu wynika z problemu legitymizacji oraz pewnej presji, odczuwanej w różnym stopniu przez organizacje w danym polu organizacyjnym, jak było przedstawione wcześniej. Poza mechanizmem izomorfizmu normatywnego,

opartego na profesjonalizacji oraz odpowiedniej rekrutacji personelu, uprzednio socjalizowanego w ramach odpowiednich instytucji edukacyjnych, wyszczególniany jest tak zwany *izomorfizm mimetyczny*. Izomorfizm mimetyczny pojawia się w sytuacji niepewności co do otoczenia, kiedy są kształtowane pewne standardowe reakcje na ową niepewność, z reguły są to odpowiedzi „uznawane za sprawdzone” (Pawlak, 2013, s. 91). „Niepewność jest także potężną siłą, która zachęca do naśladownictwa” (DiMaggio, Powell, 2006, s. 605). Gdy otoczenie szybko się zmienia, cele i środki są niejednoznaczne, a pole innowacji jest mało przejrzyste, organizacje wybierają wzorowanie się (*modeling*) na organizacji, która osiągnęła sukces i legitymizację, jako jedną z najbardziej bezpiecznych strategii bez względu na efektywność działań czy inwestycji.

Dlaczego naśladowanie pewnych wzorów, które przynoszą sukces, imitacja jest korzystna w sytuacji niepewności? Pozwala bowiem uniknąć ponoszenia dużych kosztów w trakcie samodzielnych poszukiwań strategii i podejmowania decyzji, których skutki są niepewne. Podążanie wytyczoną drogą może i nie da wyjątkowych możliwości, które daje innowacyjność i aktywna inwencja, ale zapewni stabilizację i legitymizację w często już dojrzałym otoczeniu instytucjonalnym.

DiMaggio i Powell wspomnieli również o tym, że wzorcowa organizacja może nie tylko być „nieświadoma kopiowana, może również nie życzyć sobie być kopiowaną” (DiMaggio, Powell, 2006, s. 605). Jest to aktualna sytuacja we współczesnej gospodarce opartej na wiedzy, gdzie wizerunek, informacja, wiedza mają wysoką wartość rynkową o specyficznym charakterze. Są produktem drogim i unikalnym, a kopiowanie czy naśladowanie kojarzy się z piractwem i łamaniem prawa, które działa inaczej niż w przypadku zwykłej kradzieży. Wyciek informacji ze względu na topologię sieci i szybkość komunikacji ma najczęściej skutki nieodwracalne w porównaniu z kradzieżą rzeczy materialnej w postaci samochodów, obrazów, klejnotów czy nawet pieniędzy.

Inną kwestią bardzo ważną i powodującą zagorzałe dyskusje i nawet ruchy społeczne jest to, że w organizacyjnym naśladownictwie często mają źródło próby wprowadzania innowacji przez bezpo-

średnią imitację czy też transfer wiedzy i informacji. Taki transfer może odbywać się wraz z transferem pracowników różnego szczebla, konsultantami branżowymi lub nawet klientami, którzy wymagają doskonalenia usług, porównując różne organizacje czy przedsiębiorstwa (DiMaggio, Powell, 2006, s. 605–606).

Przykładem w tym zakresie mogą być serwisy aukcji internetowych, oparte na systemie C2C, czyli *consumer-to-consumer*, gdzie gwarancją sukcesu jest zaufanie do współużytkowników, oparte na systemie wzajemnych ocen i komentarzy transakcji. Nawet jeżeli duże przedsiębiorstwo staje się aktorem w tym systemie, nie ma możliwości wpływu na opinie konsumentów, jeżeli są nieprzychylnie ze względu na obiektywne przyczyny. Na podobnej zasadzie działają również serwisy dzielenia się samochodami (*carpooling*) czy miejscem w samochodzie w dużych aglomeracjach miejskich, serwisy *couchsurfingu* czy zamiany domów jako sposoby na ekonomiczne podróżowanie itd. W takich serwisach każdy uczestnik może zarówno świadczyć usługi, jak i z nich korzystać, zatem nie tylko musi dostosować się do wymogów otoczenia, jego presji oraz pewnych przyjętych norm, może również z powodzeniem naśladować pewne dobre praktyki oraz korzystać z jakościowych usług firm cieszących się dobrymi ocenami i zaufaniem klientów (na przykład komentarze w takim serwisie jak *Allegro*).

Naśladowanie dobrych praktyk i sukcesu niekoniecznie wiąże się z bezpośrednią imitacją konkretnych działań. Większe znaczenie mają symboliczna niepewność oraz wyobrażenia o wzorcach niż właściwe zagrożenia czy dokładne sposoby postępowania. Strategie wizerunkowe i komunikacyjne w Internecie wydają się bardzo dobrym przykładem izomorficznego powielania wzorów. Badania pilotażowe wskazują na znikomą ilość stron internetowych, przy kreowaniu których webdesignerzy opieraliby się nie tyle nawet o znane teorie komunikacji, ile o pewne praktyczne wymogi i zalecenia, np. dotyczące funkcjonalności strony, jej zawartości czy interfejsu użytkownika (Szepski, 2009). Ważniejsze są pewne wyobrażenia czy podzielane poglądy co do tego, jak ma wyglądać organizacja, a ściślej ten strategiczny wymiar jej kultury organizacyjnej, który dotyczy komunikacji sieciowej, wizerunku, marketingu

elektronicznego czy też reklamy. Naśladując inne organizacje na tym samym polu organizacyjnym, jak twierdzą DiMaggio i Powell, organizacje dostrzegają w tym „możliwość wzmocnienia legitymizacji lub odniesienia sukcesu” (Dimaggio, Powell, 2006, s. 606). W potocznym przeświadczeniu funkcjonuje już od dłuższego czasu zasada – podziwiana i zaprzeczana jednocześnie – „jeżeli nie ma Ciebie na Facebooku – tak naprawdę nie istniejesz”, gdzie wyraża się zarówno monopolistyczny charakter tego sposobu komunikacji, jak i wewnętrzna niepewność wobec siły tego „mitu instytucjonalnego”, jeżeli posłużymy się terminologią Meyera i Rowana.

Aktualnym pytaniem pozostaje, czy taka imitacja i w konsekwencji izomorficzne zmiany instytucjonalne w zakresie technologii informacyjnych i komunikacyjnych prowadzą do wzrostu efektywności działalności organizacji adaptujących te zmiany od innych innowatorów. Jednocześnie bowiem homogenizacja pola organizacyjnego, konformizm jego aktorów w pragnieniu uprawomocnienia i legitymizacji prowadzą do erozji orientacji na efektywność organizacyjną czy wydajność produkcji.

Czy strona internetowa o podobnych funkcjonalnościach, jak u konkurentów, oraz aktywny, pełen admiratorów profil w sieciach społecznościowych organizacji są gwarancją dobrego wykonywania zadań przez organizację i tym samym sukcesu w branży? Jeżeli posłużyć się wywoдем neoinstytucjonalistów, w tym wzorowaniu się ogromne znaczenie ma sam fakt upodobniania się do innych, bo za to organizacje są nagradzane lub przynajmniej niekarane za brak np. aktualnych informacji czy szybkiego kontaktu elektronicznego. Zachowują się konformistycznie zgodnie z mitami instytucjonalnymi, rytuałami i ceremoniami, tylko czy wpływa to na wydajność? (patrz więcej Meyer, Rowan, 2006).

Wydaje się zatem, że adaptacja takich innowacji, jak błyskawiczna poczta elektroniczna, sprawnie działająca strona internetowa czy komunikacja przez inne podobne serwisy, dawała wyższy status, prestiż, lepsze możliwości rywalizacji z konkurentami (co przecież powodowało naśladowanie i upodabnianie się innych) tylko w okresie, kiedy te strategie rzeczywiście były innowacyjne i efektywne, a nie tylko legitymizujące.



Instytucjonalizacja, przekształcenie innowacji w rytuał czy ceremonie ograniczają możliwości wprowadzania zmian, szczególnie równie efektywnych i innowacyjnych jak te na początku, czyli do momentu osiągnięcia pewnej wartości progowej czy punktu krytycznego (liczba organizacji jako aktywnych użytkowników na całym świecie jest tu wskaźnikiem). Zatem mechanizmy izoformizmu mimetycznego pozwalają potwierdzić uznanie, zachować się rytualnie i konformistycznie, ale pozostawiają organizację w ramach otoczenia instytucjonalnego, które może ograniczać jej efektywność i tym samym konkurencyjność.

Ciekawa jest ostatnia tendencja wzrostu popularności wizualnych sposobów przekazu informacji, od infografik do serwisów opartych tylko na zdjęciach. Serwis wymiany krótkich wiadomości (np. *Twitter*) zyskał konkurenta w postaci serwisu wymiany komunikatów wizualnych o krótkiej żywotności (*Snapshot*), gdzie odpadł problem praw autorskich, związany ze zdjęciami czy wizerunkiem osób na nich przedstawionych. Czy organizacje skorzystają z tych nowych sposobów komunikowania się czy zarządzania wizerunkiem? Będzie to zależało od presji konkurencyjnej efektywności czy też wyobrażeń na temat potrzeb adaptacji tej lub innej strategii. W tym czasie muszą się zmierzać z zaostrzonymi wymogami użytkowników co do prywatności oraz instytucjonalnym uregulowaniu takich problemów jak ochrona danych osobowych czy piractwo.

W podsumowaniu rozdziału warto przywołać ciekawe spostrzeżenie dotyczące imitacji czy też naśladowania. Strategia naśladowania wzorców sukcesu wśród organizacji jest strategią przetrwania, „przejawem zachowania racjonalnego w warunkach niepewności” (Taleb, 2016, s. 97). Jeżeli jednak organizacja zechce wprowadzić pewne zmiany instytucjonalne, żeby osiągnąć sukces, i będzie ta zmiana izomorficzna wobec pomyślnego otoczenia, naśladowując działania rzekomo pożyteczne, może się okazać, że z bardzo dużym prawdopodobieństwem organizacja poniesie klęskę. Droga do sukcesu bowiem to unikanie błędów tych, którzy tego sukcesu nie osiągnęli, błędów, których owe podmioty nie były w stanie przewidzieć (słynny „błąd selekcji danych”) (Taleb, 2008, s. 146). Według amerykańskiego filozofa, a także teoretyka i praktyka rynku Nicholasa Nassima

Talebą kluczem do sukcesu jest coś tak nieuchwytnego jak zwykły przypadek. Ignorowanie roli przypadku czy też losowości określane jest jako błąd przeżywalności lub błąd selekcji danych (*survivorship bias*), czyli optymistyczne przecenianie prawdopodobieństwa odniesienia sukcesu oraz zaniżanie prawdopodobieństwa klęski na podstawie jakichś danych historycznych (Taleb, 2016, s. 212–218). Taleb jednak nigdy nie stwierdził, że każdy, kto sukcesu nie odniósł, po prostu miał pecha. Są sytuacje, w których przypadek czy szczęście nie odgrywają istotnej roli. Warto powstrzymać się z oceną powtarzalności pewnych zjawisk.

## Tożsamość jednostki a samorealizacja przez ubiór: imitacja czy inwencja?

Konteksty społeczno-kulturowe chciałabym zacząć analizować od tematu pozornie mało poważnego oraz pozornie mało związanego z tematami, którym poświęcają obecnie socjologowie swoje obszerne opracowania naukowe. W swojej próbie nie pretenduję na oryginalność ani na gruncie humanistyki polskiej, ani tym bardziej światowej. Jednak chciałabym w tych następujących podrozdziałach poświęconych pojęciu *mody* w różnych kontekstach przedstawić temat w taki sposób, aby obraz, który się wyłoni, zachęcił do dalszego zgłębiania zarówno pojęcia imitacji, jak i danego, dość niejednoznacznego kontekstu.

Postaram się przedstawić znaczenie ubioru w konstruowaniu tożsamości jednostkowej jako elementu strategii samorealizacji w warunkach dynamicznych zmian współczesnego społeczeństwa. Jednocześnie spróbuję skonfrontować tę optymistyczną wizję emancypacyjną z potrzebą przynależności lub też uświadomienia sobie własnego miejsca w szerszym systemie czy też hierarchii społecznej, co też się wyraża w zewnętrznych oznakach statusowych, stylach życia i konsumpcji każdego człowieka.

Ubiór w danym kontekście będę używała obok takich pojęć, jak wygląd, gust, styl i moda. Wygląd jest ważny, zarówno obserwowalny w lustrze i doświadczany, jak i subiektywnie oceniany u innych i przez innych. Zarówno wyróżniający się, jak i konwencjonalnie podobny do innych. Wygląd jest jak język, nawet ważniejszy, niewerbalne sygnały w pełni bowiem kontrolować bardzo trudno (por. Myris-Kijo, 2015, s. 23–39).

Dlatego wygląd, ubiór oraz moda na pewne style ubierania się czy przeciwstawiany jej gust stanowią wątek, który może powiedzieć o społeczeństwie więcej niż najbardziej przemyślane badania statystyczne. Może wskazać na rozwój i złożoność społeczeństwa oraz relacji międzyludzkich. Jak stwierdził Oscar Wilde, wygląd jest ważny, a prawdziwą zagadką świata są akurat rzeczy widoczne, a nie niewidoczne (cyt. za Finkelstein, 2007, s. 130).

Czy w tej warstwie widocznej mamy do czynienia z chęcią upodabniania się do idoli oraz imitacji gwiazd? A może jednak większe znaczenie ma element naszej własnej wyjątkowości, autokreacji i samodzielnie pielęgnowanej oryginalności? Pomocna w zrozumieniu takich zachowań może być antropologia kulturowa, która za przedstawionym wcześniej René Girardem próbuje w specyficzny sposób wyjaśnić pewne zachowania imitacyjne czy mimetyczne, nie poprzestając przy zwykłym podejściu estetycznym. To ostatnie będzie przekonywało nas, że jeżeli ludzie, tańcząc i śpiewając, często po prostu chcą wyrazić siebie, samorealizować się, to może i przez wygląd, ubiór czy styl starają się wyrazić swoje uczucia, postawę lub tożsamość. Naśladowanie czy też imitacja, nawet będąc reprezentacją, odzwierciedleniem pewnych pragnień podmiotu, pozostaje w obrębie symbolicznym. Jak to słusznie ujęła Zofia Mitosek w analizie antropologicznego podejścia do *mimesis*, w zachowaniach mimetycznych wyraża się nasza potrzeba życia ze względu (!) na innych ludzi, „pożądanie naśladowcze” powstaje pod wpływem Innego (Mitosek, 1992, s. 12). Naśladując innych, musimy pamiętać zatem nie tylko o nich jako obiektach, jako znakach, lecz także jako podmiotach, członkach wspólnoty, uwikłanych w określone więzi międzyludzkie. Zatem, tak czy inaczej, stwierdza Mitosek, „absolutna ekspresja kończy się absolutną imitacją: naśladowujemy sąsiadów, wrogów, bohaterów powieści, gwiazdy ekranu” (Mitosek, 1992, s. 12). W jednym rzędzie z tym stoi strój i wygląd jako miara oryginalności, bo człowiek w swoim pragnieniu odrębności i autentyczności wbrew sobie jednak naśladowuje innych, kopiuje to, co powtarzalne i powszechne, to, co narzuca mu obrzydły rywal w swojej podobnej pogoni za modą.

O podobnych rzeczach pisał jeszcze w XIX wieku jeden z pierwszych socjologów, ewolucjonista, niegdyś niezwykle wpływowy i popularny Herbert Spencer. Jego refleksja zawiera między innymi twierdzenie

o zorganizowaniu się ludzi w miarę zwiększenia ich ogólnej liczebności, przyrost masy powoduje bowiem komplikowanie się struktury i różnicowanie funkcji (Szacki, 2006, s. 292–303). Jeden ze współczesnych badaczy filozofii mody twierdzi, że Spencer był tym filozofem i myślicielem, który zainspirował wielu innych późniejszych filozofów mody i badaczy estetyki oraz konsumpcji (Svendsen, 2006, s. 40).

Spencer wywodził modę z emblematów i godeł, które były wyznacznikami statusu społecznego. Podkreślał, że takie wyznaczniki lub cechy wyróżniające mają tendencję rozpowszechniać się na szerszą społeczność niż ta, która faktycznie jest uprawniona do noszenia podobnych wyznaczników, czyli posiada odpowiedni status. Takie rozpowszechnienie może być spowodowane działalnością niższych warstw społecznych, które chcą często wznieść się ponad swoją pozycję przez przywdzianie szat warstwy wyższej o kilka szczebli na drabinie społecznej (Svendsen, 2006, s. 40). Doszedł do takich wniosków między innymi w swoich przemyśleniach na temat instytucji obrzędowych jako struktur, które regulują życie ludzi.

Porównując społeczeństwa na różnych stadiach rozwoju (nowoczesne i pierwotne), Spencer porównuje także np. modę i ceremonię w nawiązaniu do rozróżnienia między rządami demokratycznymi a monarchistycznymi. Podobnie czynili wcześniejsi myśliciele z kręgu Oświecenia, nawiązując do związku między modą a wolnością sumienia. Spencer rozróżnia społeczeństwo militarne, gdzie bogactwo zyskuje się przez łupy wojenne, i społeczeństwo przemysłowe, gdzie sukcesy na polu walki już przestają mieć związek z bogactwem. Na pierwszy plan zaś wychodzi moda, która odgrywa specyficzną rolę w osłabianiu obrzędowości poprzedniego etapu. Jest cechą społeczeństwa przemysłowego, w którym według Spencera panuje większa równość. „Podwładni okazują szacunek nie przez powstrzymywanie się od tego, co robią ludzie wyżsi rangą, ale przez naśladowanie ich postępowania i sposobu ubierania się” (Ritzer, 2004, s. 99). Podobne przemyślenia miał przedstawiony wcześniej Thorstein Veblen, ale odnosiły się one do XIX oraz początku XX wieku.

Powstaje zatem ważne pytanie. Czy strój i wygląd zewnętrzny na przełomie XX i na początku XXI wieku podobnie odzwierciedlają przynależność klasową, warstwową czy grupową? Czy może po

prostu oddają one siłę wpływów makrostruktur społecznych na najważniejsze dziedziny życia jednostki? Czy oznacza to, że zwyczajnie powinniśmy przyznać rację Pierre'owi Bourdieu w *Dystynkcji*, który powiązał pozycję społeczną jednostki z kapitałem kulturowym i *habitusem*. Wyrazem owego, poza etykietą życia codziennego, codziennymi manierami czy uczestnictwem w życiu kulturowym, była umiejętność odpowiedniego ubierania się (Bourdieu, 1984).

Pozostając w obrębie mody i stroju, warto zadać pytanie o to, czy rzeczywiście moda jest najbardziej uniwersalnym językiem, który przekracza najwięcej barier międzykulturowych. W społeczeństwie kapitalistycznym podstawowym czynnikiem wyznaczającym kształt wizerunku zewnętrznego człowieka stają się procesy związane z pojęciem konsumpcji oraz różnie rozumianego konsumpcjonizmu. Konsumpcja pośredniczy w stosunkach społecznych i wspiera procesy identyfikacji oraz coraz częściej i szerzej socjalizacji. Ważnym elementem tożsamości staje się przede wszystkim konsumpcja symboliczna wyrażająca, z jednej strony, osobiste gusta człowieka, a z drugiej, symboliczną przynależność do grupy społecznej oraz, co najważniejsze, status społeczny, zresztą w dużym stopniu wpływający na gusta.

W swojej analizie „wspólnot konsumpcji” czy też „wspólnot gustu”, jak je kiedyś określił Georg Simmel, Dale Southerton stwierdził, że estetyczny, czyli inaczej – zewnętrzny lub uzewnętrzniony wymiar konsumpcji, staje się coraz mniej ważny w osiąganiu poczucia przynależności, im bardziej trwała jest owa przynależność. Im dłużej jednostka społeczna jest członkiem wspólnoty, tym większe znaczenie ma utożsamianie się z innymi na podstawie podzielanych ukrytych sensów moralnych i kulturowych kategorii dystynkcji (Southerton, 2009; Petrykowski 2009, s. 121). Jednocześnie warto zaznaczyć, że nie tylko utożsamianie się czy upodabnianie się ma sens. Mimo zadeklarowanej demokratyzacji wyglądu czy ubioru oraz względnie swobodnego wyboru z repertuaru stylów życia oferowanych na rynku tożsamości bardzo ważne pozostają nierówności lub też stratyfikacja społeczna, związane z nią odmienności wizualne czy aktualny proces wykluczenia przez konsumpcję, a szczególnie wymiar kulturowy oraz symboliczny tegoż wykluczenia (zob. Novikova, 2013, s. 239–258).

Bardzo ważne w tej dyskusji wydaje się przypomnienie podejścia niesłusznie pomijanego w dwudziestowiecznej socjologii niemieckiego myśliciela i socjologa z początku XX wieku Georga Simmla. Jego przemyślenia nawiązują również do przedstawianych w poprzedniej części koncepcji Thorsteina Veblena oraz Gabriela Tarde'a. W swoich analizach socjologicznych Simmel nawiązywał między innymi do mody, stylu i gustu również w kontekście naśladownictwa. Napisał cztery różnej długości eseje na te tematy, które, jak i cała jego twórczość, była niejako dyskusją z dziełami Immanuela Kanta, mimo braku bezpośredniego odwoływania się. Kant był jednym z pierwszych i najważniejszych w czasach nowoczesnych myślicieli, którzy wypowiedzieli się zarówno na temat naśladowania, jak i mody. Głównym zadaniem Simmla w jego analizie mody była odpowiedź na pytanie, jak indywidualum może być homogeniczną częścią masy ludzkiej bez utraty indywidualności lub też w jaki sposób osoba może jednocześnie pielęgnować swój własny gust i oczekiwać od innych, że będzie on przez nich akceptowany lub podzielany (Gronow, 1993, s. 98).

Warto wspomnieć, że Simmel stworzył bardzo złożoną i wyrafinowaną teorię rzeczywistości społecznej, składającej się z trzech poziomów. Stosunki między tymi poziomami traktował w sposób dialektyczny. Sprzeczności, dualizmy, konflikty, tak czy inaczej, znajdowały się w centrum uwagi Simmla. Dialektyczny sposób myślenia o świecie, zdaniem Ritzera, bardzo wyraźnie można zobaczyć w jego dziele o modzie. Rozpatruje ją dualistycznie, z jednej strony bowiem jest to forma stosunku społecznego, w którym jest możliwe dostosowanie się do wymagań grupy. Osoba chętna takiej adaptacji może z łatwością wykorzystać do tego celu mechanizmy modowe. Jednocześnie moda w założeniu opiera się na normach, które mogą wyróżniać z tej grupy indywidualistów (Ritzer, 2004, s. 182–183). „Nasza natura moralna skłania się z jednej strony ku biegunowi socjalizującego stopienia się z własną grupą, z drugiej zaś ku biegunowi indywidualnej odrębności (...) każda forma życia łączy potrzebę trwania i stałości z potrzebą zmiany i inności, godzi tendencję do ogólności i jednakowości z tendencją do odrębności i niepowtarzalności, doprowadza do kompromisu między uległością wobec całości społecznej a aspiracjami indywidualizmu” (Simmel, 2008, s. 155–156).

Przy czym moda nie jest niezmienna, statyczna. Jest to proces historyczny od etapu mody (zapotrzebowania) przez zaadaptowanie przez każdego do powolnego odchodzenia od danego etapu modnego oraz do przyścia nowości. Dialektyczny charakter mody przejawia się tym, że „sukces i rozpowszechnienie się każdej mody prowadzi ostatecznie do jej porażki” (Ritzer, 2004, s. 183). Moda daje pewną satysfakcję, „modniś spotyka się z bardzo miłą mieszaniną akceptacji i zazdrości”. „Satysfakcja prekursora polega najwyraźniej na połączeniu indywidualnego poczucia, że jest oto w posiadaniu czegoś szczególnego, oraz społecznego poczucia, że jest oto naśladowany przez ogół i wspierany przez ogólnego ducha” (Simmel, 2008, s. 158–159). Jak stwierdziła jednak kiedyś Coco Chanel, „im bardziej moda jest ulotna, tym bardziej jest doskonała” (Morand, 2016, s. 174). Akceptacja mody przez tłum pozbawia ją wyróżnienia, wyjątkowości, a tym samym atrakcyjności.

Współcześni ekonomiści proponują bardzo użyteczne określenia tych zjawisk w swoich analizach tak zwanych efektów sieciowych. Z jednej strony, konsumenci kupują więcej w odpowiedzi na wzrost popytu ze strony innych konsumentów. Przejawia się wtedy tak zwany efekt podczepienia (*bandwagon effect*), który jest przykładem dodatnich efektów sieciowych. Ale moda jest nietrwała, w szczególności szybko przemija wśród osób, które najwcześniej ją zaadaptowały. Wtedy – w myśl pięknego powiedzenia Chanel – występują ujemne efekty sieciowe i tak zwany efekt snoba, kiedy w odpowiedzi na wzrost zakupów dokonanych przez jednych konsumentów spada zapotrzebowanie na dane dobre zgłaszane przez innych konsumentów (Dąbrowski, 2016, s. 83–84).

Ciekawe w tym zakresie jest traktowanie zjawiska imitacji czy naśladownictwa. Psychiczna skłonność do naśladownictwa, zdaniem Simmela, jest sposobem na oszczędzanie sił, nie wymaga bowiem samodzielnego twórczego wysiłku. Grupa wspiera jednostkę przy naśladownictwie, zapewniając jej treść, formy zachowania, uwalniając od konieczności podejmowania wyboru oraz odpowiedzialności, jednocześnie narzuca jednakowość, wtopienie w ogół, uniformizację (Simmel, 2008, s. 156). Simmel wspomina również osoby, które nie chcą poddawać się nakazom mody, unikają jej, uważają się zatem za oryginałów, a te osoby, które za modą podążają – za imitatorów. Są



jednak, według Simmla, imitatorami na opak, bo ich unikanie mody wcale nie świadczy o szczególnej samodzielności czy sile osobowości, charakterystycznej na przykład dla liderów modnego trendu (Michalak, 2011, s. 25). Zatem moda to „szczególna forma życia, która ma zapewnić kompromis między tendencją do społecznego zrównania a tendencją do indywidualnej odrębności”.

Na przełomie XIX i XX wieku Simmel stwierdził, że moda jest zawsze zjawiskiem klasowym, to moda warstwy wyższej różni się bowiem od mody warstw niższych i jest „porzucana z chwilą, gdy warstwy niższe ją sobie przyswoją”. Jako nieustannie zmieniające się „społeczne formy ubioru, sądy estetyczne, cały styl, w którym wyraża się człowiek”, moda wręcz przystoi tylko stanom wyższym (Simmel, 2008, s. 156–157). Jako „wytwór podziału klasowego” moda podkreśla niejako równość członków, ale w ramach jednego stanu, bo między stanami to powinna podkreślać różnice. Niższe stany oczywiście naśladują wyższe, aspirują ku tym wzorcom.

To wszystko nie oznacza jednak, że mody nie może być w społeczeństwie mniej zhierarchizowanym, bardziej egalitarnym; wtedy bowiem zróżnicowanie i naśladowanie przenosi się na tak zwane warstwy „równoległe”, złączone wewnętrzną mocną więzią. Zatem według Simmla królestwo mody skończy się, „gdy zabraknie któregoś z czynników – potrzeby i możliwości wyróżniania się lub potrzeby i chęci upodobniania”. Moda może nawet nie powstać, jeżeli mamy do czynienia z kręgiem, w którym każda jednostka sama w sobie chce być czymś szczególnym (Simmel, 2008, s. 158).

Moda jako zjawisko istotnie nowoczesne oraz pojęcie socjologiczne miało pomóc Simmlowi przezwyciężyć odległość między pojedynczą osobą a całością społeczeństwa. Twierdził, że jej „swoiście pikantny, podniecający urok” polega między innymi na tym, że daje ona jednostce „poczucie oparcia w społecznym kręgu, który swoim członkom nakazuje wzajemnie się naśladować, a tym samym zwalnia jednostkę z wszelkiej odpowiedzialności – etycznej i estetycznej” (Simmel, 2008, s. 163). Obecnie członek społeczeństwa nowoczesnego sam się przekonuje, że to właśnie moda wiąże nas z innymi przez imitację dostępnych wzorców, ich powielanie i tym samym zadeklarowanie przynależności do pewnych wspólnot, warstw czy grup społecznych.

Nie możemy jednak zaprzeczyć, że moda jednocześnie pozwala na pewną swobodę, dając możliwość wyboru, wręcz uzależniając akceptację od oryginalnej samodzielnej twórczości, choć i opartej na ograniczonym asortymencie konsumenckim. Niektórzy badacze twierdzą, że „bez sprawnie funkcjonującej maszynierii mody społeczeństwa kręgu kultury euroamerykańskiej w swojej obecnej postaci rozsypałyby się w proch”, a samą modę można nazwać wręcz narzędziem wyzwolenia (Szlendak, Pietrowicz, 2007, s. 8–9). Jeszcze w połowie lat 80. XX wieku, czyli prawie trzydzieści lat temu, został podjęty i rozwinięty temat aktualnych relacji między modą a społeczeństwem „ponowoczesnego hedonizmu” z akcentem na swobodę wyboru w decyzjach konsumenckich i – odpowiednio – wyboru stylu życia (np. Lipovetsky, 1987).

We współczesnym, dynamicznie zmieniającym się społeczeństwie jednostka społeczna jest zmuszona do ciągłego dokonywania wyborów, do „refleksyjnego nastawienia względem własnego życia”, związanego jednak również z podjęciem odpowiedzialności za każdą z podjętych decyzji (Leszniewski, 2007, s. 49). Ludzkie projekty tożsamościowe konstruowane są nie tylko na podstawie własnych decyzji, lecz także przede wszystkim na podstawie interpretacji rzeczywistości przez ekspertów i specjalistów od wąskich dziedzin wszelkiego rodzaju. Te procesy konstruowania tożsamości coraz mniej zależą od religii i tradycji, jakichkolwiek trwałych punktów odniesienia, dających poczucie słuszności czy uznania ze strony otoczenia. Jeżeli jednostka może cieszyć się autonomią w budowaniu swego tożsamości, w wyjawianiu swoich wizerunków czy deklarowaniu przynależności, jednocześnie jest skazana na ciągłe zmiany, płynność, tymczasowość, wymóg ciągłego doskonalenia się, osiągania sukcesu, lub przynajmniej dążenia do samorealizacji i autentyczności.

Tymczasowość paradoksalnie współlistnieje z autentycznością właśnie w ubiorze i ogólnie modzie, której analizę warto ściśle związać z tendencjami estetyzacji praktyk społecznych, ulotności i powierzchowności przeżyć doświadczanych przez człowieka w życiu codziennym (Leszniewski, 2007, s. 51).

Styl konsumpcji i odpowiednio styl życia często warto odnieść do zagadnień stratyfikacji czy też zróżnicowania społecznego. Z jednej

strony, styl życia odzwierciedla przynależność do pewnej warstwy społecznej z prostych względów ekonomicznych: nie możemy poświęcić więcej środków na konsumpcję, na nabycie pewnych elementów określonego stylu życia, niż mamy do dyspozycji. Z drugiej strony, nawet jeżeli nas stać na dużo, poświęcamy mniej. Współcześnie nikogo już nie zdziwi „brak spójności między stylem konsumpcji a zajmowaną pozycją i statusem w społeczeństwie” (Leszniewski, 2007, s. 51).

Ze względu na wspomnianą wcześniej względną wolność w konstruowaniu tożsamości oraz demokratyzację wyborów konsumpcyjnych (np. oddolne kreowanie mody przez modę uliczną, blogerów czy słynne szafiarki), jeżeli stawiamy sobie pytanie o to, kim jest człowiek, z którym wchodzimy w interakcję społeczną, wydaje się, że właściwszą odpowiedź znajdziemy w cechach jego stylu życia niż instytucjonalnych wyznacznikach jego miejsca w hierarchii społecznej. Estetyzacja życia codziennego bardziej podkreśla wymóg oryginalności niż widocznych oznak wyższego statusu czy też bogactwa, bardziej wymóg wyjątkowości niż zachowania *comme-il-faut* charakterystycznego tej warstwy społecznej.

Wydaje się, że właśnie w ten sposób powinno wyglądać konstruowanie tożsamości we współczesnym społeczeństwie określanym jako konsumpcyjne, postmodernistyczne, postindustrialne, informacyjne itd., tylko bowiem „poprzez fakt konsumpcji możemy osiągnąć postawiony sobie cel bycia kimś wyjątkowym”. Zatem jednostka jest się ciągle niepewna swojej pozycji, tego, czy tak naprawdę jest tym, kogo przedstawia jej wizerunek, ciągle dąży do bycia kimś (Leszniewski, 2007, s. 53). Jak to podkreślają badacze kulturowego wymiaru konsumpcji: „kupuję, więc jestem”.

Ten schemat ma oczywiście liczne mankamenty. Jednostka społeczna już nie jest związana więzami społecznymi w takim znaczącym stopniu, jak to było jeszcze kilkanaście czy – w zależności od regionu (kraje rozwinięte, rozwijające się, aspirujące itd.) – kilkadziesiąt lat temu. Dlatego odpowiednio traci poczucie stabilności, pewności czy uznania ze strony grupy przynależności czy odniesienia. Niestety wśród dostępnych możliwości ma tylko wcześniej wspomniane „samodzielne” konstruowanie tożsamości, w oparciu o „szeroki” wachlarz wzorców dostępnych na rynku.

Rynkowe oferty tożsamości, a w szczególności ich wymiar powierzchowny, czyli wygląd, wizerunek, stylowy ubiór czy modny strój są bardzo różnorodne. Wydają się zróżnicowane pod wieloma względami, złożone w wielu konfiguracjach, skomplikowane lub też proste, zrozumiałe na poziomie globalnym, czy też specyficzne dla danego regionu czy kultury. Wybierając z oferty rynkowej na podstawie dowolnej selektywności, jednostka ogranicza w pewien sposób ryzyko niepowodzenia w tworzeniu samej siebie. Ciekawe, że uznanie dla tej tożsamości jednostka uzyskać może głównie w swojej grupie społecznej lub warstwie społecznej. Ten ostateczny efekt w postaci pewnego wizerunku własnej osoby, tak czy inaczej, trzeba potwierdzić w oczach innych członków grupy, do jakiej się przynależy. Zatem jest dalej silnie uwikłana w procesy rynkowe i mechanizmy kulturowego potwierdzania przynależności przez zewnętrzne oznaki, symbole wizualne, towary rynkowe, uznane za modne i pożądane, i tym samym społecznie usankcjonowane, spójne ze stylem życia oraz treściami wypełniającymi ludzkie codzienne zachowania.

Realizując codziennie pewne wzory kulturowe, jednostki społeczne uzyskują społeczne uznanie, integrując się przez pewnego rodzaju wspólne przeżywanie rzeczywistości – chociaż często mocno naznaczone wzorcami i dyskursami medialnymi. Ludzie również unikają w ten sposób całkowitego wykluczenia z czynnego uczestnictwa w życiu społecznym, które w warunkach obecnego kryzysu ruchliwości społecznej pozostaje jednym z ostatnich bastionów ludzkiego działania. Taka wizja kreowania tożsamości i samorealizacji jednak zagrożona jest całkowitą orientacją na wartości materialne i całkowitym wycofaniem się z jakichkolwiek innych aktywności prospołecznych.

Warto zaznaczyć zatem znaczenie ubioru w rytuałach życia codziennego nie tylko jako elementu stylu życia, ale i przede wszystkim rytualizowany komunikat dotyczący zajmowanej pozycji społecznej. Amerykański badacz komunikacji rytualnej Eric W. Rothenbuhler, nawiązując do analizy kontrkultur motocyklistów, punków i gangów ulicznych, podkreślił wagę rytualnej ekspresji stylu kontrkulturowego w szczególności w modzie i stroju.

Ta ekspresja wraz ze stylem i pewnymi zajęciami czy aktywnościami charakterystycznymi dla wybranej grupy społecznej, war-

stwy społecznej czy kontrkultury stanowią „wyraz pozycji społecznej oraz stosunku do tej pozycji, szerszej hierarchii społecznej i kultury dominującej”. Rothenbuhler podkreśla rytualność stylu kontrkulturowego. Wskazuje na to powtarzalność, wymiar zbiorowy, forma symboliczna i tak zwany „udział w poważnym życiu”. Podkreśla jednocześnie rytualny sprzeciw jako nieodłączny element tego stylu, na przykład jako sposób wyrażania własnych poglądów politycznych niezgodnych z większością.

Można zadać w tym momencie pytanie o to, co mieliby zrobić zwykli członkowie społeczeństwa. W szczególności tacy, czyj ubiór świadczy raczej o ich konformizmie niż gotowości do protestu (nawet u młodzieży). Diagnoza Rothenbuhlera jest nieublagana: model rytuału nie pasuje do analizy stylu życia większości ludzi. Powszechne jakiegokolwiek próby samorealizacji i wyrażania się przez modę nie są prawdziwe. Tak czy inaczej, przemysł mody jest nastawiony na sprzedaż i zysk. Autentyczność i wyjątkowość każdego klienta są tylko elementem kampanii promujących nowe kolekcje w oparciu o „ciekawą” obraz dla pewnego siebie mężczyzny czy „aktywnej” współczesnej kobiety. W roku 2017 jest to na przykład zdrowy tryb życia, wpisanie modnych trendów sportowych w codzienność formalną i nieformalną, tak zwaną *athleisure*.

Pod koniec jednak Rothenbuhler przedstawia optymistyczne wnioski. Stwierdza, że „we współczesnych społeczeństwach przemysłowych styl zrytualizowany wydaje się przypadkiem wyjątkowym”. Zatem możemy próbować „kontynuować dzieło Goffmana w stworzeniu modelu kompetencji kulturowej – choćby w zakresie ekonomii i rynku – w którym wybory stylu życia służą konstruowaniu, wyrażaniu i przedstawianiu osobowości, będąc przy tym przedmiotem osądu społecznego, a zatem składają się na symboliczne uczestnictwo w życiu poważnym” (Rothenbuhler, 2003, s. 138–140). Możemy starać się wyrazić siebie nie tylko przez naśladowanie gotowych wzorców, lecz także samodzielnie ukształtować i zaprezentować swoją osobowość, nie będąc jednocześnie wykluczonym z szerszej, ważnej dla nas zbiorowości, mertonowskiej grupy odniesienia.

W tym momencie zmieszania strachu przed uniformizacją i nadziei na autentyczność warto wspomnieć słowa znanego radzieckie-

go pisarza Iosifa Brodskiego, który swego czasu emigrował do Stanów Zjednoczonych. W swojej słynnej „Mowie na Stadionie” przed absolwentami Uniwersytetu w Michigan w 1988 roku, która przez siedem lat nie była dopuszczana do publikacji w USA, Iosif Brodski powiedział paradoksalnie, że „mimikra to obrona indywidualności, a nie jej pogwałcenie” (1996). We współczesnym społeczeństwie, łączącym cechy sieciowości, płynności, przetechnologizowania i szalonej konsumpcji, zmiany odbywają się tak szybko i nieodwracalnie, że racjonalnie byłoby poszukać zakorzenienia i trwalszych odniesień w sferach nienaznaczonych odorem naśladownictwa czy walki o oryginalność.

## Modne wzorce z ekranu a imitacja „stylu zachodniego”: przypadek filmów z epoki socjalistycznej

Wspominany w poprzednim podrozdziale Georg Simmel jeszcze na początku XX wieku stwierdził, że tym większe mamy możliwości podkreślania różnic między nami, im liczniejsze i ostrzejsze są owe różnice, i dlatego właśnie moda odgrywa tę bardziej „eksponowaną rolę w czasach współczesnych”, których najważniejszą nową cechą była produkcja towarów na skalę masową i powszechna przynależność jednostek społecznych do tych mas przez naśladowcze zachowania konsumentów (Simmel, 2007, s. 11). Jaki przekaz zatem wysyła ubiór, który zdaje się jednym z najbardziej widocznych, symbolicznych i łatwych do manipulacji „pośredników” między jednostką a społeczeństwem? Czy jest językiem uniwersalnym i niezmiennym? Jaka jest rola kontekstu historycznego dla lepszego rozumienia mechanizmów naśladownictwa w ramach społecznego zjawiska mody?

Podobnie jak w jednym z późniejszych rozdziałów, w poszukiwaniu ciekawych materiałów do analizy postanowiłam zwrócić się do okresu Związku Radzieckiego ze względu na wiele przyczyn. W dużym stopniu zainspirowały mnie widoczne ostatnio tendencje nostalgiczne oraz popularność retro, szczególnie na terenie byłego Związku Radzieckiego, nawet bez akcentów politycznych, medialnych i propagandowych. Obecnie retro radzieckie jest rekonstru-

owane, przerabiane, przemodelowane, odkrywane na nowo jako kicz, zarówno w elementach życia codziennego, modzie, konsumpcji i kulturze popularnej, i w szczególności w kinematografii. Pojawia się powszechne odczucie tęsknoty za przeszłością – nawet nieprzeżyta, bo wyrażane przez ludzi bardzo młodych, urodzonych po upadku komunizmu, a znających tamten świat często tylko przez pryzmat kultury popularnej, nawet nie z książek historycznych czy filmów dokumentalnych.

Jak możemy scharakteryzować warunki powojenne w społeczeństwie radzieckim z punktu widzenia danego tematu? Spektakularny koniec II wojny światowej kilka lat później został w świadomości społecznej przesłonięty przez następne wydarzenie o głębokim wpływie na całe społeczeństwo radzieckie oraz atmosferę społeczną przez dość długi czas: śmierć Józefa Stalina. Najważniejszą i najaktualniejszą kwestią była oczekiwana zmiana, i najciekawsze, że na początku to nie była wcale nadzieja na coś lepszego, ale wszechogarniający lęk przed nawet gorszymi rzeczami, które mogła przynieść jakakolwiek zmiana. Po XX zjeździe KPZR oraz referacie Chruszczowa *O kulcie jednostki* sytuacja się zmieniła, bo zaczęły się nie tylko coraz śmielsze dyskusje, lecz także większe żądania i niecierpliwość zmian.

Po dojściu do władzy Chruszczow kontynuował i nawet wzmocnił egalitarną politykę gospodarczą, w szczególności w sferze rolnictwa i na wsi. Na początku lat 60. XX wieku aktywny rozwój ekonomiczny i akumulacja poprzedniej dekady odbudowy zaowocowały większymi wydatkami nieprzemysłowymi (Dmitrenko, 2000, s. 527–528). Towarzyszyły temu zmiany w życiu publicznym i atmosfery społecznej w całości, w tym momencie Związek Radziecki otworzył się na świat. Międzynarodowe wymiany i kontakty aktywnie się rozwijają, delegacje radzieckie częściej podróżują po świecie, zagraniczne przyjeżdżają do ZSRR, największym wydarzeniem epoki był Światowy Festiwal Młodzieży i Studentów w Moskwie w 1957 roku. W tym samym roku był również kongres mody, na który przyjechali przedstawiciele 8 krajów socjalistycznych. W filmie „Moskwa nie wierzy łzom” ten rok był ilustrowany np. festiwalem filmów francuskich, gdzie przechadzały się piękne eleganckie gwiazdy kina (oczywiście

było to niejako spojrzenie z późnych lat 70., które mogło być zbyt optymistyczne dla późnych 50. XX wieku).

Oczywiście, zmiany zachodziły zarówno w wymiarze zewnętrznym, jak i wewnętrznym, w tamtym czasie nowe tendencje i zmieniająca się atmosfera zaowocowały zjawiskiem nieznanym w społeczeństwie radzieckim – pojawiła się opinia publiczna. Dotyczyła ona nie tylko literatury pięknej, sztuki, prasy itd. Okoliczności sprzyjały pojawieniu się w Związku Radzieckim mody jako oryginalnego, akceptowalnego w określonych dozwolonych ramach oraz nawet potrzebnego zjawiska. Potrzebne było szczególnie dla zewnętrznego wizerunku ZSRR na scenie globalnej. Opinia publiczna oczywiście nigdy nie była wolna w ZSRR, a szczególnie została uciszona w trakcie wydarzeń na Węgrzech (1956) oraz szeregu innych późniejszych, tak że odpowiadała potrzebom partii. Jednak odwilż Chruszczowska nieodwracalnie zmieniła charakter życia publicznego w Związku Radzieckim.

Generację, która później została nazwana „sześćdziesiątnicy”, wyróżniały nie tylko romantyzm, wiara w ideały komunizmu oraz przeważnie optymistyczne postrzeganie teraźniejszości i przyszłości, lecz także mocne przekonania o sprawiedliwości, podziale społecznym czy egalitaryzmie. W jednym z listów wysłanych do czasopisma „Komunist” czytelnik opisał swoje obserwacje bieżących wydarzeń i procesów. Ludzie wymagali (sic!), żeby przywódcy przynajmniej wyglądali jak lud pracujący, a nie burżuazja (Dmitrenko, 2000, s. 544–545). Ta uwaga wybitnie podkreślała wagę tych problemów dla zwykłych ludzi. Inny przykład dotyczył opisu życia luksusowego establishmentu w różnych radzieckich środkach masowego przekazu. Bez względu na krytykę kultu jednostki i detronizację Stalina media nadal pokazywały – najczęściej nie dla celów zwykłego propagandowego pokazywania – przywileje. Te przywileje wynikały ze statusu partii i władców. Były na przykład związane z hucznymi festiwalami i wystawnymi imprezami, podczas gdy większość sklepów w miastach (prócz stolic republikańskich i kilku większych miast) i wsiach było prawie pustych.

Jeżeli pokusimy się o skrótową charakterystykę uwarunkowań społeczno-kulturowych życia w ZSRR w latach 1950–1980, to jako jeden z najważniejszych czynników oddziałujących na życie społecz-



ne oraz życie codzienne w Związku Radzieckim po wojnie musimy wspomnieć ruchliwość społeczną wynikającą z procesów uprzemysłowienia i urbanizacji. W latach 60. ubiegłego stulecia jedna piąta populacji ZSRR przeniosła się ze wsi do miast i miasteczek. Byli to słynni „limitezycy”, przyjezdni, którzy trafili do stołecznego limitu meldunkowego. Oznaczało to, że bardzo duża część ludności miejskiej należała do pierwszego pokolenia mieszkającego w mieście, była wyrwana ze swojego tradycyjnego środowiska wiejskiego i mieszkała w rozproszeniu i bez odpowiednich umiejętności społecznych. Jeżeli przywołamy pojęcie kapitału społecznego i kulturowego Pierre’a Bourdieu, warto zaznaczyć, że ruchliwość społeczną w Związku Radzieckim umożliwiały coraz powszechniejsze oświata i szkolnictwo. Uczuć się można było za darmo, ale dostęp do tych sfer – szczególnie do szkolnictwa wyższego – był ograniczony przez pozaekonomiczne przeszkody. Było to zwyczajne zróżnicowanie społeczne typu radzieckiego oraz typowe systemy statusów i regulacji prestiżu w ramach instytucji *nomenklatury*: warstwy wyższych urzędników.

Zatem mimo proklamowanej równości, otwartości lub nawet demokracji kanały ruchliwości społecznej w Związku Radzieckim zwężyły się lub nawet się zamykały, a rozwarstwienie społeczne się pogłębiało. Zmiany w życiu społecznym powoli wypełniały się pierwszymi oznakami przyszłego kryzysu i upadku komunizmu. Dotyczyły one przede wszystkim hierarchizacji potrzeb, jeżeli posłużymy się schematem Masłowa. Bolszewicy byli w stanie stworzyć dobry projekt tylko dla ludzi udreżonych, zdeprawowanych i wyjątkowo źle traktowanych, dla przedstawicieli całych warstw społecznych oraz grup etnicznych i narodowych oraz całych krajów zniszczonych podczas wojen światowych i domowych. Taki projekt powstał głównie na bazie światopoglądu wiejskiego i tylko po części proletariackiego – robotników wbrew pozorom nie było tak dużo na początku. Nie odpowiadał on jednak potrzebom społeczeństwa sukcesu, które przetrwało straszne czasy wojny i postarało się o nich zapomnieć.

Awangardą tego nowego powojennego społeczeństwa stało się młode wykształcone miejskie pokolenie o średnich dochodach i zasadniczo innych potrzebach. Analizowany w jednym z poniższych podrozdziałów ideolog „cywilizacji radzieckiej” Siergiej Kara-Murza

używa pojęcia „konsumpcji obrazów” (Kara-Murza, 2011, s. 638, 713). Po zaspokojeniu potrzeb fizjologicznych, naturalnych, nadchodzi potrzeba w obrazach. Ale te obrazy nie są abstrakcjami. Nie są tylko ideami. One są ściśle związane z konkretnymi rzeczami. Dla chłopów to ziemia, naturalne środowisko i miejscowa wspólnota. Dla mieszkańców miasta te rzeczy mimo swojej względnej bezużyteczności stają się potężnymi symbolami. To skutkowało słynnym radzieckim „wieszczizmem”, czyli konsumpcjonizmem, bardzo intensywnie rugowanym przez władzę. Później to ten konsumpcjonizm w pewnym sensie przyczynił się do ostatecznego upadku władzy radzieckiej (Kara-Murza, 2011, s. 710–711).

Poprzedni spartański typ osobowości w Związku Radzieckim przemienił się w typ konsumenta z całkowicie inną hierarchią wartości, z rosnącą potrzebą w samochodach, daczach, drogich urządzeniach elektronicznych, biżuterii i modnych ubraniach. *Uravnilovka* i „równość w biedzie” ostatecznie pozostały w przeszłości, nomenklatura zyskała cechy właściwej klasy rządzącej. Powoli również społeczeństwo radzieckie zaczęło przyswajać cechy indywidualizmu opartego na konkurencji, jak również coraz bardziej odczuwało potrzebę wolnej ekspresji i samorealizacji przez wykorzystanie różnych obrazów konsumpcyjnych. Te procesy powoli wypierały równość i solidarność. Zmiany przebiegały w kontinuum tradycja–nowoczesność, od przeważającej tożsamości grupowej i znaczenia wspólnoty do wzrastającego znaczenia tożsamości indywidualnej oraz odmienności ją wyróżniających. Do takich odmienności zaliczał się przede wszystkim ubiór i moda.

Jakie w tym wszystkim miejsce zajmuje wybrana przeze mnie jako źródło dla materiału badawczego kinematografia radziecka? Warto podkreślić, że ani lokalne pracownie krawieckie, ani ogólnokrajowe modne czasopisma nie były w stanie pozbawić przemysł filmowy statusu dyktatora mody w ZSRR. Gusta obywateli radzieckich kształtowały się pod wpływem gwiazd kina rodzimego i zagranicznego. To oni, a nie przedstawiciele różnie rozumianej elity gospodarczo-politycznej, byli prawdziwymi ikonami stylu i wzorcami do naśladowania mimo dużo mniejszych możliwości finansowych lub dostępu do dóbr deficytowych niż dla nomenklatury.

Wygląd, ubiór, style życia rodem z błękitnego lub szerokiego ekranów stawały się bogatym źródłem inspiracji dla inwencji indywidualnej widzów, ich poszukiwań tożsamości, samokreacji i interpretacji. Jak stwierdziła Joanne Finkelstein w swojej pracy o tożsamości i znaczeniu sztuki filmowej, „kinematografia zrobiła świadomość ludzką widzialną, a wszelkie inne umykające uwadze dźwięki słyszalnymi, i w ten sposób kształtuje nasze rozumienie świata..., szkoli widzów w zakresie odczytywania obrazów i reprezentacji w sposób przewidywalny” (Finkelstein, 2007, s. 6–7). Nawet bez względu na operowanie stereotypami, standaryzowanymi wyznacznikami oraz kodami nawiązującymi do klas społecznych, wniosek jest wyraźny: „tożsamość skurczyła się do znaków wizualnych”, a „my nauczyliśmy się widzieć siebie i odczytywać otaczający nas świat poprzez sceniczne produkty wizualne” (Finkelstein, 2007, s. 8).

Idąc za argumentacją M. Hendrykowskiego dotyczącą związków między modą a sztuką filmową, które określa on jako stare dobre małżeństwo, warto podkreślić znaczenie masowości i symboliczności lub też wymiaru komunikacyjnego (Hendrykowski, 2011). Zatem w reżimie totalitarnym, którym nadal charakteryzowało się państwo radzieckie, masowość kina była najbardziej pożądanym elementem, natomiast funkcja propagandowa „najważniejszej ze sztuk” opierała się na symbolizmie i wielości bodźców wizualnych (Осипова, 2011). Kinematografia radziecka więc nie tylko pokazywała życie i nastroje zwykłych ludzi radzieckich, ona przede wszystkim deklarowała i demonstrowała ideologicznie słuszne sposoby myślenia i zachowania. Późne lata 50. XX wieku i epoka odwilży przyniosły pewną liberalizację. Ciekawe na przykład, że rozporządzenie o stworzeniu wszechzwiązkowego domu mód Stalin podpisał już w 1944 roku. Liberalizacja dotknęła również sztukę filmową. „Bohater socjalistycznego realizmu stał się istotą ludzką, na ekran powróciły osoby w domowej scenografii z codziennymi problemami” (Beumers, 2009, s. 112–115). Bez względu na późniejszą stagnację kulturową i polityczną oraz zwiększenie kontroli i cenzury w latach 70. i na początku 80. ubiegłego wieku radziecka kinematografia bardzo dynamicznie się rozwijała. W tym okresie powstały jej najwybitniejsze dzieła, wśród których na potrzeby danego badania zostały wybrane

kilka najpopularniejszych (nawet kultowych) filmów z wątkami, tak czy inaczej, nawiązującymi do wyglądu, ubioru i ówczesnej mody w szczególności w związku z wpływem tendencji zagranicznych, a w szczególności zachodnich.

Oczywiście, warto cały czas pamiętać o propagandowej składowej wszystkich filmów, jak to bowiem ujął słynny amerykański politolog, badacz socjalizmu i postkomunizmu Ken Jowitt, odbyło się odejście od dominacji przez terror w kierunku dominacji przez represyjną manipulację (Jowitt, 1993, s. 99–100). Jednocześnie wzmacniały się istniejące kanały i pojawiały się nowe możliwości przemycania zachodnich obrazów i modeli – nie tylko ubrań, które po przejściu przez pewne stadia świadomej i nieświadomej akcepcji były kopiowane i powielane zarówno przez kanały formalne, jak i nieformalne.

Niewątpliwie kwestia imitacji Zachodu była do lat 80. ubiegłego wieku tematem bardzo drażliwym, naśladowanie bowiem, tak czy inaczej, miało dotyczyć zgubnego, szkodliwego wpływu Zachodu, wykazując „służalczość”, z której z pewnością mogła rozwinąć się nadzwyczajna nielojalność, co mogło nawet skutkować 10 latami więzienia „za służalczość Zachodowi” i propagandę czegokolwiek obcego (art. 58 KK ZSRR 1947 roku). Odbijało się to również szerokim echem w kulturze popularnej i sztuce filmowej.

W procesach rozpowszechniania się wzorców zachodnich miały ogromne znaczenie specyficzne mechanizmy naśladowania. Jak prezentowałam we wcześniejszych podrozdziałach, wśród przyczyn naśladowania znajduje się, z jednej strony, potrzeba wyróżnienia się, szczególnie na egalitarystycznym (choć w dużym stopniu deklaratywnym) tle ówczesnego radzieckiego społeczeństwa. Z drugiej strony, mogła to być również potrzeba przynależności do grupy społecznej lub całej warstwy społecznej, do tych, którym się wyróżnić udało, swoistej radzieckiej klasy średniej wyższej lub wyższej średniej. Warto jeszcze raz przywołać aktualny w tych warunkach cytat Georga Simmla, że „moda jest szczególną formą życia, która ma zapewnić kompromis między tendencją do społecznego zrównania a tendencją do indywidualnej odrębności” (Simmel, 2008, s. 156). W latach 60. i w szczególności 70. XX wieku, w okresie, kiedy młodzież już nie pamiętała braków z okresu wojny, na pierwszy plan na dodatek

do kwestii wyróżniania się wyszła kwestia inwencji i oryginalności, którą można wyjaśnić jak pewną indywidualizację tożsamości osobistej, jako ucieczkę od powszechnej monotonii, szarżyzny, uniformu oraz jako połowicznie akceptowalne w ZSRR pragnienie ekspresji, idiosynkrazji, wyróżnienia się czy nawet swobody.

Jest bardzo ciekawy, wyrazisty moment w jednym z filmów radzieckich, który nawiązywał do tych tendencji. W filmie zostały pokazane tematy dotyczące handlu, konsumpcji i nawet mody w połowie lat 50. XX wieku. W nazwie ukrywa się temat przewodni „Za witryną domu towarowego” (1955), a główny problem dotyczy masowości produkcji. W trakcie sprzeczki o jakość – w tamtym przypadku garniturów męskich – z producentem, niechący sprzedawać złego jakościowo towaru jeden z kierowników sklepu wykrzyknął, że „każdy »masowy« garnitur staje się głęboko osobisty dla kupującego go klienta”. Bez wątplenia film zawierał nie tylko element propagandowy, ale i dużą dawkę egalitaryzmu, romantyzmu lub nawet utopizmu, nawet w porównaniu z „przodującą” Ameryką, którą trzeba było „dogonić i prześcignąć”.

Ogólnie w latach 60. ubiegłego stulecia filmowców radzieckich zachęcano do przedstawiania prawdy, do autentyczności, do unikania falsyfikacji czy przerysowywania rzeczywistości, jak to robiono w filmach w poprzednim okresie (Beumers, 2009, s. 128). Bohaterowie byli pokazywani na tle zwykłych czynności codziennych lub też świątecznych – pełni zwykłych uczuć ludzkich, zwykłych potrzeb i nawet wad.

Prawie w tym samym czasie, w 1956 roku, wychodzi na ekrany hit kinowy „Noc karnawałowa”. Życie przedstawione w tym filmie jest również trochę przerysowane, obraz wypolerowany, szczególnie w zakresie szans i stylów życia zwykłych obywateli. Zauważalny przekaz o nadchodzącej światłej przyszłości komunistycznej. Film powiada o tym, jak spędzają przedstawiciele radzieckiej klasy robotniczej i wąskiej warstwy inteligencji imprezę sylwestrowo-noworoczną. Przedstawia, w jaki niezwykle, wręcz luksusowy sposób został zorganizowany czas wolny tych szczęśliwych ludzi, jak piękne mają kostiumy karnawałowo-noworoczne i ogólnie bardzo stylowe ubrania przez cały film. W sposób typowy dla komedii pojawia się rów-

niez antybohater – miejscowy oficjel. Jest wykipiwany i wyszydzany pośrednio i wprost nie tylko ze względu na jego ponure biurokratyczne poczucie stylu, ale i przede wszystkim na jego starania, żeby robić „jak należy”. Szczególnie że robi to ze strachu przed wysoko postawionymi gośćmi karnawału, którzy w trakcie imprezy okazują się dużo lepszymi i miłszymi osobami niż on.

Ogólnie piękne życie, piękne rzeczy, modne ubrania na przełomie lat 50. i 60. ubiegłego stulecia w filmach radzieckich dostępne są dla wszystkich. Modne ubrania są wręcz projektowane w tym celu! W filmie „Dziewczyna bez adresu” owa dziewczyna, główna bohaterka, wzięła udział w pokazie mody jako modelka. Najpierw wystąpiła jako prawdziwa pracowniczka demonstrująca ubrania robocze, a potem przypadkiem ku jej szczeremu niezadowoleniu jako modelka dla sukni ślubnej z dużym dekoltem, którego słusznie się wstydziła. Oczywiście akcent był na tym, że te ubrania są „wdrażane” (prawie jak nowatorskie rozwiązania w przodujących hutach) przez pokazany w filmie dom mody w celu, aby każda dziewczyna czuła się w tym dobrze. Ciekawe, że późniejsze analizy historyków mody wskazują, że faktycznie przedstawione ubrania w swojej podkreślonej luksusowości były na tamten moment minimalistycznych lat 60. XX wieku już przestarzałe i niemodne (Дашкова, 2016). Historia dziewczyny cały czas się obraca dookoła ogromu możliwości, które ona ma. Może dowolnie wybierać zajęcia, wygląd, ubiór, znajomych, przyjaciół, a nawet miłość itd. Oczywiście bycie modelką było niedostatecznie poważnym zajęciem dla niej, bo zgodnie z konwencją wyzwolenia kobiety bohaterka wolałaby pojechać gdzieś na budowę jako tynkarz i zbudować coś fundamentalnego.

Kolejny film warty uwagi w kontekście mody i filmowych wzorców do naśladowania nosi tytuł „Jest taki chłopak” (1964). W tym filmie pokaz mody trafia na wieś, pokazuje się tam nie tylko modele do pracy czy do teatru (!), ale i nawet bikini. Komicznie przedstawione pozytywne podejście bohaterów do modelek można charakteryzować nie tylko komentarzem „nogi taaakie chude”, ale i ogólnym entuzjazmem wobec nowości i inności. Na pokazie był prezenter, który tłumaczył nie tylko przeznaczenie ubrań, lecz także ich wymiar socjalistyczny („nasze ubrania są piękne, proste i wygodne, są

funkcjonalne, muszą odpowiadać Twojemu zawodowi i miejscu pracy, nie powinno się ubierać w ubrania zbyt jaskrawe, bo to świadczy o braku gustu itd.”). Ciekawy moment w filmie dotyczył bikini, co do którego został postawiony akcent na to, że nie było ono drogie, uszyte z bawełny drukowanej, co oznacza, że go można nawet same-mu uszyć, jeżeli nie kupić (i najważniejsze, że nie ma potrzeby dużej ilości materiału).

Inny bardzo ciekawy moment dotyczy specyficznego gustu, stylu życia i ubioru w tym filmie. To dyskusja między głównym bohaterem – kierowcą ciężarówki a przypadkową pasażerką, ewidentnie mieszkanką miasta, o bezguście, wulgarności mieszczańskiego konsumeryzmu, o posiadaniu ogromnej ilości niepotrzebnych staromodnych rzeczy. „Życie może być takie piękne, jeżeli zaczniemy od szczegółów”. Możemy bowiem być nowoczesnymi minimalistami, w tym celu powinniśmy wyrzucić stare mieszczańskie łóżko z ogromną ilością poduszek, a na jego miejsce wstawić nowoczesny tapczan itd. Główny bohater zaczął naśladować to podejście, rozwinął go i podsumował tak rozdział między wsią a miastem: „wy jesteście przebrzmiałe tutaj na wsi... dlatego chłopaki wolą zabiegać o dziewczyny miejskie, bo z nimi przynajmniej można o czymś ciekawym porozmawiać”. Później taka stylowa dziewczyna z miasta, rolę której zagrała słynna radziecka poetka Bella Achmadulina, przysłała go odwiedzić jako bohatera w szpitalu.

Ciekawe, że pochodzenie społeczne, skromne wykształcenie czy odpowiedni zawód – najczęściej robotniczy – nie są wcale powodem do wstydu dla bohaterów, wręcz przeciwnie skromność jest powodem do dumy i zachwyty innych, a snobizm w tamtym społeczeństwie jest potępiany. Natomiast różnice są bardzo zauważalne w ubiorze bohaterów. Są wręcz podkreślane.

Ubiór mógł być oceniony jako bardziej elegancki, prestiżowy czy po prostu ładniejszy u tych bohaterów i bohaterek, którzy mieszkali w mieście, posiadali wyższe wykształcenie i pracowali częściej w biurze niż na budowie. Taką ilustracją jest film „Kocham cię, życie” (1960). W filmie główny bohater, inżynier, pracuje na wysokim stanowisku w fabryce cukierków. W sprawach sercowych jednak woli zwykłą pracowniczkę z fabryki. Nie miał z nią nic wspólnego,

jak stwierdziła jego poprzednia bardziej stylowa i ładniejsza dziewczyna, również inżynier z wpływowymi rodzicami. Ujęcie pokazuje imprezę noworoczną, kiedy pianista przestał grać dziwną mieszankę jazzu i rock'n'rolla, i żeby dogodzić mniej wyrafinowanym gustom – zagrał walca.

Jednak nie wszyscy mieszkańcy miasta czy też inteligencja reprezentują środowisko bogate w sensie materialnym. Pieniądze są głównym tematem komedii „Zygzak szczęścia” (1968), gdzie jedna z bohaterek uzależnia osiągnięcie szczęścia osobistego od kupienia przepięknej garsonki z witryny sklepu. Ten modny strój pozwoliłby jej na magiczne przeobrażenie w inną ładniejszą osobę i przy okazji znalezienie męża. Jak na ten gatunek przystało, drogą ku temu stała się tylko wygrana w totolotka, choć trochę niezwykłe jak na kraj pracowitych chłopów i robotników oraz deklarowanej równości. Kwestia ceny ładnego ubrania, pewnej ładnej bluzki pojawia się w filmie Wasilija Szukszyna „Pieczki-ławoczki” (1972), kiedy główna bohaterka dostaje piękną koronkową bluzkę jako miły, ale drogi i raczej nieoczekiwany prezent od sąsiada z przedziału. Oczywiście obdarowujący okazuje się złodziejem, a bluzka – pochodzi ze skradzionej walizy. Jednak najciekawsze było to, że bohaterka od samego początku stwierdziła, że bluzka ta nie jest dla niej, zwykłej wiejskiej kobiety, jest zbyt luksusowa, oni bowiem nigdy nie wydali by tyle pieniędzy na ubrania, i to nie jest jej styl.

W filmach nadal można prześledzić oczywistą sympatię wobec zwykłych ludzi, co jest raczej oczekiwanym wątkiem w społeczeństwie egalitarnym, przynajmniej w przekazie masowym i ideologicznym. W filmie „Dziewczyny” (1961) bohaterki są w różnym wieku, różnego pochodzenia, o różnych doświadczeniach życiowych, lecz widz i tak sympatyzuje (lub przynajmniej powinien według zamysłu reżysera) młodziutkiej, biednej, skromnej, naiwnej dziewczynie z sierocińca z mocnymi zasadami. Odróżnia się ona od pięknej, stylowej, wykształconej, ale wyniosłej i bezwstydnej rywalki. Oczywiście, zgodnie z konwencją filmową, koniec będzie szczęśliwy dla upokorzonych i słabych. Wymiar moralny różni się od wymiaru piękna, bo obydwie dziewczyny chcą być piękne, stylowe i szczęśliwe w życiu osobistym.



Podobne oceny pojawiają się w słynnym hicie filmowym „Iwan Wasilewicz zmienia zawód” (1973). Na końcu filmu główna bohaterka jest ubrana w dużo skromniejsze ubrania i zachowuje się bardziej realistycznie i skromnie, w porównaniu z jej fikcyjną kopią, gwiazdą filmową o niesamowicie modnym wyglądzie oraz odpowiednich przyzwyczajeniach (z zakresu załatwiania jakiegoś deficytowego towaru, np. ubrań) i poziomie moralnym, bo w ciągu filmu porzuca męża naukowca na rzecz znanego reżysera. Dodatkowo współczucie widza okazuje się po stronie sympatycznego modnego złodziejaska, który włamuje się do mieszkania bogatego stomatologa i zabiera mu pieniądze oraz kilka deficytowych rzeczy, jak papierośnica, magnetofon japoński czy zamszowa kurtka. Obrabowany i potępiany w pewnym sensie przez widza właściciel nawet w momencie zgłoszenia nie porzuca chciwości i zgłasza kradzież większej ilości rzeczy niż pierwotnie, rzeczy „zarobionych uczciwą pracą”, w którą widz raczej nie wierzy.

W innym hicie „Brylantowa ręka” (1969) aferzyści są bardziej stylowi i oczywiście czuli na elementy statusu. Polem ich działalności przestępczej też jest zagranica. Zachowują się inaczej niż trochę naiwny główny bohater. Jeden z aferzystów nawet bierze udział w pokazie mody jako model, co okazuje się jego zawodem na co dzień. Wychodzi w trakcie filmu dość mocna ocena naśladowania Zachodu. To z tego filmu w języku potocznym rozpowszechniła się słynna fraza o „zgubnym wpływie Zachodu”, gdyż wystarczył jeden jedyny wyjazd turystyczny za granicę. Okazało się, że nie tylko wplatało to bohatera w sieć działań aferzystów, ale i zachęciło jego otoczenie do wyciągania wniosków o jego dziwnym zachowaniu jako następstwie bardzo podejrzanych, wręcz negatywnych zachodnich wpływów.

Wspomniany wcześniej film „Moskwa nie wierzy łzom” (1979–80) również zawiera kilka wątków związanych ze statusem (między innymi na linii stolica–prowincja), prestiżem oraz dostępem do deficytowych elementów życia w ZSRR. Wśród tych dóbr konsumpcyjnych były nie tylko czy nie tyle modne, stylowe ubrania czy luksusowe jedzenie (kawior itd.). Istotniejsze było oddzielne mieszkanie w stolicy i związana z tym wolność. Taka wolność, w odróżnieniu od hotelu robotniczego, dawała możliwość rozwinąć życie towarzyskie na odpowiednim poziomie i poznać kogoś wartościowego w celach ma-

trymonialnych w Moskwie. W drugiej części filmu, która ma miejsce prawie 20 lat później, problemy tego rodzaju już są tylko echem poprzedniego etapu. Gra zagraniczna muzyka, jednej z bohaterek mąż sportowiec przywiózł dużo ubrań z zagranicy, a główna bohaterka po zrobieniu kariery w końcu osiąga szczęście osobiste bez względu na wszystkie prestiżowe lub statusowe wątki. Ciekawe, że akurat ten w założeniu skromny bohater jako jedyny miał na sobie dżin-sy, niesamowicie ważny atrybut statusu w ówczesnym okresie. Film dostał nagrodę Amerykańskiej Akademii Filmowej jako najlepszy nieanglojęzyczny film.

Trochę wcześniej pojawia się inny hit kinowy „Romans służbowy” (1977), gdzie wątki pięknego wyglądu i szczęścia osobistego, z jednej strony, a sukcesu zawodowego i prestiżu, z drugiej, bardzo ściśle się przeplatają. Jednym z bohaterów jest człowiek dość trywialnie rozumianego sukcesu. Po powrocie z zagranicznej placówki, czym najwyraźniej się szczycił, cieszy się z życia, pięknej żony, dużego mieszkania i prywatnego samochodu osobowego, a także stanowiska zastępcy dyrektora, na każdym kroku wyrażając zapędy naśladowania wzorców zachodnich. Z drugiej strony jest sympatyczny, lekko zagubiony samotny ojciec dwójki dzieci, który nie jest w stanie ogarnąć raportu, bo najzwyczajniej w świecie nie ma na to czasu. I widzowie robią odpowiedni wybór. Jest również młoda sekretarka, która podejrzenie stylowo się ubiera mimo asystenckich zarobków, a także jej szefowa odznaczająca się całkowitym brakiem stylu i ponurym wyglądem pracoholiczki w męskim garniturze. Koniec filmu oczywiście skutkuje jej przemianą w pięknego łabędzia i osiągnięciem szczęścia osobistego dzięki temu uświadomieniu znaczenia ładnego wyglądu i modnego stroju w kreowaniu siebie jako pełnej osobowości.

Na koniec wspomnę jeden z najbardziej „modnych” filmów okresu późnoradzieckiego, jakim jest film „Najbardziej czarująca i atrakcyjna” (1985). W tym filmie już jest Pierre Cardin i drogie deficytowe ubrania od tak zwanych „farcowszczyków”, nie zawsze uczciwych, i słynna fraza, że dziś dżin-sy noszą już najbardziej zacofane warstwy ludności. Oczywiście główna bohaterka po to miała być stylowa, nowoczesna, w ubraniach zachodnich, mniej prowincjonalna,

żeby znaleźć dobrego męża i osiągnąć tak pożądane w kontekście pełni swojej osobowości szczęście osobiste.

Przedstawiłam zaledwie ułamek filmów radzieckich z okresu powojennego, w których odnajdujemy bardzo ciekawe odniesienia do roli ubioru, wyglądu oraz mody ogólnie nie tylko jako wyznaczników tożsamości jednostki, lecz także przede wszystkim jej przynależności do grupy czy warstwy społecznej. Wśród głównych tematów pojawiają się różnice między miastem a wsią, przy czym wieś albo zostaje autentyczna, albo naśladuje miasto, lub też od niej wymaga się to naśladowanie dla celów modernizacyjnych. Pojawiają się różnice w wyglądzie oraz ubraniach, których pochodzenie w każdym kolejnym filmie jest coraz bliższe zachodniemu, aż ostatecznie pojawiają się ubrania od projektantów. Ciekawe jednak, że w latach 50. i 60. XX wieku bardziej były uwypuklane różnice między sztucznością, naśladownictwem i hipokryzją modnego wyglądu przeintelektualizowanej inteligencji, wśród której znajdowały się akurat źli bohaterowie, z jednej strony, a autentycznością prostego, ale czystego w swojej niewinności wyglądu zwykłych robotników lub przeciętnych przedstawicieli narodu radzieckiego, z drugiej. Jednocześnie kwestia dotycząca szczęścia osobistego, w szczególności kobiecego, oraz osobistej samorealizacji była przedstawiana jako dużo ważniejsza dla kształtowania tożsamości społecznej oraz ogólnie osobowości bohaterów filmów, a w ten sposób również widzów. W latach 1970–1980 piękniejsze i bardziej modne zachodnie ubrania zaczynają jednak oznaczać dla bohaterów filmów ładniejszy wygląd i lepszą przyszłość zarówno w sensie sukcesu osobistego, jak i publicznego, tym samym potwierdzając rolę mody oraz modnych wzorców do naśladowania w społeczeństwie radzieckim tamtych czasów.

## Wzorce do naśladowania w społeczeństwie konsumpcyjnym: imitacja czy podróbka?

W tym podrozdziale chciałabym nawiązać do problemów konsumpcji i mody z odniesieniem do problemów wykluczenia społecznego, podobnie jak we wcześniejszym podrozdziale, który był w całości poświęcony modzie, oraz w poprzednim, w którym, tak czy inaczej,

dotykałam problemów zróżnicowania społecznego, wyrażającego się w wyglądzie bohaterów z ekranu. W tym momencie chciałabym przyrzeć się sytuacji obecnej, którą możemy zilustrować tendencjami imitacyjnymi w zachowaniach konsumpcyjnych oraz zjawiskiem podróbek konsumpcyjnych.

Nierówności społeczne przejawiają się we współczesnym świecie w nierównych szansach dostępu do całego szeregu dóbr. W tym szeregu dobra konsumpcyjne, a w niektórych krajach nawet żywność, zajmują daleko nieostatnie miejsce. Nadal w wielu miejscach i środowiskach „sądzi się o książce po okładce”. Natomiast twierdzenie „nie szata zdobi człowieka” staje się wyjątkiem, który ironicznie potwierdza reguły, że wizerunek stanowi o początku i nawet sukcesie każdej sprawy.

Wykluczenie i nierówności społeczne są najbardziej widoczne w sferze konsumpcji, zwłaszcza konsumpcji produktów i towarów podstawowych. Na pierwszy plan wychodzi tutaj zjawisko podróbki, którą w jednej ze swoich wcześniejszych prac określiłam jako element konsumpcyjnego wymiaru wykluczenia we współczesnym społeczeństwie. Poza oczywistą przynależnością do obszarów badań nad stylami życia podróbka powinna być obiektem naszego zainteresowania ze względu na problematykę imitacji, naśladownictwa i manipulacji wizerunkiem we wszystkich sferach życia współczesnego człowieka. Jak zauważył jeden z historyków, badających podróbki w sztuce, to zjawisko może powiedzieć dużo o postrzeganiu świata i wartościach zarówno tych, co produkują podróbki, jak i tych, do kogo są skierowane (Jones, Craddock, Barker, 1990, s. 11).

Najwięcej o zjawisku podróbki w konsumpcji rozprawiają autorzy z zakresu psychologii konsumpcji, marketingu, prawa i ekonomii mody (Burgiel 2010, 2011; Chaudhry, Zimmerman, 2009; Featherstone, 2001; Hennessey 2004, 2009; Lin, 2011; Moor, 2007; Phillips, 2007; Xiao, 2006; Yurchisin, 2010). Socjologia równie aktywnie przyczyniła się do zwrócenia uwagi na ten i pokrewne problemy, przy tym wysuwając na pierwszy plan zjawiska ogólniejsze, w ramach których podróbka jako świeże zjawisko społeczne zajmuje obecne jedno z najważniejszych miejsc. Wśród takich pojęć warto wymienić wcześniej wspomniane i definiowane naśladownictwo, zazdrość, imi-

tację i symulację, czy też konstruowanie tożsamości i fasady w interakcjach symbolicznych (Baudrillard, 1988; Blumer, 1969; Erner, 2008; Goffman, 1959; Schoek, 1966; Tarde, 2011; Veblen, 2008).

Podróbka jest zjawiskiem wielostronnym, wielopostaciowym, starym jak świat i nowym na miarę każdego pokolenia i fali rozwoju ekonomicznego. Podobnie jak wiele innych obecnie przyciągających uwagę zjawisk ma długą historię, wielość sprzecznych definicji i synonimów. Z jednej strony, podrabiane może być wszystko. Z drugiej jednak, społeczny wymiar podróbek nawiązuje do dość specyficznego, określonego typu podróbek, który stanowi konsumpcyjną stronę kreowania siebie przez jednostkę, najczęściej wykluczoną społecznie.

Co było, jest i będzie podrabiane? Przede wszystkim jako najważniejszy symboliczny środek wymiany i czynnik społeczny podrabiany jest pieniądz, w postaci zarówno materialnej, jak i wirtualnej. Podrabiane są monety, banknoty, karty kredytowe oraz cyfrowy odpowiednik na koncie w systemie bankowym. Podobnie niebezpieczne i z tego też powodu marginalizujące i delegalizujące obrót tymi dobrami są dokumenty tożsamości. Gdzieś obok mieszczą się podrabiane dzieła sztuki i ogólnie antyki, w których podrabianiu podrabiane są nie tylko talent czy jego owoc, lecz także czas i jego oddziaływanie; biżuteria, zegarki i generalnie większość dóbr uchodzących za luksusowe. Fałszywe mogą być nie tylko towary, ale i usługi, tworzą one tańszą namiastkę luksusowego produktu. Podróbki mogą być niebezpieczne. Największym niebezpieczeństwem charakteryzują się podrabiane papierosy i leki. Nie są to zwykle niewinne placebo, często zawierają toksyczne elementy. Niebezpieczna jest też żywność, oparta na tańszych odpowiednikach (najsłynniejszy jest olej palmowy) i będąca efektem uprzemysłowienia rolnictwa, tak zwanej „macdonaldyzacji” i umasowienia konsumpcji.

Podrabiane kosmetyki, perfumy, odzież czy akcesoria obecnie tworzą na tyle dochodowy segment rynku światowego, na ile ogromne straty zarzuca się piratom kultury i sztuki, korzystających jak na razie z nieograniczonych możliwości sieci internetowej. Przeróbki, imitacje docierają wręcz do sfer cielesnych, gdzie w rezultacie ingerencji chirurgicznej sztuczne stają się (czy możemy powiedzieć, że są podrabiane?) różne części ciała w celach estetycznych. Często dzieje się

to w ramach walki z naturą rasy czy też pochodzeniem, na przykład operacje plastyczne polegające na zmianie koloru skóry czy skośności oczu. Jak dotąd jedynymi mniej lub bardziej pozytywnie odbieranymi – przynajmniej w niektórych ekologicznie świadomych kręgach – są „podróbki” futer i niekiedy też skóry, czyli inaczej mówiąc – skóry i futra sztuczne, czasami określane pojęciem „ekologiczne”.

Pojęcie *podróbka* nie może zatem odnosić się ostatecznie i bezapelacyjnie do wszystkich tych zjawisk. Warto rozróżnić niektóre znaczenia samej podróbki oraz znaczenia jej synonimów. Na początku pojęcie podróbki wydaje się intuicyjnie zrozumiałe. Jak kiedyś zauważył Eco w swoim eseju *Czytanie świata*, „posługując się językiem naturalnym, wszyscy wiemy, czym jest fałszerstwo lub imitacja”, przy tym wyliczył oraz zinterpretował kilka podobnych określeń czy zjawisk: „fałszerstwo, falsyfikat, imitacja, pseudoepigraf, duplikat, podrobiony, apokryficzny, fałszywy” czy też „faksymile, zwodniczy, iluzoryczny, zmieniony” (Eco, 1999, s. 24–25). Jeżeli człowiek nie potrafi rozróżnić, czy coś jest autentyczne czy fałszywe (ta różnica występuje wtedy jako pewnego rodzaju granica), poszukuje wówczas rady znawcy lub eksperta. Zatem aby stwierdzić, czy coś jest podróbką, warto się zastanowić nad tym, co to znaczy oryginał, oryginalność czy autentyczność. Podobnie może wyglądać wymiar społeczny tego zjawiska, bo to właśnie autentyczność i oryginalność okazują się dobrem rzadkim i w taki sposób jak najbardziej pożądanym.

Według Eco zatem, o falsyfikacie możemy mówić, „kiedy coś zostaje wystawione na pokaz jak gdyby było oryginałem, podczas gdy oryginał (jeśli istnieje) znajduje się gdzie indziej” (Eco, 1999, s. 27). Nie mniej ważny jest jednak zamiar podmiotu, wymiar intencjonalny zdarzenia. Innymi słowy, ustalenie, czy oszustwo jest przypadkowe czy świadome. Rozważając problem identyczności i wymienności takiego rodzaju imitacji jak duplikat, Eco dochodzi do wniosku o niezbędnym udziale podmiotu oceniającego, wybierającego, przyjmującego imitację (Eco, 1999, s. 29).

To oznacza, że konsument musi być ostatecznie zainteresowany w efektach stwierdzenia autentyczności czy też podobieństwa do oryginału. Zatem jego wybór lub osąd okazuje się jego własną decyzją pragmatyczną, czy to ze względu na kwestie ekonomiczne („bo taniej”

w przypadku podróbki), czy też ze względu na obojętność oraz elastyczność w ocenach, spowodowane przede wszystkim przez kulturę. Właśnie w tej sytuacji Eco używa pojęcia „reprodukcja”, która nie posiada wszystkich cech oryginału (może mieć trochę inną formę, materiał, z którego została wyprodukowana może mieć gorszą jakość), ale i tak spełnia wymagania kupującego. Charakter kapitału kulturowego, pozwalającego tolerować czy wręcz wybierać owe „reprodukcje”, okazuje się tym istotnym czynnikiem zróżnicowania społecznego, które ostatecznie przejawia się w konsumpcji podróbek.

Na tle tych rozważań ciekawe może być podkreślenie czy też rozróżnienie różnych typów podróbek lub poziomów przemysłu podróbkowego w ramach studiów nad modą (*fashion studies*). Podróbka zatem jest stuprocentowa kopia produktu oryginalnego zrobiona z myślą o tym, aby zmylić konsumenta i zmusić go, aby wierzył w autentyczność tego produktu. Produkt piracki zakłada natomiast wiedzę konsumenta o tym, że to podróbka. Imitacja przedmiotu (lub inaczej replika czy duplikat) nie jest w stu procentach podobna do produktu oryginalnego, może być podobna ze swojej istoty, nazwy, projektu, kształtu czy znaczenia, ale konsumenci mają świadomość tego, że ten produkt jest taki, iż nie jest oryginalny. Funkcjonuje jeszcze inne rozumienie repliki zrobionej przez uprawnionego rękodzielnika czy rzemieślnika, związanego w jakiś sposób z daną marką (Okonkwo, 2007, s. 172). Najważniejszym elementem oznaczenia podróbki pozostaje zatem intencjonalność producenta oraz handlowca w próbie zmylenia konsumenta co do oryginalności towaru.

Poza świadomym wyborem konsumenta a intencjonalnym oszustwem producenta niewątpliwie istnieją inne ujęcia. Jednym oraz najoryginalniejszym z tych podejść jest postmodernistyczne spojrzenie Jeana Baudrillarda na istotę imitacji w warunkach zniesienia „referencyjności” i nastania epoki symulacji. Zatem w epoce symulacji już nie ma imitacji rzeczywistości, jest zastąpienie owej rzeczywistości jej znakami, bo imitacja już nie jest „kwestią naśladownictwa, reduplikacji, ani parodii”, a w konsekwencji nie ma faktycznej różnicy między wymysłem a rzeczywistością, jest ona symulowana, a modele do symulacji – powtarzane (Baudrillard, 1988, s. 167). Jakkolwiek mgliste te postulaty zmuszają jednak do zastanowienia się nad

kierunkiem przepływu znaczeń zawartych w określeniach „autentyczny” – „podrobiony” i wszystkich z tym związanych problemach.

Ujęcie tego wielowymiarowego zjawiska w terminy „podróbka”, „podrabianie” czy „rzeczy podrabiane” wskazuje na nielegalność, negatywny charakter, na przykład w porównaniu z repliką, adaptacją, stylizacją czy nawet imitacją, jak również takimi pokrewnymi pojęciami jak „tańszy”, „odpowiednik” czy „zamiennik”. Oryginalność lub autentyczność jakiegoś towaru czy usługi z założenia nie będzie więc dostępna dla każdego konsumenta z różnych powodów.

Zwykle obserwacje potoczne podpowiadają nam, że „podróbki są dla biednych”. Ironią jest zatem często powtarzane wśród przedstawicieli klasy średniej pragmatyczne twierdzenie „nie stać nas na kupowanie rzeczy tanich”, jakby praktyczne i pożyteczne takie działania nie były. Podobnie od wieków postrzegane były ubrania „z drugiej ręki”. Miały na sobie ciężkie piętno biedy i desperacji. To przecież ta nędza i brak możliwości nabywania nowych tkanin czy też zamówienia lub uszycia ubrań nowych zmuszała ludzi do sięgania po ubrania używane, często otrzymane od warstw usytuowanych wyżej (Hermanson, 2012). W XX wieku ubrania „z drugiej ręki”, pomijając okres powszechnych trudności w zaopatrzeniu podczas I oraz II wojny światowej i społecznego poparcia dla tego zjawiska, stały się formą kontrkultury, swoistego protestu przeciwko społeczeństwu, które „uwieczniając nierówność w posiadaniu” przez ubranie i wygląd, przeciwko nieumiarkowanej konsumpcji, a szczególnie snobistycznym ubraniom projektanckim, podkreślając przy tym względy ideologiczne, antykonsumpcyjny styl życia i radykalne poglądy społeczno-polityczne (Gregson, Crewe, 2003; Hermanson, 2012).

W zjawisku podróbki z punktu widzenia socjologicznego ważna jest nie tylko ogromnie wpływowa ekonomiczna strona tego zjawiska, czyli racjonalność podjęcia produkcji i dystrybucji podróbek. Niezwykle ważny okazuje się swoisty symboliczny wymiar społecznych stosunków władzy i dominacji na polu konsumpcji podróbek. Produkcja ilustruje poziom makro, a ich nabywanie – mikro, poziom każdego konsumenta. Dochodzi jeszcze element prawny, związany z prawami autorskimi i własności intelektualnej. Oczywiście nie może być on uważany za ostateczny i absolutny punkt odniesienia



dla oceny społecznego wymiaru wspomnianego zjawiska. Warto pamiętać, że zgodnie z wieloma poglądami jest nieodłączną częścią dyskursu dominującego, który w terminach socjologicznych można ująć jako przejaw monopolizacji albo „zamknięcia społecznego”. Elementem charakterystycznym takiego zamknięcia jest wykluczenie społeczne na polu konsumpcji.

Terminologia zamknięcia, wykluczenia społecznego lub też tzw. monopolizacji po raz pierwszy pojawia się u Maksa Webera w jego *Gospodarce i społeczeństwie* (Weber, 1978, s. 342). Mamy więc relacje zamknięte dla autsajderów. Takimi właśnie autsajderami są osoby wykluczone, ich uczestnictwo może być ograniczone albo uwarunkowane ścisłymi wymogami. Weber do takich typów relacji zalicza najbardziej różnorodne: ekskluzywny monopol erotyczny należący do ślubu, uczestnictwo w sektach, lojalność, system kastowy, grupy dziedziczne itd.

Pojęcie zamknięcia w ostatnim ćwierćwieczu XX wieku zyskało ponowną popularność m.in. w analizach zróżnicowania społecznego. Ściśle definiowana przynależność klasowa już nie współgrała bowiem z dystrybucją bogactwa i szans życiowych, a pozycje społeczne przestały zależeć wyłącznie od bogactwa. Na przykład Raymond Murphy stwierdził, że władzę ekonomiczną warto analizować z związku z tak zwaną zdolnością do wykluczania lub monopolizacji (*power to exclude or monopolise*) (Turner, 2006, s. 568). Stwierdził również, że konflikty społeczne można przeanalizować w ramach schematu tworzenia i obrony monopolu. Monopol niewątpliwie wcześniej czy później zostanie zakwestionowany przez tych, którzy są wykluczeni i którzy zechcą uzyskać dostęp do pewnych udogodnień związanych z monopolem czy, jak to ujął autor, uzurpować je.

Czy podrabianie towarów mniej lub bardziej luksusowych to próba przejęcia kontroli nad monopolem w sferze społecznie cenionej konsumpcji? Egalitarna wojna przeciw wykluczeniu luksusowemu? Stąd często przedstawiane jako przyczyny rozpowszechnienia podróbek i braku poszanowania dla praw własności intelektualnej twierdzenia ze strony zarówno producentów, jak i konsumentów podróbek o tym, że luksusowe marki i tak mają ogromne dochody i nie ucierpią na ich działaniach. W Chinach takie zjawisko jest określane jako

„kultura Shanzhai”, nawiązująca do średniowiecznej legendy o chińskich Robin Hoodach i odnosi się do niewielkich zakładów i manufaktur produkujących imitacje i podróbki markowych produktów, zwłaszcza z branży elektronicznej, komputerowej i telekomunikacyjnej (Hennessey, 2009).

Jeżeli przywilej rozumiemy nie tyle jako dostęp do rzeczy oryginalnych, ile jako brak potrzeby lub wręcz społeczną presję unikania podróbek oraz ich eliminacji, to mechanizm zwalczania zamknięcia i monopolizacji konsumpcji będzie wyglądał następująco. Warstwy uprzywilejowane cieszą się posiadaniem rzeczy oryginalnych, jakościowo dobrych i symbolicznie mocnych. W warunkach wieku XXI najwyższa jakość może być zapewniona tylko przez odpowiednie logo, metkę o charakterze luksusowym lub jakkolwiek prestiżowym.

Próbując doświadczyć tych samych pozytywnych stron konsumpcji, a przez nią doświadczyć przynależności i możliwie też wyróżnienia, wykluczeni „z obiegu symboli autentycznych” szukają alternatywnych możliwości. Z pomocą przychodzi rynek, dla którego każdy popyt jest świetną okazją, i odpowiednio w tej lub innej formie zawsze stara się go zadowolić odpowiednią podażą. Moc symboliczna osiągnana jest za pomocą metek i logo. Metka nadaje przecież niemal autentyczny smak luksusu. Jakość jest tolerowana w ten czy inny sposób, zgodnie z kapitałem kulturowym i poziomem obojętności, a oryginalność można najzwyczajniej ogłosić, nawet podkreślić między innymi przez umieszczenie logo czy metki na widocznym miejscu.

Status warstw uprzywilejowanych okazuje się zagrożony. Zatem jedynym rozwiązaniem jest wyraźne rozgraniczenie autentyczności od imitacji, z dodatkowym naznaczeniem tej drugiej negatywnym symbolizmem podróbki. A podróbka urąga prestiżowi każdej popularnej marki, zwłaszcza umieszczonej na widocznym miejscu na danym wyrobie (np. z przodu na podkoszulku lub bluzce). Warstwa uprzywilejowana podkreśla brak widoczności metek, logo, marki itd., skrywając ją wręcz za skromnym manifestem „no logo”. Każda metka na wierzchu okazuje się oznaką już nie tyle niskich zarobków i niemożności pozwolenia sobie na rzeczy markowe, ile głupiego naśladownictwa oraz braku wyobraźni czy też inwencji albo wręcz honoru. Odpowiedź producentów – dyskrecja, maksymalne podobień-

stwo do wymarzonych przedmiotów z katalogu. To skutkuje potrzebą rozwoju i pielęgnowania umiejętności odróżniania (!) podróbek od oryginałów u świadomych konsumentów, prawie na miarę próżnego arystokraty u Thorsteina Veblena opisanego w części pierwszej. Instytucjonalizacja takich umiejętności może być na szczęście wsparta możliwościami, które dają języki obce oraz odpowiednie informacje w przeróżnych źródłach zaufanych w sieci.

Ciekawe i owocne dla danego tematu wydaje się rozróżnienie między pojęciami „klient” i „konsument”. Alan Aldridge podkreślił więź osobistą między klientem a dostawcą, kiedyś w odróżnieniu od masowego konsumenta czasów współczesnych, zagubionego z ocenianiem podobnych konsumentów i złudzenia „wyboru konsumentckiego” (Aldridge, 2006, s. 11). Klient jest na tyle samodzielny w zaspakajaniu swych potrzeb, na ile niesamodzielny jest konsument, któremu jego potrzeby są niejako wmawiane. Można z tym nie do końca się zgodzić, bo potrzeby są niekiedy wmawiane przez producentów, presja społeczna odgrywa nie mniejszą rolę.

W jeszcze większym stopniu są konstruowane natomiast sposoby zaspakajania tych potrzeb na bezosobowym rynku. Bardzo ważne miejsce w tych procesach zajmuje reklama („podstępny mechanizm tworzenia potrzeb”), a wraz z nią marka handlowa, znak firmowy, wspomniana metka, logo itd. Traktowany indywidualnie klient i abstrakcyjny konsument w świecie współczesnym wciąż istnieją. Takie przeciwstawienie opiera się obecnie na kryterium oryginalności czy prawdziwości rozlicznych dóbr, a zwłaszcza ich marek, oraz naśladowaniu tej oryginalności.

Indywidualne traktowanie w świecie autentycznych dóbr luksusowych, zwłaszcza tych najdroższych, wyraża się w spersonalizowanych certyfikatach dla każdego towaru (np. butów, torebki, sukni czy biżuterii) czy też kolejki w postaci listy zapisów na nabycie takiego ekskluzywnego towaru, produkowanego w ograniczonych ilościach ręcznie i z odpowiednio „utraconym” na tę niemaszynową produkcję czasem według Veblena. Ograniczenie masowości produkcji bezpośrednio przekłada się na wyjątkowość, ekskluzywność, odpowiedni prestiż posiadania i status w środowisku. Natomiast przeciętny konsument potrzebę posiadania rzeczy wyjątkowych może zaspokoić

albo na rynku lokalnym, albo, jeżeli wyjątkowość ma być potwierdzona marką, na rynku podróbek.

Każda próba zawłaszczenia oryginalności i prawdziwości będzie karana symbolicznie, np. w Polsce przez rozpowszechnianie przesvědczenia, że podróbki kupuje się na bazarze, że robi to ktoś „ze wsi”, że takich transakcji sprzedaży i kupna trzeba zabronić itd. (Przewoźniak, 2006). Konsumpcyjny wymiar wykluczenia społecznego nawiązuje więc do społeczeństwa konsumpcyjnego oraz konsumpcji jako części normalnego szczęśliwego życia w tym społeczeństwie. Takie rozumienie jeszcze raz podkreśla potrzebę wyróżniania specyficznych wymiarów wykluczenia społecznego aniżeli ujęcia wszystkich w homogenicznej kategorii ludzi wykluczonych społecznie (Turner, 2006, s. 575). Zatem wykluczenie społeczne w tej analizie nie jest synonimem biedy czy ubóstwa, choć kwestie władzy i podmiotowości są tutaj jak najbardziej aktualne, a wyizolowanie czy wyłączenie społeczne ma nie tylko charakter symboliczny, lecz także jak najbardziej materialny.

Jeszcze na przełomie tysiącleci w swoich badaniach społeczeństwa polskiego Hanna Palska stwierdziła, że ludzie żyjący w biedzie, ale mający co jeść, raczej naśladują bogatych, kupując przedmioty „kojarzone z luksusem” (na przykład auta stare, ale luksusowe) lub tak zwane „podrabiane rekwizyty prestiżu”. Uważała, że dzięki temu czują się lepiej postrzegani (Przewoźniak, 2006; Palska, 2002). Podobnie stwierdził również Bogdan Wojciszke, w konsumpcji bowiem nie chodzi tylko o konsumpcję, czyli zwykle zaspakajanie zwykłych potrzeb konsumpcyjnych, ale o status. Do podobnych wniosków trochę wcześniej doszli Veblen, Simmel czy Bourdieu. Dlatego podróbka pozostaje udziałem ludzi niezamożnych, bo szukają oni tańszego zamiennika dla wywalczenia statusu. Bogaci przy tym czerpią przyjemność nawet nie z marki, która oznacza status, a z faktu, że dużo zapłacili (Wójcik, 2011).

Jak wcześniej zaznaczałam, o wszystkich tych procesach pisał Veblen na przełomie XIX i XX wieku. Posługiwał się pojęciem imitacji czy też naśladowania w sensie poniekąd zbliżonym do rozumienia Gabriela Tarde’a i podkreślał, że „celem konsumpcji są nie tylko potrzeby praktyczne i poszukiwanie wygody, wchodzą w grę powody

prestizowe” (Tarde, 2011; Veblen, 2008). Warto znów podkreślić, że podobnie jak na przełomie XIX–XX wieku w wieku XXI niezbędną umiejętnością każdego szanującego się konsumenta jest sposobność rozróżnienia oryginału i podróbki.

Wspominane przez Tarde’a, Simmla i Veblena porównywanie się i naśladowanie klasy usytuowanej bezpośrednio wyżej wciąż pozostaje kwestią aktualną, choć i znajduje alternatywne kanały w postaci szerokiego asortymentu towarów i usług przemysłu podróbkowego. Jeżeli Veblen rozważał o konsumpcji klasy różniacej wobec przymusu pracy zarobkowej i związanych z tym obowiązkami klas średniej i niższej, to Bauman na przełomie XX–XXI wieku analizuje przejście od uprzemysłowionego społeczeństwa pracy ku ponowoczesnemu społeczeństwu powszechnej konsumpcji. A w nim znikają jakiegokolwiek symbole szacunku i godności porządnego, choć biednego przedstawiciela klasy pracującej i przyzwoitości jego życia codziennego, na przykład w postaci wypielonego ogródka, ładnych firanek na zewnętrznych oknach i najlepszych ubrań zakładanych w niedzielę, ponieważ prawdziwym symbolem normalności i szczęśliwości jest konsumpcja i dobrobyt konsumencki (Aldridge, 2006, s. 125). Aldridge stwierdza, że społeczeństwo konsumpcji wytworzyło odpowiednie mechanizmy powodujące wykluczenie wadliwych konsumentów, których nie stać na ekspresję i samorealizację na rynku w oparciu o racjonalne działania konsumpcyjne. Podobnie dzieje się w banku – im mniej pieniędzy wpływa co miesiąc na konto, tym większe są opłaty za usługi bankowe i na odwrót (Aldridge, 2006, s. 125–126). Podobne mechanizmy i presja opinii publicznej najbardziej oddziałują na dzieci, dla których racjonalna konsumpcja rodziny pozostającej w biedzie okazuje się nie do przyjęcia w walce o status, prestiż i poczucie własnej wartości, a zatem pozostają głównie alternatywne kanały, między innymi nabywanie podróbek.

W 2011 roku przez Centrum Badań Opinii Publicznej zostało przeprowadzone badanie opinii o przemyśle, podróbkach i pracy Służby Celnej, która jako instytucja podlegająca Ministerstwu Finansów kontroluje przestrzeganie m.in. przepisów dotyczących własności intelektualnej. Wyniki badań wskazują na to, że podróbki są kupowane wciąż na dużą skalę, na większą nawet niż towar pochodzący

z przemytu (23%). CBOS definiuje przy tym podróbki jako „produkty nielegalnie oznaczone znakiem należącym do innej firmy i zazwyczaj przypominających rzeczy oryginalne”. Zatem podróbki są kupowane przez 30% badanych (wrzesień 2001, 1077 osób, reprezentatywna próba losowa dorosłych mieszkańców PL). Oczywiście, tak wysoki procent nie oznacza wcale regularności: większość nabywa rzadko (20%), 8% – od czasu do czasu, i tylko 2% często. Wcale nie kupują 66% badanych.

Gdy weźmiemy pod uwagę kryterium wieku, to często kupują podróbki osoby przed 44. rokiem życia, a wyjątkowo często zaś między 25. a 34., czyli raczej ci młodszy i bardziej podatni na presję społeczną co do prestiżu, wizerunku itd. Wyjątkowo często podróbki kupują uczniowie i studenci, bezrobotni, osoby zatrudnione jako robotnicy, pracownicy usług, a także technicy i średni personel. W komunikacie został podkreślony fakt, że chociaż dochody nie są czynnikiem wyraźnie różnicującym nabywanie podróbek, to można zauważyć, iż podrobione towary są nieco bardziej popularne wśród osób z gospodarstw domowych o stosunkowo niskich dochodach *per capita*. Gdy natomiast sytuacja finansowa jest oceniana jako bardzo zła, podróbki są nabywane rzadziej, chodzi tutaj już o brak zapewnienia podstawowych potrzeb (Feliksiak, 2011, s. 3).

Zgodnie z wynikami badań SMG/KRC dla Allegro w 2012 roku 18% Polaków uważało, że sprzedawanie podrobionych rzeczy powinno być karane. Natomiast 28% nie widziało elementu nieetycznego w handlu towarami podrabianymi. Czterdzieści trzy procent badanych przyznało, że kupiło kopię oryginału, a prawie 30% z nich było tego świadomych. Zgodnie z ocenami rynek podróbek w Polsce w 2012 roku szacowany był na około 830 mln dolarów (Kampania społeczna, 2012).

Jakie towary były najbardziej popularne wśród podróbek nabywanych w Polsce w 2011 roku? Odzież i obuwie to 65%, kosmetyki i perfumy – 24%. Natomiast od 1 do 3% to tzw. artykuły motoryzacyjne, narzędzia, sprzęt elektroniczny i oprogramowanie komputerowe, artykuły spożywcze, chemiczne i papierosy (Feliksiak, 2011, s. 4). Poza sprzętem elektronicznym to przecież odzież, obuwie i kosmetyki służą jako zewnętrzne symbole statusu. Ciekawe przy tym, że dosyć dużo osób badanych potępia nabywanie produktów podra-

bianych (74%) i tylko 17% nie widzi w tym nic niewłaściwego. Na tle innych badanych deklarują to najczęściej robotnicy (wykwalifikowani i niewykwalifikowani), bezrobotni i respondenci o najniższych dochodach na osobę w gospodarstwie domowym. I oczywiście relatywnie rzadziej ocena negatywna pojawia się wśród osób kupujących podróbki.

Jeżeli chodzi o ocenę produkcji i dystrybucji podróbek, są oceniane dosyć krytycznie. Siedemdziesiąt procent wymaga karania zarówno dla producentów, jak i sprzedawców (wśród takich osób np. najwięcej rolników, prywatnych przedsiębiorców oraz pracowników administracyjno-biurowych), natomiast tylko 19% ocenia tylko jako nieuczciwe. Rzadziej taka ocena pojawia się wśród osób faktycznie kupujących tego typu towary. Natomiast bardziej restrykcyjne postawy wobec przemytu oraz produkcji i dystrybucji podróbek współwystępują z wyższym wykształceniem badanych i lepszą sytuacją materialną, co jest w tym przypadku dosyć logiczne, jest bowiem związane z odpowiednim kapitałem kulturowym.

Podróbki w postrzeganiu polskich projektantów mody są zjawiskiem jednoznacznie negatywnym. W kampaniach społecznych przywołują oni do niekupowania podróbek, wykorzystując przy tym elementy raczej marketingowe niż moralne, uwrażliwiające na jakiegokolwiek społeczne konsekwencje produkcji i konsumpcji podróbek. Najczęściej chodzi tylko o bycie „oryginalnym” i nietolerowanie podróbek ze względu na samą świadomość posiadania towaru nieoryginalnego, czyli indywidualną szczerłość i wiarygodność (Kampania społeczna, 2012).

Warto zaznaczyć, że w polskiej blogosferze modowej, czyli ogólnie dotyczącej wyglądu, wizerunku i stylu, czyli sfer najbardziej dotkniętych produkcją i konsumpcją podróbek, spotyka się podejścia do tego zjawiska niekiedy ambiwalentne. Najczęściej jednak dziennikarze, blogerzy i użytkownicy skłaniają się do ocen negatywnych i skrajnie negatywnych. Warto podkreślić, że często narzekają na serwisy handlu detalicznego, które umożliwiają handel podróbkami. Tworzone są różnorodne społeczności, gdzie użytkownicy dzielą się umiejętnościami i informacjami dotyczącymi podróbek, opatrując je stosownymi ocenami i komentarzami. Wśród owych można znaleźć,

take jak „Na co czekasz? Dołącz do naszej społeczności. Nie daj się oszukać” w serwisie Nieoryginalny.pl, „Podróbki nigdy nie są modne” (Kobieta.pl) lub „Podróbki są faj. Pokazuję, jak ich unikać” na blogu Podróbkowo-Wielkie. Autorzy oraz użytkownicy często podkreślają masowość sprzedaży podróbek przez daną firmę czy sprzedawcę, uwrażliwiając odbiorców na różne rodzaje oszustw, szczególnie tych niebezpiecznych dla zdrowia z zakresu przemysłu farmaceutycznego czy kosmetycznego. Nawet oceny kontrowersyjnego międzynarodowego porozumienia ACTA, zawierającego „umowę handlową dotyczącą zwalczania obrotu towarami podrabianymi”, kojarzone głównie z ograniczeniem wolności w Internecie, nie były jednoznaczne, bo odnosiły się do nadziei na skuteczne zwalczanie podróbek.

Oczywiście, w komentarzach mogą się pojawić zdania w stylu „nie zależy mi na tym, że to podróbka, jeżeli jakość jest dobra, przecież giganci przemysłu mody i tak zarabiają krocie, straty w tym punkcie niczego nie zmieniają”. Badania rynku podróbek w Wielkiej Brytanii potwierdzają podobną tendencję, w traktowaniu podróbek podejście snobistyczne bowiem zanika, konsumenci nie tylko nie wstydzą się tego, ale i nawet się z tego cieszą (Cathcart, 2007; Kirby, 2007).

Jeżeli natomiast konsumpcja towarów podrobionych jest potępiana przez środowisko, czy można w tym ujrzyć elementy mechanizmu wykluczenia społecznego? Marka i świadomość jej wartości dla własnego wizerunku czy różnie rozumianego prestiżu (czy to sama świadomość, że mnie stać, czy np. zadowolenie z korzystania z rzeczy lepszych jakościowo, a przecież to swoisty sposób na oszczędzanie) są w Polsce mocno zakorzenione. Dzięki szeregowi czynników rozpowszechniają się jeszcze bardziej, i to koniecznie w wersji „autentycznej”, konsumenci mają bowiem dostęp do zagranicznych sklepów internetowych. Niektóre zagraniczne marki luksusowe wchodzą również na polski rynek, a marki polskie robią karierę na rynku międzynarodowym w oparciu nie tylko o talent, ale i lokalny charakter i specyfikę.

Warto zaznaczyć też inny przejaw korzystania z zastępczych środków podniesienia prestiżu i własnej samooceny. Jest to korzystanie z rzeczy imitujących znane wzorce, tak zwane repliki czy też stylizacje. Popularność replik czy produktów stylizowanych może



oznaczać to, że niekoniecznie lub wręcz w złym tonie okazuje się mieć napisane dużymi literami DG z przodu na koszulce czy wyraźne literki LV na torbie, jak symbolicznie przejawia się to w towarach ogromnego przemysłu podróbkowego w wielu krajach Trzeciego Świata. Wydaje się, że dla warstwy o odpowiednim kapitale kulturowym, ale z braku kapitału finansowego, wystarczy utożsamianie się, zwykle podobieństwo i świadomość tego, że zostanie to podobieństwo rozpoznane przede wszystkim przez osoby, którym będzie ten temat nieobojętny.

Jeżeli klasę średnią nie stać na dokładnie wymarzoną rzecz markową, nie oznacza to utracenie wiary w słuszność i potrzebę oryginalności i autentyczności czy też akceptację naśladowania. Jest to potwierdzane badaniami SMG/KRC, gdzie jednym z najważniejszych trendów konsumenckich w Polsce okazuje się „poszukiwanie autentyczności”, i niekoniecznie marek wielkich (Raport Millward-Brown SMG/KRC, 2012). Inne badania wskazują na tendencje do całkowitego unikania widocznych metek i oznak luksusu, na przykład na ubraniach i przedmiotach codziennego użytku, które mają cenność właśnie dlatego, że są prawdziwe, oryginalne bez względu na obecność czy widoczność marki, ponieważ „prawdziwy styl to rodzaj prywatnej radości” (Kelly, 2011).

Elementem wykluczenia społecznego okazuje się już nie dostępność i sięganie po podróbki, a walka z podróbkami, ich całkowite potępienie. Drogie i często niedostępne dla większości ludzi produkty sygnalizują najważniejszy atrybut naszych czasów: pozycję społeczną. I jeżeli ten mechanizm sygnalizujący zostaje zaburzony, reakcja jest odpowiednia czy wręcz naturalna, obrona swojego „terytorium” luksusu oraz zmiana symboli i oznakowania tego terytorium.

Dlatego też zarówno producenci, jak i po części konsumenci markowych rzeczy walczą z podróbkami, powodującymi inflację marki, osłabiając inwestycję poczynioną w status. Zgodnie z założeniami producentów towarów luksusowych marki zamożni i bogaci są w stanie płacić dużo za oryginalność i autentyczność tylko wtedy, gdy jednoznaczne zewnętrzne symbole będą potwierdzać ich wyjątkowość oraz tę wieloznaczną „ekskluzywność”. Im bardziej zatem podróbki słynnych marek są rozpowszechnione, tym mniej eksklu-

zywne stają się owe marki. Oczywiście, jednoznaczność takiej oceny sytuacji nie zawsze jest potwierdzana. Wyniki niektórych badań rynku (np. Davenport Lyons) w rozwiniętych krajach Zachodu świadczą o tym, że to wśród osób, których stać na produkty oryginalne, jest najwięcej nabywców podróbek, podważając przekonanie o tym, że podróbki są skierowane (i kupowane) przeważnie do osób o niskich zarobkach, które w ten sposób chcą pokonać drogę do prestiżu „na skróty” (Cathcart, 2007).

Badania naukowe i dochodzenia dziennikarskie wskazują, że konsumpcja podróbek ma „ciemne strony” też z innych powodów, takich jak wykorzystywanie pracy nieletnich, wyzysk pracowników w każdym wieku, uwikłanie w sieci przestępczości zorganizowanej, unikanie opodatkowania itd., co w konsekwencji stwarza wiele czynników wykluczenia społecznego. Zatem o stratyfikacji społecznej i wykluczeniu społecznym przejawiających się w konsumpcji warto rozważać zarówno w terminach produkcji, jak i konsumpcji, faktycznej i symbolicznej, ograniczonej względami jakości, trwałości i nawet bezpieczeństwa produktu. Społeczna akceptacja i tolerancja podróbek opiera się na szeregu czynników ekonomicznych i społecznych, ilustrując jednocześnie różne podziały we współczesnych społeczeństwach zarówno rozwiniętych, jak i rozwijających się.

## Dzieci i młodzież: sposoby i wzorce do naśladowania

Zainteresowanie tematem wzorców do naśladowania obecnych w życiu dzieci i młodzieży jest dosyć powszechne wśród badaczy społecznych, a także lekarzy, medioznawców i nawet polityków społecznych. Najwięcej uwagi przyciągają wzorce negatywne, wzorce zachowań niebezpiecznych, które trzeba usuwać z pola widzenia młodzieży, kontrolować, ograniczać. Przy tym jednocześnie niestety mniejszą uwagę przyciąga zjawisko pogoni młodzieży i nawet dzieci za ryzykiem. Ciekawe, że również rozpowszechnia się taka pogoń i naśladowanie wzorców niebezpiecznych na poziomie grupowym, poziomie grupowego naśladowania zachowania. Mało badaczy zastanawia się

nad charakterem tych zjawisk oraz przyczynami mody na podejmowanie ryzykownych działań nawet wśród najmłodszych. Zatem pogon za ryzykiem we współczesnym świecie jest nieodłączną częścią życia nie tylko dorosłych, którzy w tej pogoni często realizują dziecięce marzenia. Dzieci bardzo szybko dołączają do aktywnej grupy „użytkowników” modeli, wzorując się zarówno na dorosłych, jak i na rówieśnikach. Poniżej chcę przedstawić przemyślenia związane z naśladowaniem oraz rozpowszechnieniem się zachowań niebezpiecznych w szczególności w nawiązaniu do sieciowego ujęcia zjawiska imitacji.

Ktoś kiedyś zauważył, że dorośli płacący spore pieniądze za skoki na spadochronie, za szybkie samochody czy motory oraz inne ryzykowne rodzaje rozrywki, sportu czy turystyki byli kiedyś dziećmi, którym nie pozwalano łązić po drzewach, dachach czy do sąsiedniego ogródka po jabłka, a więc brak im wspomnień o odczuciach dziecięcych, podobnych do właściwej dorosłym adrenaliny. Z drugiej strony, właśnie takie wspomnienia mogą zachęcać dorosłych do powtórki tych ryzykownych zachowań – motywacją jest zastrzyk adrenaliny.

Moda na niebezpieczne zachowania znajduje się na pograniczu tematyki ryzyka i tak kontrowersyjnego tematu, który też może być źródłem poważnych zagrożeń, szczególnie dla dzieci i młodzieży, jak trendy i moda, przy tym moda określana niekoniecznie tylko w odniesieniu do sfery ubrań, wyglądu, piękna, lecz też do wielości innych wymiarów konsumpcyjnych i behawioralnych. W nich bowiem można również zaobserwować liczne mniej lub bardziej niebezpieczne tendencje, trendy czy popularne zjawiska. Ocenic popularność bez szeroko zakrojonych badań jest bardzo trudno. Z braku przyjmuję, że coś jest modne, o ile trafiło jako wiadomość aktualna na łamy mediów drukowanych oraz elektronicznych portali informacyjnych (również specjalistycznych).

Nawet jeżeli nie będzie można ocenić skali popularności, to można przyjrzeć się istocie zagrożeń i zastanowić się nad ich przyczynami. Jednocześnie warto pamiętać, że popularyzacja wielu zachowań i rzeczy odbywa się przez sieci, sieci społecznościowe oparte na koleżeństwie, przyjaźni czy też sąsiedztwie, dzięki takim popularnym funkcjonalnościom, jak „dzielenie się” czy też „polubienie”, co później może być lub nie być praktykowane w rzeczywistości.

Na anglojęzycznej stronie Debate.org zamieszczono pytanie „czy moda szkodzi społeczeństwu?” Czterdzieści trzy procent użytkowników odpowiedziało, że tak, 57%, że nie, mając przy tym możliwość (nawet obowiązek) umieszczenia argumentacji pod swoim oddanym głosem. Wśród argumentów za szkodliwością mody (moda tutaj rozumiana jest w wymiarze konsumpcyjnym) pojawiało się również oddziaływanie na dzieci. Jeden z internautów stwierdził, że „moda szkodzi społeczeństwu i to z kilku powodów, jednym z których jest odrzucanie dzieci w szkole przez rówieśników ze względu na modę lub brak markowych rzeczy, bowiem osądzanie według mody jest niesprawiedliwe, ale i tak wszyscy tak robią cały czas” (debate.org/opinions/is-fashion-harmful-to-society, dostępne 31.08.2017).

Do zagrożeń związanych z modnymi tendencjami należą również zachowania związane ze zjawiskami bezmyślnego naśladowania gwiazd show-biznesu oraz modelek, szczególnie w zakresie odżywiania, odchudzania, mogącego powodować bulimię czy anoreksję, jak również w zakresie wczesnej seksualności, której podłożem jest często niepewność dzieci, szczególnie dziewczynek co do akceptacji i miłości oraz poczucia własnej godności, co skutkuje również erozją granic pokoleniowych między dzieciństwem a dorosłością (Pilcher, 2010, s. 461–470; Starzomska, 2013).

Na wielu forach internetowych nawet stwierdzono, że moda – zarówno w zakresie konsumpcji oraz mediów, czyli nie tylko sposobu ubierania się, wyglądu czy posiadania pewnych przedmiotów, lecz także przekazu kultury popularnej – wręcz niszczy społeczeństwo, przy tym ciekawe, że swoje zdanie internauci argumentują posiadaniem dzieci szczególnie w wieku nastoletnim i troską o ich wychowanie i przyszłość.

Moda ogólnie oraz w szczególności moda na zachowania niebezpieczne okazuje się szkodliwa, głównie ze względu na następstwa. Wśród jej konsekwencji, poza seksualizacją, anoreksją czy postrzeganiem celebrytów oraz ich zachowań i wyglądu, jako niekwestionowanych wzorców do gorliwego naśladowania czy wręcz imitacji, wymieniane również takie problemy społeczne, jak zjawisko przemocy wśród nastolatków czy wzrost przestępczości z pobudek konsumpcyjnych. Naśladowanie modnych zachowań czy wyglądu w oparciu

o wzorce życia dorosłego, szczególnie rodem z przekazu masowego, niestety może wywołać różnorodne skutki negatywne. A jeszcze więcej zagrożeń niesie ze sobą naśladowanie zachowań niebezpiecznych z założenia, z różnym stopniem ryzyka, niekiedy bardzo wysokim, ocierającym się nawet o zachowania przestępcze (Ferszt-Piłat, 2014; Antczak, 2012; Majer, 2012; Zawisza 2013).

Zachowania takie można podzielić według kryterium konsekwencji fizjologicznych i moralnych, choć nie jest to klasyfikacja się wykluczająca. Do konsekwencji fizjologicznych można zaliczyć ból, ewentualne uzależnienia oraz zachowania prowadzące do wypadków śmiertelnych. Niestety, nawet samobójstwa mogą być społecznie зараźliwe (Kheraty, Cihak 2012, s. 164; Christakis, Fowler, 2011). Moralne następstwa ryzykownych zachowań związane są z łamaniem tabu oraz pragnieniem buntu we wszelkiej postaci, charakterystycznym szczególnie dla wieku nastoletniego. Bunt może wynikać również z wielu problematycznych sytuacji rodzinnych. Może też stanowić świadome rzucenie wyzwania społeczeństwu i konwenansom.

Rzuceniem wyzwania społeczeństwu wydaje się takie niebezpieczne zjawisko jak seksting, choć może on równie dobrze wynikać z naśladowania zachowań dorosłych, naśladowanych odpowiednimi wzorcami seksualności. Pojęcie „seksting” powstało z połączenia słów seks i teksting, w tłumaczeniu z języka angielskiego znaczy wysyłanie krótkich wiadomości, wysyłanie i odbieranie przez telefon komórkowy oraz pocztę elektroniczną tekstów i obrazków o treści erotycznej (Protecting..., 2011; Kholos Wysocki, Childers 2011; 'Sexting'..., 2011; Temple, Choi, 2014; Strohmaier, Murphy, DeMatteo, 2014; Walrave, Heirman, Hallam, 2013; Wen, Lo, 2013). Magdalena Szpunar definiuje to zjawisko jako „rozsyłanie przy pomocy telefonów komórkowych oraz publikowanie w sieci WWW zdjęć, filmów (najczęściej z własnym udziałem) oraz tekstów o charakterze pornograficznym i erotycznym, szczególnie wśród osób w wieku adolescencji” (Szpunar, 2012b, s. 53).

W zachowaniach nastolatków seksting polega na wysyłaniu w ramach flirtu czy zabawy „partnerowi” roznegliżowanych erotycznych zdjęć, zrobionych przez nastolatków lub nawet dzieci samym sobie. Nowoczesne technologie to umożliwiają, a brak kontroli, zaintereso-

sowania oraz wiedzy technicznej rodziców to ułatwia. Problem sekstingu często ociera się o kwestie cyberbullyingu, ponieważ wysłane w wiadomości multimedialnej lub elektronicznej informacje mogą z łatwością być zamieszczone w sieciach społecznościowych. Relacje często się skończą, a zdjęcia cyfrowe mogą być dużo trwalsze, która to trwałość może mieć tragiczne skutki. Badacze alarmują, że moda na seksting niestety przekształci się może na modę na coraz wcześniejszy seks wśród nastolatków.

W USA pierwsze przypadki skazania nastolatków za seksting (oraz pornografię dziecięcą) wywołało różne komentarze, łącznie z upatrywaniem w tym cenzury i naruszenia praw człowieka. W 2011 roku po badaniach stwierdzono, że nie jest to tak rozpowszechnione zjawisko, jak przedstawiano wcześniej. Tylko 2,5% młodych ludzi w wieku od 10 do 17 lat robiła lub występowała na zdjęciach lub w nagraniach nagich lub półnagich, natomiast liczba osób się zmniejszyła do 1%, jeżeli definicja seksting zawiera tylko treści o charakterze otwarcie erotycznym (Mitchell, Finkelhor, Jones, Wolak, 2011).

Wśród przyczyn zachowań podobnych wyżej opisanym można zaznaczyć chęć popisania się, kuszenia, pokazania zainteresowania lub zobowiązania. Są również szersze przyczyny społeczne, czyli powszechna seksualizacja zachowań, która następuje w wyniku naśladowania zachowań idoli popkultury oraz powolne znieczulenie na wszelkie przejawy elementów pornograficznych w mediach (Walker, Sancı, Temple-Smith, 2011). Ogólnie, jak trafnie ujął to jeden z dziennikarzy, taki pornograficzny trend, zapoczątkowany przez świat popkultury jest kontynuowany przez młodych ludzi, bo chcą być „równie fajni jak ich rówieśnicy”. Czują presję społeczną w ramach grupy społecznej, czego konsekwencje mogą być niestety tragiczne. Zakazy natomiast niekoniecznie pomagają naprawiać czy zapobiec ewentualnym konsekwencjom. Na przykład wśród brytyjskich (oraz amerykańskich) dzieci w 2009 roku zapanowała moda na kolorowe bransoletki, których barwy – jak się okazuje – odpowiadają różnym czynnościom seksualnym. Niektóre szkoły nawet wprowadziły zakaz noszenia takich bransoletek. Zagrożeniem było jednak to, że z powodu zakazu bransoletki mogły stać się jeszcze bardziej modne (Frosch, 2009).

Wśród niebezpiecznych zachowań, które są określane jako popularne wśród dzieci i nastolatków, mogą pojawiać się takie, które dotyczą rzeczy niespodziewanych. Rodzice szybko dzielą się obserwacjami. Niestety moda rozpowszechnia się szybciej, niż rodzice uświadamiają sobie ewentualne źródła zagrożeń. Na przykład na portalu [sosrodzice.pl](http://sosrodzice.pl) użytkownicy ostrzegali się przed cynamonem, którego łyżkę trzeba zjeść bez popijania w czasie krótszym niż jedna minuta, lub przed wdychaniem sproszkowanego chili, czego konsekwencją może być nie tylko kaszel, wymioty, dławienie się, lecz także nawet ostre podrażnienia skóry czy groźne zmiany wewnętrzne. Do jeszcze bardziej niebezpiecznych sposobów na rozrywkę należy znana od wielu lat przyprawa o właściwościach halucynogennych, a mianowicie gałka muszkatołowa, jak również zabawa, określana jako „wyzwanie sól i lód”, w której podczas próby „potwierdzenia odwagi i wytrzymałości” może dojść do poważnych poparzeń.

Wśród innych modnych trendów warto wspomnieć również na przykład tak zwane dosery, i-dosery czy też audionarkotyki. Są to aplikacje komputerowe przeznaczone do odtwarzania specyficznych plików muzycznych z tak zwanym binauralnym nagraniem dźwięków, co rzekomo może wywoływać efekt podobny do narkotyków ze względu na pewne techniczne charakterystyki, co nie zostało potwierdzone w badaniach i może funkcjonować jedynie jako placebo. Jeżeli chodzi o bardziej realne zagrożenie ze strony środków odurzających, wymienia się używanie potocznie określanych soli do kąpieli, zawierających mieszankę elementów narkotycznych, suplementów diety, jak również używanie leków przeciwkaszlowych, wykrztuśnych oraz przeciw przeziębieniom (słynny w USA Purple Drank, mający korzenie jeszcze w latach 60. XX wieku – mieszanka syropu na kaszel, zawierającego tzw. kodeinę, tabletek i słodkich napojów gazowanych, popularny wśród amerykańskich raperów), które mają podobne działanie do narkotyków (Peters et al., 2003).

Również wymienia się dziwne sposoby zażywania alkoholu (przez oczy), wywoływanie euforii przez duszenie się, krótkotrwałe niedotlenianie, odcięcie mózgu od tlenu itd. (Sobocińska, 2009). Następną zabawą ciesząca się niemałą popularnością wśród przedstawicieli różnych pokoleń, choć największą wśród nastolatków, jest tak zwany

planking („udawanie deski”), który polega na kładzeniu się w miejscu publicznym, na brzuchu, twarzą w dół i z rękami wyciągniętymi wzdłuż ciała, i fotografowaniu się w takiej pozycji. Za tym idzie najważniejsze, bo zamieszczanie tych zdjęć i innych własnych lub koleżeńskich wyczynów w sieciach społecznościowych do podziwiania przez przyjaciół (wśród innych zabaw ang. teapotting, hadoukening, milking, vadering, owling, horsemanning, batmanning, springing, dufnering etc). Planking przypomina inne podobne w czynnościach zabawy oraz takie, równie mało racjonalne zachowania młodzieżowe, jak na przykład flash-moby, z tą jednak różnicą, że te, z racji charakteru, mogą być niebezpieczne nie tylko dla zdrowia, lecz także życia.

Najbardziej przerażająca jednak pozostaje moda na samookaleczenie, między innymi związana z wcześniej wspomnianym „wyzwaniem soli i lodu”, mniej z tatuażem i piercingiem, z racji tego, że te usługi ograniczone są do osób pełnoletnich nawet bez względu na zgodę rodziców. Najbardziej kontrowersyjna jest moda związana z uszkodzeniem własnego ciała, powodującym ból, później blizny. Samookaleczenie przez autoagresję ma na celu zwrócenie uwagi otoczenia, wywołanie poczucia bólu czy też poszukiwanie akceptacji, a często również wskazywane – rozładowanie bólu czy dyskomfortu emocjonalnego, tak zwanego „poczucia udręczenia” lub też próba zakomunikowania swoich zmartwień (Swannell et al., 2010).

Podobne zachowania niekiedy mogą wymagać interwencji specjalistycznej, szczególnie jeżeli są konsekwentnie naśladowane w grupie społecznej lub środowisku, na przykład wśród przedstawicieli niektórych subkultur (np. emo) (Fow, Hawton, 2004), oraz kończą się nie tylko samookaleczaniem, lecz także nawet targnięciem na własne życie: przypadek 13-letniej dziewczyny z Wielkiej Brytanii, która zachwyła się zespołem rockowym, opartym na samobójczym kulcie emo (Levy, 2008).

W rozpowszechnianiu się takich zachowań, w popularyzacji odgrywają ogromną rolę nie tylko media masowe. Od lat medioznawcy i wychowawcy dyskutują na temat związku między „modą na przemoc”, czyli agresywnością młodzieży, a oddziaływaniem telewizji wraz z tak zwaną przemocą na ekranie. W ciągu ostatnich kilkunastu lat na pierwszy plan, jako bardzo wpływowy czynnik oraz specyficzne śro-



dowisko socjalizacyjne młodzieży, wysunął się jednak internet wraz z jego szczególnymi cechami związanymi z funkcjonowaniem sieci społecznych w oparciu o nowe możliwości technologii cyfrowych (szybkość, skala, zasięg, sprzężenie zwrotne, anonimowość czy też jej brak).

Dzieci i młodzież znajdują się w zasięgu znaczącego oddziaływania pierwotnych grup społecznych. W tym miejscu można przywołać „społeczny dowód słuszności Roberta Cialdiniego, który się pojawił w jego słynnej rozprawie o wywieraniu wpływu na ludzi w kontekście rozpowszechnienia się samobójstw. W wyjaśnianiu zaraźliwości takich zachowań odrzuca on środowiskową teorię czynników, wywołujących różnego rodzaju zachowania. Warunki społeczne, jego zdaniem, są mniej ważne niż pewne podobieństwa między ludźmi, którzy w warunkach niepewności ulegają falom naśladowczym, relacjonowanym i podsycanym przez media. „Ludzie naśladują innych, podobnych sobie, szczególnie wówczas gdy sami nie wiedzą, jak się zachować... Kto jest bardziej podobny do nękanego kłopotami szkolnymi nastolatka niż inny amerykański nastolatek?” (Cialdini, 2014, s. 169). Obok rodziny najbliższe środowisko rówieśnicze staje się najważniejszym punktem odniesienia. Technologie informacyjne i komunikacyjne zwiększają jego zasięg.

Już od bardzo wczesnych lat dzieci rozwijają nawyki technologiczne oraz zajmują niezwykle aktywną pozycję w sieciach społecznych. Są to dla ludzi młodych przede wszystkim mniej lub bardziej trwale i otwarte sieci społecznościowe, ułatwiające, usprawniające oraz przyspieszające komunikację między użytkownikami, aktywnie kształtujące ich zainteresowania, tożsamość i samoocenę. Zatem obok takich ważnych czynników, jak specyficzne mechanizmy socjalizacyjne w różnym wieku, właściwe grupy odniesienia, samoocena w tej grupie czy też zainteresowania indywidualne, warto pamiętać o specyfice funkcjonowania sieci społecznych. W szczególności ważne są mechanizmy, które odpowiadają za rozpowszechnianie się oraz naśladowanie specyficznych postaw i zachowań, które zyskuje niekiedy charakter epidemii. Jeżeli rodzice i wychowawcy nie zapoznają się z działaniem mechanizmów sieciowych rozpowszechniania się popularnych zachowań ryzykownych, zagrożenia z nimi związane mogą całkowicie wymknąć się spod kontroli rodzinnej i społecznej.

## Piractwo w internecie: imitacja podstawą kreacji?

Perfidna kradzież i oszustwo czy niewinna wymiana i dzielenie się wiedzą oraz informacją? Laurence Lessig w *Wolnej Kulturze* stwierdził, że nie pora „martwić się o tatuaże czy kolczyki w różnych częściach ciała” u młodzieży. „Nasze dzieci stają się złodziejami”, a „całe pokolenie Amerykanów jest wychowywane w wierze, że »własność« powinna być wolna” (Lessig, 2005).

W tym podrozdziale chciałabym wskazać na inny wymiar imitacji, który najczęściej kojarzy nam się w życiu codziennym z pojęciem nielegalnego kopiowania w ujęciu osób poszkodowanych, czyli artystów, autorów, twórców, oraz z pojęciem „twórczej imitacji jako podstawą kreacji” w ujęciu samych aktywnych imitatorów czy też sprawców.

Pojęcie „piractwo internetowe” funkcjonuje w najrozmaitszych sferach życia codziennego i gospodarki. Czy dotyczy sfery wychowania, edukacji, szkolnictwa na różnych poziomach? Celem tego opracowania jest przedstawienie problematyki „piractwa internetowego” w związku ze sferą edukacji, a zwłaszcza ze sferą kreatywności, twórczości, innowacji, do której rozwoju edukacja powinna bezpośrednio się przyczyniać lub przynajmniej stwarzać sprzyjające warunki (np. Kołodziejczyk, 2012; Rudnicka, 2010; Tanalski, 2011). Często połączenie problematyki nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz edukacji i wychowania wytwarza pojęcie „edukacja medialna”. To pojęcie zawiera elementy świadomego korzystania z mediów, umiejętności wyszukiwania, krytycznej oceny czy też weryfikacji informacji w różnych środkach przekazu i odpowiedzialnego uczenia się. Niestety często te założenia pozostają w sferze życzeń i planów, natomiast uczniowie i studenci jako autentyczni przedstawiciele pokolenia Sieci (*Net Generation*) „idą na łatwiznę” i pozostają w rozrywkowej części sieci elektronicznej, od czasu do czasu wyszukując określone gotowe (!) materiały do lekcji, referatów lub egzaminów. Warto podkreślić, że w grupie wiekowej 16–24 lat z internetu korzysta 93,1%, stanowią oni 43% internautów, natomiast wśród osób uczących się z internetu korzystają prawie wszyscy, czyli 97% (Batorski, 2011, s. 307–308).

Dana problematyka znalazła się w ostatnich latach na stronach ogromnej ilości opracowań naukowych zarówno z dziedziny pedagogiki, jak i socjologii, psychologii i innych nauk społecznych, które znalazły się w druku zarówno analogowym, jak i cyfrowym (np. Andrzejewska, 2012; Białowas, 2007; Hojnacki, 2011; Kołodziejczyk i Polak, 2011; Konieczniak, 2012; Lubina, 2011; Łażewski, 2009; Musiał, 2012; Szpunar, 2012a; Tanaś, 2010; Wasiołka, 2010). Konteksty są najrozmaitsze, przy tym najczęściej autorzy trzymają się raczej jednej strony w dyskusji, uwypuklając głównie negatywne albo pozytywne strony wspomnianych procesów, bezskutecznie starając się przedstawić argumenty obu stron i znaleźć jakiś kompromis.

W opinii społecznej funkcjonuje uświadomienie daleko idącej tolerancji „ściągania” zarówno w wersji analogowej, czyli z reguły na lekcjach, egzaminach itd., jak i cyfrowej, czyli dzielenia się i pozyskiwania różnego rodzaju informacji z internetu i sieci *peer-to-peer*. Obecnie zdomowała się w sferze edukacji wersja hybrydowa, czyli ściąganie materiałów, które, tak czy inaczej, spełniają wymogi prac twórczych w ramach „analogowego” procesu dydaktycznego. „Ściągnięte” niewątpliwie stają się raczej odtwórcze, imitacyjne, kopiujące, nawet jeżeli tylko po części wykorzystywane. Znika rozróżnienie źródła, które trzeba zacytować, i właściwej pracy twórczej, która powinna być własna i samodzielna.

Warte uwagi są idealistyczne nadzieje, przypisywane nowym technologiom, technologiom informacyjnym, komunikacyjnym, multimedialnym, które miałyby pomóc pokonać bariery i problemy, z którymi ma do czynienia edukacja „tradycyjna” w zetknięciu się z zasobem wiedzy, który stale rośnie w postępie geometrycznym, ale może być szybko i łatwo dostępny dzięki sieci elektronicznej i nowoczesnym technologiom (np. Tadeusiewicz, 2006). Jest to nieodłączna część ruchu na rzecz otwartej kultury oraz niczym nieograniczonego dostępu do utworów kultury i nauki, zwłaszcza utworów klasycznych lub powstałych z inwestycji pieniędzy publicznych. Na poziomie ucznia czy studenta niestety nie ma już takiej zaawansowanej świadomości problemów społeczeństwa informacji, a pozostaje tylko konieczność oddania w terminie pracy, mającej sprzyjać rozwojowi umiejętności i kompetencji oraz ogólnie twórczości.

Pojęcia „twórczość” i „odtwórczość” mają długą historię, której charakter się zmienił szczególnie w XX wieku. Ogólnie twórczość jest rozumiana jako „dziedzina działalności ludzkiej, gdzie możliwa i potrzebna jest twórczość” (Dobrołowicz, 1995). Według Tatarkiewicza miarami twórczości są nowość, większa „skuteczność” oraz energia umysłowa, to swoiste napięcie, objaw zdolności, talentu, geniuszu, który jest oceniany w czasach współczesnych przez większość ludzi bardzo pozytywnie (2011). Powodem takiego doceniania twórczości jest jej zdolność do rozszerzania ram życia ludzi, jej związek z potęgą i niezależnością ludzkiego umysłu, jego odrębnością, niepowtarzalnością. Interesujący jest tak zwany wymiar hedoniczny, który podkreśla Tatarkiewicz, ponieważ „twórczość uszczęśliwia zarówno tych, co z niej korzystają, jak i samych twórców” (2011). Współczesne społeczeństwo jest na etapie uwielbienia dla twórczości, cenionej zwłaszcza w dziedzinie sztuk pięknych, gdzie artyści są wielcy nie tyle dlatego, że są utalentowani i tworzą wybitne dzieła, ile dlatego, że są „ucieleśnieniem wyobraźni i wolności” (Tatarkiewicz, 2011). Później pojęcie twórczości uzyskało odniesienia również do nauki i pracy naukowców, nie tylko artystów. Jeżeli chodzi o ludzi zwykłych, to ich również obejmuje pojęcie twórczości, które wtedy oznacza „każde działanie człowieka, wykraczające poza prostą receptę; człowiek jest twórczy, gdy nie ogranicza się do stwierdzania, powtarzania, naśladowania, gdy daje coś od siebie, z siebie”; to ujęcie dotyczy koncepcji tak zwanego pankreacjonizmu (Tatarkiewicz, 2011). Obecnie najbardziej rozpowszechnione jest takie szerokie egalitarne rozumienie twórczości i twórcy, którym może potencjalnie zostać każda jednostka ludzka, wręcz powinna, ponieważ twórczość jest warunkiem rozwoju zarówno jednostek, jak i społeczeństw (Szymański, 1987). Według *Słownika współczesnego języka polskiego* przymiotnik *twórczy* oznacza na przykład zdolność do tworzenia nowej jakości, dokonywania odkryć, wynalazków; wnoszenie czegoś nowego, nowatorskiego, odkrywczość, owocność itd. (Dunaj, 1996). Rozpowszechnione jest też takie rozumienie twórczości, które obejmuje ludzi zwykłych, nieobdarzonych talentami w sensie klasycznym, którzy powinni rozwijać się twórczo w pracy każdego typu, zwłaszcza w przedsiębiorczości.

Niezwykłe pożyteczne na tle rozpatrywanej problematyki jest pojęcie twórczości subiektywnej, która odnosi się do człowieka osobiście i obejmuje jego wiedzę, działania, zachowania, uczenie się i poznawanie świata, jest rodzajem „odkrycia ponownego” (Dobrołowicz, 1995). Wobec tego dostępność prawie nieograniczonych zasobów elektronicznych dla uczniów i studentów stwarza niezwykle warunki dla takiej twórczości subiektywnej, samodzielnego znalezienia, zapoznania się, odkrycia dla siebie czegoś nowego, interesującego, ważnego w kontekście społecznym i osobistym. W dalszych, bardziej zaawansowanych badaniach nad tematem warto zwrócić uwagę na związek z takimi pojęciami, jak twórcze myślenie, oryginalność myślenia i zachowań, innowacyjność. W ramach tej pracy ważniejsze jest jednak przedstawienie pojęcia odtwórczości, imitowania, naśladowania, wtórności na tle problematyki nowych technologii i ich możliwości.

Jak trafnie stwierdził Tatarkiewicz, odtwórczość jest pojęciem choć nieczęsto używanym, lecz łatwo zrozumiałym, bo jest przeciwstawiane twórczości (2011). W kontekście niniejszego rozdziału to pojęcie również jest przeciwstawiane twórczości, nacechowane raczej ujemnie, zbliża się do takich pojęć pokrewnych, jak naśladowanie, imitacja, kopiowanie, kompilacja dzieł tworzonych przez kogoś innego. Odtwórczość wyklucza inwencję, tworzenie nowego (chyba że to porządek części w kompilacji), wytężoną wyobraźnię, aktywną energię umysłową. Odtwórczość zawiera elementy naśladownictwa gotowych dzieł, ich wierne odtworzenie lub kompilację części. Negatywne konotacje odtwórczości w odniesieniu do sfery internetu niewątpliwie mają swoje korzenie w pojęciu plagiatu oraz naruszenia praw autorskich w postaci „piractwa internetowego” lub nielegalnego kopiowania. Odtwórczość więc obejmuje bardziej kopiowanie gotowych utworów i dzieł niż kompilację części z podaniem źródeł i autorów w myśl umiarkowanych wymagań wobec prac uczniów i studentów, ich samodzielności, ekspresji i w zasadzie kreatywności. Odtwórczy to „niesamodzielnny, naśladowujący, wtórny” (Dunaj, 1996, s. 668). Gajda przeciwstawia dwie charakterystyki utworów, dzieł, rzeczy: z jednej strony, może to być rzecz „nowatorska, oryginalna, głęboka [...], a może odwrotnie: epigońska, wtórna naśladowcza, banalna, płytka [...]” (Gajda, 2009, s. 10). W pracy R. Sigvy znajdziemy

rozbudowaną analizę i syntezę większości definicji pojęć twórczości i odtwórczości, postaw twórczej i odtwórczej. Określa ona aktywność odtwórczą jako realizację zadań „w znany sobie sposób, poprzez powtarzanie, reprodukowanie albo naśladowanie, nie dochodząc w rezultacie do nowych dla siebie doświadczeń” (Sigva, 2011, s. 11).

Okoliczności, w jakich ścierają się te dwa pojęcia – twórczość i odtwórczość – znalazły się na stronach ogromnej ilości opracowań naukowych i naukowo-popularnych jako era informacji, społeczeństwo sieciowe, wirtualizacja i cyberprzestrzeń (Castells, 2007; Dreyfus, 2001; Gajda, 2009; Lister et al., 2009; Tapscott, 2010). Technologie cyfrowe stworzyły niewiadome dotąd możliwości dla twórców w szerokim rozumieniu tego pojęcia. W sferze kultury i sztuki postęp technologiczny wpłynął na jakość artystyczną produktu (kolory, obraz, dźwięk itd.), na jakość nośników dla tych produktów, na zasięg dzieł niszowych (słynny efekt „długiego ogona” Andersona [2008]), na możliwości tworzenia przez amatorów, czyli szerokiej dostępności dla nich narzędzi twórczości artystycznej (*Youtube*) lub nawet popularno-naukowej (*Wikipedia*) w Internecie (Keen, 2007).

Technologie informacyjne nie tylko dostarczają możliwości, lecz także zwiększają obecność szczególnych zagrożeń i nadużyć. Jednym z najbardziej problematycznych punktów, wokół którego ścierają się rzesze użytkowników, z jednej strony, a producentów, przedsiębiorców oraz artystów, twórców, z drugiej, to kwestia ochrony praw autorskich i własności intelektualnej, ich łamanie w różnych sferach życia, a w sferze edukacji i kształcenia problem plagiatu. Ze względu na to, że w procesie kształcenia problem plagiatu pojawia na dalszych etapach (magisterium czy uzyskanie stopnia naukowego), dla problemu edukacji podstawowej oraz specjalistycznej, moim zdaniem, warto używać pojęcia piractwa. Ten termin może rzucić światło na cały proces niedozwolonego kopiowania (a często też kupowania, Bobrowicz, 2006, s. 75) i kradzieży prac twórczych, ponieważ pokazuje inne mechanizmy, raczej niecharakterystyczne dla procesu edukacji, mechanizmy funkcjonujące w sferze ludycznej, czyli gier, rozrywki, czasu wolnego, spędzanego w sieci internetowej.

Okoliczności, w których mają miejsce wyżej zaznaczone zjawiska, kształtują niepowtarzalny splot czynników w społeczeństwie epoki

informacji, które też można określić jako społeczeństwo sieciowe, do którego odniosłam się w części pierwszej (Castells, 2007). W tym społeczeństwie większość procesów jest ściśle uzależniona od technologii informacyjnych i komunikacyjnych, a to sprawia, że logika sieciowa staje się nową logiką nie tylko sfery gospodarczej i politycznej, lecz także sfery codzienności i tożsamości zwykłego człowieka. Cechy społeczeństwa sieciowego, jego dynamika odbija się również na procesach wychowania, edukacji, kształcenia, i nie tylko w zasięgu procesów instytucjonalnych, czyli wykorzystania technologii przez nauczycieli i wykładowców, edukacji na odległość czy informatyzacji całego procesu kształcenia. Dostęp ograniczony tylko przepustowością łączy, obecnością aktualnego oprogramowania oraz językiem jest również wykorzystywany przez aktualnych i potencjalnych uczniów i studentów, którzy jako zwykli użytkownicy mogą sięgać do zasobu wiedzy internetu praktycznie z każdym pytaniem, problemem czy zadaniem. Powstaje nawet pytanie, czy zwykły nauczyciel może sięgać się z panem Googlem, który wie więcej i więcej jest w stanie pokazać.

Procesy zachodzące w społeczeństwie sieci wysuwają na pierwszy plan specyficzne umiejętności, które pomagają poruszać się w cyberprzestrzeni, odnajdować się w gąszczu relewantnych i drugorzędnych informacji oraz przekształcać te informacje na wiedzę i mądrość. Zgodnie z koncepcją społeczeństwa sieciowego osoby posiadające powyższe umiejętności oraz wiele innych należą do społecznej warstwy „sieciorców” (*networker*), którzy najbardziej zyskują na obecności w sieci oraz wykorzystania logiki sieciowej w gospodarce i polityce (Castells, 2007, s. 238). W swoich badaniach nad internetem Castells stwierdził na przykład, że to właśnie dzięki współpracy sieciowej między naukowcami era informacji została zapoczątkowana, bo innowacje takiej skali mogły się pojawić tylko w sieciach o ogromnej wewnętrznej adaptowalności, zewnętrznej elastyczności oraz możliwościach generowania efektu sprzężenia zwrotnego (Castells, 2007, s. 239; Castells, 2003, s. 35–41). Interesująca wobec tego wydaje się zmiana charakteru pracy i zatrudnienia, która wyłania się pod wpływem technologii informacyjnych, wpływających na zanik tych czynności, które można zaprogramować, istotnie wspierając taką pracę, która wymaga umiejętności analizy, podejmowania decyzji i przeprogramowywania

czynności prostszych. Jest to związane z innowacyjnością. Za innowacyjność są najczęściej odpowiedzialni wyżej wspomniani sieciowcy, którzy, jak przedstawia Castells w swoim schemacie zdolności relacyjnej w organizacji, „nawiązują połączenia z własnej inicjatywy i wytyczają szlaki łączności przedsiębiorstwa sieciowego”, połączenia między wytwarzającymi wartość badaczami, projektantami, decydentami i innymi (Castells, 2007, s. 240). Podobnej kreatywności sieciowej, czy też umiejętności nawiązywania połączeń u własnych pracowników w trosce o produktywność lub efektywność działania potrzebuje obecnie praktycznie każda organizacja, instytucja, przedsiębiorstwo (np. Christakis i Fowler, 2011, s. 161–163).

W szeregu autorów, badaczy, wizjonerów można również znaleźć tych, którzy posunęli się dosyć daleko w swojej ocenie sieciowców, na przykład Alexander Bard i Jan Soderqvist w swoim manifestie „nowej elity władzy i życia po kapitalizmie”, gdzie stwierdzili, że tą nową elitą będzie netokracja. Jej sednem jest więc „funkcjonowanie sieci, nawiązywanie kontaktów, sprzężenie zwrotne oraz społeczna inteligencja”, a najważniejsze wartości to intuicja, mobilność, dyskretność, otwartość, wspałałomyślność, dostęp do informacji, umiejętność absorbowania i sortowania, umiejętność uogólniającego, szerszego spojrzenia poza siebie i własne pragnienia, zwracania uwagi i dzielenia się cennymi informacjami, wiara nie w siebie i własny rozum, lecz w sieć i zbiorową mądrość sieciową (Bard i Soderqvist, 2006, s. 128–129).

Warto tutaj wspomnieć również o określeniu Web 2.0, które odnosi się do specyficznych praktyk w cyberprzestrzeni, powstałych pod wpływem kolejnych zmian technologicznych. Te praktyki opierają się na specyficznym rozumieniu twórczości czy też kreatywności w Internecie. Twórczość zyskała potężne i bardzo popularne synonimy: kreatywność, kreatywność zbiorowa oraz generowanie, które przeszły w niezmiennym kształcie, podobnie jak wiele innych pojęć, z dyskursu anglosaskiego do innych języków. Częścią składową pojęcia Web 2.0 jest więc pojęcie *user-generated content*, lub inaczej zawartość generowana (tworzona) przez użytkowników.

Innym komponentem jest *co-creativity*, czyli kreatywność zbiorowa lub zespołowa. Te pojęcia zmuszają do zastanowienia się na tym,



czy twórczość jest jeszcze wyłączną domeną jednostki, czy już nie, oraz czy każdy jest wystarczająco twórczy, żeby „generować zawartość”, i czy ta zawartość jest warta uwagi. Codzienność pokazuje, że warta i na dodatek zyskuje ogromną uwagę całych rzesz ludzi, poszukujących informacji dla nauki, pracy czy zaspokojenia ciekawości. Ciekawe, że zgodnie z *Diagnozą społeczną 2011* osoby młodsze, a zwłaszcza uczące się i studenci, korzystają z internetu w sposób bardzo wszechstronny, intensywny i zróżnicowany (72% z 24 możliwych czynności w Internecie) (Batorski, 2011, s. 316).

Takim niewątpliwie bezkonkurencyjnym co do popularności zjawiskiem jest projekt społecznościowy Wikipedia, tworzony przez użytkowników nieodpłatnie według pewnych wspólnie przyjętych reguł oraz oceniany przez bardziej doświadczone zespoły również nieodpłatnie. W tej sferze poza kreatywnością sprawdziły się takie wartości Web 2.0, jak otwartość oraz chęć zaangażowania (Lister, 2009, s. 307). Warto tutaj podkreślić, że Wikipedia jako jedno z najwyższej wyświetlanych w wynikach wyszukiwarki Google oraz najczęściej wykorzystywanych przez uczniów i studentów źródeł wiedzy ma wśród zasad „nieprzedstawianie twórczości własnej”, nawet jeżeli jest całkowicie słuszna i wysokiej jakości, natomiast każda informacja musi opierać się na potwierdzonych wiarygodnych, niezależnych, rzetelnych źródła (pl.wikipedia.org, 2012). Tworzenie Wikipedii ma charakter dialogiczny, ostateczny tekst konwencjonalnej encyklopedii został bowiem zastąpiony wiedzą jako efektem nieprzerwanej konwersacji (Lister, 2009, s. 309). W ten sposób, jak słusznie podkreślają niektórzy badacze, realizuje się utopijna wizja inteligencji zbiorowej, która pojawiała się jeszcze u cyberentuzjastów i technofilów lat 70. XX wieku. Realizuje się też współkreatywność oraz wzajemność w relacjach władzy, bo każdy może tworzyć, jak również każdy może oceniać utwory lub nawet je redagować (Lister, 2009, s. 312).

Wspomniana kreatywność zbiorowa, którą można również ze względu na sieciową logikę internetu nazwać „sieciową”, nawiązuje do takich pojęć, jak wiedza kolektywna czy zbiorowa oraz kultura uczestnictwa (Jenkins, 2007; Kowalczyk, 2009). Nawet jeżeli bowiem użytkownik staje się współtwórcą czy dzieli się posiadaną wiedzą lub informacją, okazuje się niemożliwością wiedzieć wszyst-

ko, a więc inteligencja zbiorowa jest alternatywą, pozwala na połączenie indywidualnych umiejętności i skrawków wiedzy w potężny zasób, za pomocą którego współtwórcy mogą dokonać coś naprawdę innowacyjnego. Inaczej mówiąc, jak stwierdził twórca tego pojęcia Pierre Levy, nie ma nic złego w tym, że zrobimy coś wspólnie z innymi, jeżeli nie potrafimy zrobić tego pojedynczo (patrz Jenkins, 2007). A człowiek to istota społeczna, więc nie tylko żyć i pracować fizycznie może w społeczności, lecz także tworzyć i pracować intelektualnie, i najskuteczniej w społeczności sieciowej.

Umiejętność poruszania się w sieci oraz łączenia się z najważniejszymi węzłami w celu pozyskania najważniejszych informacji oraz weryfikacji najbardziej przydatnej wiedzy może charakteryzować obecnych aktywnych użytkowników internetu już od najmłodszych lat (w zależności od wieku). Jeszcze osiem lat temu prawie jednoznacznie negatywnie prezentowały się te umiejętności, jak również i chęć nauczania się (np. Jeran, 2004). Wyniki badań potwierdzały niskie kompetencje młodzieży zarówno w zakresie obsługi odpowiednich urządzeń, jak i znajomości sposobów pozyskiwania poszukiwanej informacji. Internet służył bowiem głównie do komunikacji, czyli uzupełniał telefon, pocztę i komunikację bezpośrednią, natomiast telewizję uważano za szybszy środek informacyjny, a książkę – za bardziej kompletny.

Na takim tle najbardziej odpowiednim wydawał się wniosek o tym, że internet jako miejsce poszukiwania informacji oraz pozyskania wiedzy jest tylko mitem, bo z olbrzymiej ilości informacji nie sposób skorzystać bez odpowiedniego przesiewania, selekcji i redukcji owej do kwestii niezbędnych i prawidłowych w obawie przed szumem informacyjnym (np. Białowąs, 2007). Bard i Soderqvist również podkreślali problem braku uogólniającego spojrzenia, kontekstu, spójnego światopoglądu, na podstawie którego można byłoby filtrować, organizować i interpretować „ekstatyczny przepływ informacji” (Bard i Soderqvist, 2006, s. 97). Jako substytut najczęściej obecnie podaje się nowość, która później jest zastępowana czymś jeszcze nowszym, i w rezultacie „masy, mające za mało wiedzy, za to za dużo informacji, na samym dnie sieci o najniższym statusie są całkowicie zdane na łaskę Nowości w jej wulgarnej i strywalizowanej formie” (Bard i Soderqvist, 2006, s. 99).

Z wyraźnym wydzźwiękiem ironicznym naukowcy nazywają obecne pokolenie młodych użytkowników już nie pokoleniem Web 2.0, lecz pokoleniem „Ctrl-C, Ctrl-V”, które to określenie nawiązuje do słynnych skrótów komputerowych do łatwego kopiowania i wklejania treści tekstowych, graficznych oraz ogólnie plików i folderów (np. Szpunar, 2012a; Plagiarism..., 2011). Pokolenie Web 2.0 miało realizować specyficzne założenia epoki, lecz rzeczywistość przedstawia się różnorodnie, a najczęściej mniej optymistycznie, niż zakładano. Warto jednak podkreślić, że obecność kopiowania (choć niedozwolonego) i dzielenia się jest nieodłączną częścią świata Web 2.0 i jest ściśle związana z zasadami funkcjonowania społeczności sieciowych, przede wszystkim zasadą dzielenia się oraz umiejętnościami aktywnych użytkowników Internetu, które pozwoliłyby na stopniową internalizację informacyjnych zasobów internetu w postaci wiedzy i mądrości.

Interesujący wobec tego wydaje się przypadek polskiej witryny Chomikuj.pl, zwłaszcza wobec tego, że konkuruje z Wikipedią w zakresie zaopatrywania polskich użytkowników uczących się i studiujących nie tylko w cyfrowe wersje podręczników, książek naukowych i czasopism, lecz także w różnego rodzaju literaturę, muzykę i filmy. W tym przypadku użytkownicy dzielą się dobrowolnie posiadanymi plikami, często pobierając je w jednym miejscu i udostępniając na własnym profilu.

Nowy wspaniały świat cybertwórczości wywołuje nie mniej głosów krytycznych, co entuzjastycznych (Dreyfus, 2001; Keen, 2007). Na przykład podkreśla się potencjalny wymiar ekonomiczny tej sfery: „Web 2.0 pokazuje, jak nasza kreatywność i ekspresywność może stać się towarem, który następnie z powrotem się nam sprzedaje” (Lister, 2009, s. 313). Innym poważnym zarzutem jest natomiast kradzież takiego towaru, najczęściej pojmowana jako naruszenie własności intelektualnej. Praktyki prawne związane z prawami autorskimi i patentami dotknęły również sfery cyfrowej, a na obecnym etapie mają najwięcej pracy właśnie w tej sferze, bo technologie informacyjne i komunikacyjne sprawiły, że osoby niebędące właścicielami dzieł mogą powielić i rozpowszechnić je mniejszym (albo praktycznie żadnym) kosztem niż oryginalny twórca.

Łatwość kopiowania materiału jest właśnie tą najważniejszą obietnicą i zaletą technologii informacyjnych i komunikacyjnych,

która doprowadziła do powstania ery informacji w tej, a nie innej postaci. Najbardziej przez „piractwo internetowe” cierpią twórcy muzycy i filmowi. Przy tym często się podkreśla, że twórcy od zamieszczania swoich utworów we współczesnym „drugim obiegu” często nawet zyskują (zarówno przez popularyzację twórczości, jak i pobieranie symbolicznych opłat za utwory). Celowo używam pojęcia „piractwo internetowe”, bo jest, moim zdaniem, bliższe względem dyskursu powszedniego dotyczącego cyberprzestrzeni, zwłaszcza jej oddziaływania na młodych ludzi w odbiorze starszego pokolenia, nadal trochę mniej obeznanego ze światem Web 2.0. Jak to barwnie skrytykowali zwolennicy ruchu wolnego oprogramowania i zasady *copyleft*, podobne podejście świadczy o tym, że „nielegalne kopiowanie jest etycznie równoważne atakowaniu statków na morzach, porywaniu i mordowaniu ludzi nimi płynących” (*Mylące...*, 2012; o *copyleft* więcej Castells, 2003; Lessig, 2005).

Wśród wielości czynników oddziałujących zarówno na kopiowanie i rozpowszechnianie, jak i na odtwórczy charakter wykorzystania informacji pozyskiwanej w Internecie warto podkreślić charakter samego dostępu do tej informacji, czyli brak technologicznej potrzeby odwoływania się do źródeł, format plików najczęściej pozwala bowiem zabierać je do swojej kolekcji na stałe. Tak było w przypadku z różnymi witrynami, które ułatwiały w różny sposób dystrybucję plików muzycznych i filmowych na własny, domowy użytek, często z zastrzeżeniem konieczności wykasowania owych plików po zaznajomieniu z ich zawartością. Do firm, które prowadziły podobne witryny, były wystosowane pozwy, przynajmniej w kilku krajach, lecz internauci w odpowiedzi skorzystali z sieciowych możliwości Internetu i dzięki odnowionemu oprogramowaniu zaczęli się dzielić już nie plikami, ale adresami miejsc, gdzie się znajdują nie całe, lecz rozproszone po różnych komputerach w sieci części plików (Lister, 2009, s. 292). Sieć *peer-to-peer* zawiera tylko informację o lokalizacji plików, a więc formalnie łamią prawo tylko sami internauci – posiadacze komputerów i plików, ale postępy w ściganiu tego rodzaju przestępstw związane zresztą ze zwiększoną inwigilacją użytkowników były do czasu skutecznie ucięte w protestach przeciwko tak zwanym ustawom ACTA (np. Bandyk, 2012).

Olbrzymie protesty przeciwko ACTA (również w Polsce w 2012 roku) pokazały, jak ważny jest wolny i otwarty internet dla jego zwykłych użytkowników. Pojawiają się coraz nowsze argumenty na rzecz niekaralności moralnej i prawnej kopiowania i „dzielenia się”, na przykład słynny argument o tym, że nie ma w rzeczywistości czegoś takiego jak „oryginalność” i „autentyczność”, bo twórca w swoim dziele nie tworzy, ale miesza, miksuje istniejące wcześniej elementy, i dotyczyć może to zarówno muzyki, jak i literatury pięknej, zarówno artykułów naukowych, jak i filmów fabularnych.

Niewątpliwie wobec postępującej różnorodności świata i jego wymiaru informacyjno-komunikacyjnego mało kto jest w stanie zaproponować jednoznacznie oceniane racjonalne środki zaradcze odnoszące się do problemu piractwa zarówno ogólnego, jak i edukacyjnego. Niektóre rozwiązania techniczne lub prawne potrzebują dalszego dopracowania (Dąbrowski i Urbański, 2008). Wydaje się jednak, że sfera edukacji może wyrobić odpowiednie strategie i metody, dzięki którym uczniowie i studenci rozwiną nie tylko umiejętności wyszukiwania, oceniania, przesiewania informacji, ale i świadomość oraz szacunek do czyjegoś wkładu intelektualnego, uświadomienie konieczności wskazywania źródeł oraz ważności własnego wartościowego wkładu twórczego do globalnej skarbnicy wiedzy i informacji, z którego wszyscy korzystamy.

Inne współczesne rozwiązanie to społeczność sieciowa, do rozwoju wartości której sfera edukacji również może się przyczynić przez wsparcie dla inicjatyw zespołowych czy też twórczej współpracy w grupach i sieciach. Warto więc uczyć i uczyć się bycia w społeczności dzielącej się dobrami intelektualnymi, bo jest to umiejętność cywilizacyjna (Lubina, 2010). Dotyczy to również umiejętności poruszania się w oceanie informacji, dzięki przynależności do społeczności już nie trzeba dokładnie wiedzieć samemu, gdzie szukać i czego szukać, wystarczy polegać na więziach i aktywnym uczestnictwie w społeczności sieciowej, nawet biorąc nieodpłatnie i w odpowiedzi dzieląc się nieodpłatnie swoimi zasobami i umiejętnościami, ulepszając i powiększając te zasoby również własną pracą twórczą z odpowiednim poszanowaniem kreatywności i wiedzy zarówno zbiorowej, jak i indywidualnej.

## Imitacja zagrożeniem dla cywilizacji. Przypadek „cywilizacji radzieckiej”

*Imitacja to samobójstwo.*

Ralph Waldo Emerson

Przemyślenia, które przedstawię poniżej, mogą być po części ułożone w ramach co jakiś czas powracającej do łask nauki o cywilizacjach, po części w ramach dyscypliny *transition studies*, traktującej o przyczynach, przebiegu czy problemach transformacji gospodarczej i społecznej oraz procesów demokratyzacyjnych po upadku komunizmu w latach 1989–1991 w Europie Wschodniej i zmianach w krajach byłego Związku Radzieckiego w oparciu o teorie przejścia, inspirowane zmianami w innych częściach globu, oraz po części o teorie modernizacji (Offe, 1996, s. 3–6). W ramach tych nurtów lokuje się Claus Offe, który zajmował się między innymi mechanizmami imitacji instytucji przenoszonych z krajów Zachodu (patrz także wcześniejszy rozdział o instytucjonalnej analizie imitacji, Pawlak, 2013, s. 36).

Naśladowczą strategię modernizację w oparciu o inspirujące w tym zakresie teorie organizacji zastosowane w makroskali ujął w niedawnym artykule Przemysław Hensel (Hensel, 2015). Modernizację imitacyjną na gruncie polskim analizował jeszcze w latach 90. XX wieku Marek Ziółkowski oraz wielu innych badaczy, których dorobku nie będę szczegółowo wymieniała ze względu na chęć skupienia się na temacie Związku Radzieckiego (Ziółkowski, 1999). Warta uwagi w tym zakresie jest jednak pozycja numer 5 wrocławskiego czasopisma „Forum Socjologiczne” pod tytułem „Cywilizacje w perspektywie socjologicznej”, poświęconego obecnemu stanowi i bieżącym kierunkom badań nad cywilizacjami, ich przemianami, podobieństwami i różnicami (por. Novikova, 2014).

Dużo ciekawych przemyśleń o przyszłości cywilizacji europejskiej, pułapkach imitacji i peryferyjności opublikował Tomasz Zarycki (Zarycki, 2008; Zarycki, 2009; Zarycki, 2012; Zarycki, 2014a; Zarycki, 2014b; Zarycki, 2016). Posłużył się on również przykładem Związku Radzieckiego jako przestrożą przed ewentualnymi problemami, które mogą spotkać Unię Europejską i Polskę jako jej członka (Zarycki, 2008). Autor porównał na przykład doświadczenia czasów

Chruszczowa oraz hasło o doganianiu i prześcignięciu Ameryki z założeniami agendy Strategii Lizbońskiej sprzed kilkunastu lat, która zamierzała za pomocą dyrektyw biurokratycznych przekształcić Europę w „najbardziej konkurencyjną i dynamiczną gospodarkę opartą na wiedzy na świecie do roku 2010” (Zarycki, 2008, s. 368). Zarycki mówi o pułapce imitacji i myślenia imitacyjnego, które jego zdaniem jest częstym problemem peryferyjnych projektów modernizacyjnych, ilustrując to analizą modernizacji Związku Radzieckiego jako najbardziej „spektakularnego przykładu porażki spowodowanej nadmiernym poleganiem na naśladowaniu modnych tendencji dyskursu modernizacyjnego” (Zarycki, 2008, s. 365).

Historia Związku Radzieckiego, opisana i przeanalizowana z wielu różnych punktów widzenia, znalazła się na łamach ogromnej ilości opracowań naukowych i nienaukowych, dzieł pisanych, mówionych i filmowanych, analiz zarówno mniej lub bardziej obiektywnych, jak i mocno subiektywnych. „Sowa Minerwy wylatuje o zmroku, nigdy o świecie”, stwierdził Hegel o tym, że mądrość następuje po wydarzeniach. Po tym, jak Związek Radziecki przestał istnieć jako państwo, pojawiły się jednak analizy i dzieła, które nie tylko opisują jego istotę czy próbują bezstronnie przeanalizować przebieg dziejów. Są również dzieła, które zawierają dużą dawkę nostalgii czy nawet ideologii. Podobnym, dosyć ciekawym, dziełem wydaje się *Cywilizacja radziecka* Siergieja Kara-Murzy, który w tym oraz w wielu innych dziełach przedstawia i rozwija specyficzne, choć nie unikato-we dla obecnej rosyjskiej myśli społeczno-politycznej i ideologicznej spojrzenie na istotę rzeczywistości.

Postać i dzieła Siergieja Kara-Murzy przyciągają uwagę również z tego względu, że nie jest on profesjonalnym historykiem czy socjologiem. W jego potężnym dziele *Cywilizacja radziecka* cechy poważnej pracy naukowej niekiedy ustępują typowemu manifestowi z elementami głębokich autobiograficznych obserwacji i ustnej historii codzienności. Ponieważ autor jest niezwykle ciekawym przedstawicielem współczesnej myśli społecznej oraz życia publicznego Rosji, warto przyjrzeć się bliżej jego przemyśleniom. Warto zapoznać się również z tymi fundamentalnymi, bez względu na kontrowersyjne, jak może się wydawać, zabarwienie ideologiczne.

Jego wizja jest spojrzeniem od wewnątrz i zawiera dużo elementów, które się przejawiają również w niektórych fundamentalnych decyzjach politycznych współczesnej Rosji. Dychotomia obecna w tytule odzwierciedla ogólny wniosek dotyczący nie tylko przyczyn powstania, przebiegu historii radzieckiej, ale i przede wszystkim przyczyn upadku tej cywilizacji, czy też jej metodycznego „niszczenia”, również według Kara-Murzy jako aktywnego świadka wydarzeń bieżących i historycznych.

Siergiej Kara-Murza jest przedstawicielem trzeciego pokolenia aktywnych działaczy inteligencji moskiewskiej średniego szczebla. Jego dziadek był słynnym adwokatem i krytykiem teatralnym początku XX wieku, na jego „wtorki” literackie zbierała się przed I wojną światową moskiewska śmietanka artystyczna, poetycka i naukowa. Jego ojciec był historykiem-sinologiem, profesorem Uniwersytetu Łomonosowa. Ogólnie Siergiej Kara-Murza posiada liczną rodzinę, w której przeważająca większość wyznaje diametralnie rozbieżne poglądy na przeszłość i teraźniejszość niż on. Właśnie dlatego poglądy Siergieja Kara-Murzy, jego wizja historii Rosji i Związku Radzieckiego oraz fakt ich trwałości i popularności wydają się nie tylko ciekawe, ale i warte analizy. Jeżeli chodzi o światopogląd Kara-Murzy, istnieje oraz prężnie działa, również w Internecie, klub zwolenników jego myśli społeczno-politycznej.

Podejście Kary-Murzy nie jest wyjątkowe lub też rzadkie wśród rosyjskich myślicieli różnych okresów historycznych. Łączy on jednak pewną nostalgię i romantyczną wizję Rosji i Związku Radzieckiego ze szczerą miłością i wiarą w słowiańską rosyjską siłę przetrwania i ostatecznego zwycięstwa w przyszłości. Możliwe to jest, jego zdaniem, tylko pod warunkiem wspierania tego, co autentyczne i wyjątkowe w Rosji, z jednej strony, a zwalczania wszelkich zapożyczeń i niepotrzebnego naśladownictwa, w szczególności tendencji wrogich wszystkiemu, co rosyjskie, z drugiej.

Kara-Murza jest płodnym pisarzem i publicystą, zatem po bliższym zapoznaniu się z dziełem *Cywilizacja radziecka* warto zwrócić uwagę na główne tezy pojawiające się w innych książkach lub artykułach. Są one ściśle związane z tematem oraz rozwijają twierdzenia niekiedy pobieżnie rzucone w *Cywilizacji radzieckiej*. Pod tym



względem na większą uwagę zasługuje na przykład *Manipulacja świadomością* (2000), która jest traktowana w Rosji jako podręcznik na kierunkach społecznych, w szczególności socjologii, PR oraz dziennikarstwie, kilka razy trafiała w różne rankingi popularności oraz sprzedaży książek naukowo-publicystycznych. Podobnie rozbudowany wywód i argumentację mają *Stracony rozum* (2005), traktujący o upadku myślenia racjonalnego; *Demontaż narodu* (2007) oraz jedna z ostatnich *Kryzysowa nauka o społeczeństwie* (2011). Natomiast dzieło pod tytułem *Cywilizacja radziecka* doczekało się już kilku wydań oraz uzupełnień od 2001 roku, i sam Kara-Murza uważa to dzieło za swoje najlepsze. Jak zaznaczało się w jednej z entuzjastycznych recenzji na forum internetowym, to nie tylko podręcznik czy encyklopedia (1200 stron), lecz także swoista biblia „sowietyzmu” jako wyjątkowej formy wspólnotowości cywilizacyjnej.

Kara-Murza odwołuje się do różnych źródeł intelektualnych w swojej analizie historii Rosji oraz cywilizacji radzieckiej. Wspomina między innymi XIX-wiecznego rosyjskiego socjologa i kulturologa Nikołaja Danilewskiego, autora dzieła *Rosja i Europa* (1871). W tym dziele przedstawił on jako pierwszy nieeuropocentryczną propozycję badania dziejów świata przez zastosowanie odrębnych typów historyczno-kulturowych o specyficznych stylach i rytmach zmian (lub też cywilizacji) oraz wyjaśnienia prawidłowości oraz cykliczności ich istnienia. Skłoniło to Danilewskiego do wniosków o bliskim upadku tak zwanej cywilizacji zachodniej oraz optymistycznej przyszłości młodej cywilizacji słowiańskiej na czele z Rosją. Jako pansławista idealizował cywilizację słowiańską, która jego zdaniem łączyła religijność cywilizacji hebrajskiej z artystycznością Greków, a prawodawstwo rzymskie z teutońską sztuką wojenną (Kowalska, 2012; Данилевский, 1997). Przy tym interesy cywilizacji słowiańskiej i zachodniej bardzo się różnią, co autor *Cywilizacji radzieckiej* również niejednokrotnie podkreśla, rozróżniając zbieżność ideologii a odrębność dróg cywilizacyjnych.

Odwołuje się Kara-Murza również do Pitirima Sorokina, który swego czasu krytykował w teoriach cywilizacji właściwy im brak rozdzielania zróżnicowania społecznego i różnic kulturowych, które znajdowały się na różnych płaszczyznach w społeczeństwach i tym samym

komplikowały zbyt prosty obraz cywilizacji, które Sorokin zastąpił pojęciem supersystemów kulturowych (Сорокин, 1992). Ciekawe, że po trzydziestu latach istnienia Związku Radzieckiego, który on krytykował wraz z komunizmem, Sorokin doszedł do wniosku, że „podczas konstruktywnego etapu rewolucji Rosja kontynuowała najważniejsze i podstawowe tendencje rozwojowe Rosji przedrewolucyjnej”; tym twierdzeniem Kara-Murza w jednym ze swoich esejów popiera tezę o istotnie rosyjskim charakterze komunizmu radzieckiego.

Wśród innych myślicieli, których w swoim wywodzie wspomina Kara-Murza, a którzy, tak czy inaczej, przyczynili się do badań cywilizacji i kultury Rosji, są XIX-wieczni prawosławni filozofowie, tacy jak Władimir Sołowjow, Konstantin Leontjew, oraz późniejsi myśliciele – Nikołaj Bierdiajew oraz Lew Gumilow, również ekonomiści i socjologowie, tacy jak Aleksander Czajanow oraz Max Weber. We współczesnej Rosji jest niemało myślicieli i uczonych, którzy podejmują podobną problematykę w podobnej orientacji, na przykład Andriej Fursow (koncepcja komunizmu historycznego oraz znaczenie radzieckiej elity korporacyjnej ukształtowanej na wzór zachodniej dla upadku ZSRR), Oleg Platonow (cywilizacja rosyjska w antyzachodnim nurcie rosyjskiej myśli społecznej) wraz z całą plejadą starszych przedstawicieli euroazjatyzmu (Фурсов, 2010; Umland, 2007; Stachurska-Geller, 2008, Основы евразийства, 2002).

Swoje pobudki do tak szczegółowego opisu i analizy cywilizacji radzieckiej opisuje Kara-Murza w wielu miejscach w swoich dziełach, nie tylko na przykład we wstępie *Cywilizacji radzieckiej* czy zbioru esejów *Pytania do wodzów*, lecz także na przykład publicznie na stronie internetowej w postaci tak zwanego *credo*. Opisać wszystko w najdrobniejszych szczegółach jako kronikarz, świadek i po części profeta oraz zrozumieć tę cywilizację opartą na zasadach solidarności i współpracy, cywilizację, która udowodniła, jego zdaniem, możliwość życia bez podziału na wybranych i wykluczonych w „ramach jednej rodziny, w symfonii narodów”, Kara-Murza postanowił zatem przede wszystkim dla niej samej (Кара-Мурза, 2011, s. 7). Stwierdza, że nie zamierza nikogo przekonywać czy prowadzić do czegokolwiek, zajął się bowiem cywilizacją radziecką „z miłości do ustroju” (Кара-Мурза, 2011, s. 8). Cywilizacja ta została znisz-

czona, zmienione zostały jej podstawy, typ gospodarowania i relacji międzyludzkich bez względu na całe to dobro, jak twierdzi Kara-Murza, która ona przyniosła czy też zachowała dla potomków z czasów poprzedniego społeczeństwa tradycyjnego. Żeby to zrozumieć, szczególnie w wymiarze porównawczym, wskazał on na trzy typy literatury pomocnej w tym zakresie, autorstwa tych, którzy analizowali społeczeństwo zachodnie jako wzorzec dla „nas”; tych, którzy zrozumieli i odrzucili tak zwany eurocentryzm oraz docenili różnorodność cywilizacji oraz tych, którzy również przeszli ciężkie kryzysy i choroby społeczeństwa, szczególnie jeśli sami obserwowali upadek podstaw cywilizacyjnych.

Dlaczego cywilizacja radziecka była taka wyjątkowa? I dlaczego źródła zniszczenia autor lokuje poza nią samą? We wspomnianej dychotomii niewątpliwie duże znaczenie ma pojęcie używane przez autora w przeróżnych kontekstach i argumentacjach – europocentryzm (Kapa-Mypza, 2011, s. 1008–1014). Ciekawe, że pojęcia „cywilizacja” i „cywilizowany” Kara-Murza czasem używa w cudzysłowie, robiąc to w kontekście krytycznym wobec cywilizacji zachodniej, na przykład w odniesieniu do polityki wobec biednych, wspieranie bezdusznych zasad rynkowych kosztem ludzi umierających z głodu czy chorób, też jako barwny kontrast do podobnych okoliczności i problemów z sukcesem rozwiązanych w Związku Radzieckim. Podobnie charakteryzował upadek Związku Radzieckiego, widziany przez liberalnych ideologów jako powrót do cywilizacji w cudzysłowie (Kapa-Mypza, 2011, s. 1071).

Kara-Murza w swoim obszernym dziele nie odwołuje się do teoretyków pojęcia cywilizacji. Wspomina tylko Fernanda Braudela w kontekście swojej krytyki eurocentryzmu, odwołując się do jego badań nad kapitalizmem i kolonializmem w *Strukturach codzienności*. Warto jednak w tym momencie wspomnieć koncepcję cywilizacji w rozumieniu Szkoły „Annales”, szczególnie w odniesieniu do pojęcia imitacji czy też naśladowania. Teoretyczną kategorią to pojęcie stało się właśnie dzięki Fernandowi Braudelowi, jest to według jego kolegi Luciena Febvre’a „wytwór sił materialnych i moralnych, intelektualnych i religijnych, działających w danym momencie i danym kraju na świadomość ludzi” (cyt. za Szacki, 2006, s. 734). Ciekawe,

że innemu przedstawicielowi Szkoły „Annales”, Marcowi Blochowi, cywilizacja kojarzyła się między innymi z pojęciem „przemocnego wpływu naśladownictwa”, a także przenikania społecznego czy nacisku zbiorowości. Doceniony zostaje fenomen dyfuzji i wzajemnego oddziaływania oraz fakt, że istnieją cywilizacje o szerszych i węższych zakresach, które mogą na siebie się nakładać czy też krzyżować się ze sobą (Szacki, 2006, s. 735). Ich rozwój nie musi być linearny, zależy przede wszystkim od uwarunkowań geograficznych i możliwości materialnych, a różnorodne elementy składające się na cywilizację często są na różnych etapach „anachronizmu” w tym teatrze „długiego trwania” (Szacki, 2006, s. 736).

W swojej analizie genezy cywilizacji radzieckiej Kara-Murza krytykuje elementy europocentryzmu już u Lenina oraz większości ówczesnych rewolucjonistów. Zatem paradygmat marksowski został przez Lenina adaptowany – często jako wynik reakcji na bieżące wydarzenia i problemy, a nie działanie przemyślane – do głębokich uwarunkowań rosyjskich. Jak stwierdził Kara-Murza, odbywało się to wbrew ścisłemu marksizmowi, choć i w tak zwanym „języku marksizmu”, pozwalając na wykonanie „zadania politycznego” bez konfliktu ze społeczną świadomością, ale przez rozumienie istoty Rosji wiejskiej, Rosji chłopskiej i tworzenie tak zwanego „bolszewizmu rosyjskiego” (Кара-Мурза, 2011, s. 11).

W jednym z wywiadów Kara-Murza swoją odpowiedź na pytanie o najważniejsze cechy radzieckiej cywilizacji zaczyna od sposobu, w jaki rozumie istotę problemu, oraz tłumaczy, jak doszedł do tego rozumienia. Opisuje zatem postawę Innego, którego uosobieniem jest według niego szeroko rozumiany Zachód. Jest takim uosobieniem, począwszy od katolicyzmu, podczas rozłamu chrześcijaństwa przez średniowiecznych krzyżaków, w których wyobraźni miejsce Turków czy Tatarów zajęli właśnie przedstawiciele tych ziem, które później ukształtowały Rosję. Kończy europejskimi komunistami, którzy w pewnym momencie zrozumieli odrębność i całą specyfikę cywilizacyjną Związku Radzieckiego mimo podobieństwa ideologii, szczególnie zauważwszy radziecką niechęć do naśladowania z góry ustalonych scenariuszy rewolucji światowej, określonych na Zachodzie (wideo internetowe: *События и страны. Советская цивилизация*).

W tym momencie warto przedstawić pojęcie wspólnoty, którą Kara-Murza uważa za jeden z najważniejszych elementów tradycyjnego społeczeństwa Rosji oraz całego Związku Radzieckiego mimo różnic etnicznych. Zatem wspólnota, z jednej strony, stanowi podstawę archaicznego, wiejskiego komunizmu, charakterystycznego dla terenów Imperium Rosyjskiego. Z drugiej strony, jest dla niego elementem, który jako produkt kultury nie jest ściśle związany np. z formacją, lecz stanowi specyficzny elastyczny system, wypełniony zdumiewająco bogatą treścią duchową (Kapa-Mypza, 2002; idem, 2011, s. 21). Najważniejszymi cechami wspólnoty (inne nazwy to *obszczina*, *mir*, *gmina*) jest solidarność i współpraca, i są to cechy, jak stwierdził autor, najbardziej zgodne z „naszą” (Rosjan) naturą, dostępnymi zasobami i kulturą.

We wspólnocie przejawiała się przez wiele stuleci oraz podczas istnienia Związku Radzieckiego (szczególnie w jego pierwszej fazie) ta rosyjska autentyczność, która nietrafnie zdaniem autora określa się jako „dusza rosyjska”. Nie jest to bowiem twór irracjonalny czy ponadracjonalny; jest jak najbardziej realny, choć i wymaga rozpatrywania z wewnętrznego punktu widzenia, czyli od strony subiekta. Autor *Cywilizacji radzieckiej* odrzucał naturalistyczne wytłumaczenie, nie chodziło ani o zagadkową duszę, ani naturę człowieka radzieckiego, stawiał akcent na różnice kulturowo-historyczne. Cechy te zakorzenione są w kulturze, a nie przyrodzie, zatem każdy, komu odpowiadały te podstawy życia wspólnotowego i specyficzne wartości, mógł spokojnie dołączyć do narodu rosyjskiego (Kara-Murza nawet kiedyś podkreślił tę „niesamowitą zdolność Rosjan do rusyfikacji bez przemocy”, tylko pod wpływem owych wartości). Ta samoistność i oryginalność była podstawą całej potężnej cywilizacji radzieckiej, a jej zniszczenie spowodowało upadek państwa radzieckiego i tę tragiczną sytuację w Rosji i innych krajach postradzieckich, jaką głęboko krytykuje Kara-Murza w swoich pracach, esejach i artykułach. Pierwszym zjawiskiem, które zostało zaimportowane na tereny rosyjskie zgodnie z ideami europocentryzmu, jak stwierdził Kara-Murza, był kapitalizm. Europocentryzm zatem polegał na tym, że odrzucał istnienie innych zdolnych do przetrwania cywilizacji poza cywilizacją Zachodu.

Inaczej mówiąc, Rosja musi przejść tę samą drogę, którą przeszedł Zachód (Кара-Мурза, 2011, s. 12).

Według europocentryzmu na przełomie XIX–XX wieku Rosja była zacofana, pełna pańszczyzny i azjatyizmu, choć i starała się nadrobić stracone lata lub stulecia. Jako alternatywę opartą na wyjątkowości Kara-Murza przedstawia idee ekonomistów-narodowców, którzy rozwijali koncepcję „nieimitującej” drogi rozwoju w oparciu o gospodarstwa chłopskie, taki „wspólnotowo-państwowy socjalizm”, który czerpie siłę i moc z autentyczności rosyjskiej drogi cywilizacyjnej (Кара-Мурза, 2011, s. 13). Wszyscy ci, którzy pragnęli zaszczerpić tutaj kapitalizm, chcieli przede wszystkim zniszczyć istotę lokalnej wiejskiej, chłopskiej wspólnoty. Pod tym względem różni się na przykład od wspomnianego w części pierwszej Veblena z jego koncepcją zapożyczeń kulturowych, których pozytywną stroną był właśnie brak obciążenia wszelkimi „ideami mistycznymi”, brak żalu za przestarzałymi innowacjami kultury źródłowej. Jak stwierdził w swojej analizie rozwoju cesarstwa niemieckiego: „innowacje techniczne oraz wytwory instytucjonalnej natury w wielu przypadkach osiągają najwyższą użyteczność wyłącznie u innych społeczności i innych ludów niż te, którym zawdzięczają powstanie i początkowy sukces” (cyt. Ritzer, 2004, s. 228). Oczywiście, kultura zapożyczająca może napotkać problemy, i to w stopniu, który może spowodować duże szkody wynikające z adaptacji innowacji, tak „kolosalnej”, i załamania się zapożyczającej kultury.

Wspomniana sytuacja wspólnoty wiejskiej nie była wyjątkowa tylko dla terenów rosyjskich. Wyznaje to i akcentuje sam Kara-Murza. Doświadczenie różnych krajów Trzeciego Świata zorientowanych na rolnictwo wskazuje na wszystkie pozytywne strony specyficznego wspólnotowego życia chłopa (w gminie czy spółdzielni) bez względu na niski dochód pieniężny oraz ewentualność lepszych zarobków poza wspólnotą w ramach modernizacji całego społeczeństwa. Później Kara-Murza stwierdził, że gospodarstwa chłopskie są w zasadzie bardziej wydajne i gospodarne niż farmy kapitalistyczne, właśnie ze względu na specyficzną kulturę czy wręcz wrodzoną intuicję ekologiczną, ponieważ „dla chłopa ziemia to życie, a dla właściciela to tylko dochód” (Кара-Мурза, 2011, s. 23, 26).

Kara-Murza cytuje również wiele konserwatywnych rosyjskich myślicieli XIX wieku, którzy uważali, że ze wspólnoty może się rozwinąć „cały świat obywatelski”. Uważali również, że za jej pomocą Rosja wejdzie naturalnie do procesów uprzemysłowienia bez utraty autentyczności oraz popadania w zależność od Zachodu (Кара-Мурза, 2011, s. 21). Kara-Murza upatruje w wielu elementach życia nie tylko wiejskiego, ale i miejskiego w Związku Radzieckim potężne oddziaływanie wspólnoty i jej zasad działania, czym na przykład tłumaczy efektywność drastycznej industrializacji po okresie masowej kolektywizacji w latach 30. XX wieku. Reasumując, Kara-Murza jest przekonany, że Rosja to najważniejsza skarbnica cywilizacji chłopskiej, a w obecnych czasach tylko gospodarstwo zorganizowane w sposób chłopski, a nie farmerski, może nakarmić ludzkość, nie niszcząc przy tym środowiska. Natomiast jeżeli chodzi o wspólnotę, Kara-Murza stwierdza, że najbardziej zachowała się ona właśnie w Związku Radzieckim, kiedy „podczas rewolucji rosyjskiej, a potem poprzez stworzenie ustroju radzieckiego człowiek z wspólnotowym odczuciem świata (światopoglądem) zawładnął postępem” (Кара-Мурза, 2011, s. 49).

W swoim opisie porządku radzieckiego, jego genezy i autentyzmu, Kara-Murza cały czas trzyma się strategii porównawczej, podkreślając wielość granic, które oddzielają cywilizację radziecką od zachodniej (w mniejszym stopniu od wschodniej w postaci Chin czy Iranu). Ciekawe, że najstabilniejszym okresem cywilizacji radzieckiej jest okres piętnastu lat 1939–1953, kiedy walczyła ona z wrogiem zewnętrznym. Oczywiście wojny trwały cały czas mimo pozornego spokoju. Później cywilizacja radziecka została wciągnięta w zimną wojnę, którą Kara-Murza charakteryzuje jako ostatni etap wojny cywilizacyjnej Zachodu przeciwko Rosji, która poniosła porażkę jako państwo radzieckie (Кара-Мурза, 2011, s. 328; idem, 2007, s. 434). Oczywiście, nie oznacza to, że poza okresem zimnej wojny nie było napięć między Rosją a Zachodem, wręcz przeciwnie. Kara-Murza kpi z tych, którzy nadal wierzą w przynależność Rosji do Europy oraz jej miejsce we „wspólnym domu” czy też „społeczeństwie otwartym”, nawet bowiem ta przeciwna strona liberalna powoli zaczęła wyznawać, że Rosja i odpowiednio Związek Radziecki to odosobniona, inna

cywilizacja, która musi iść własną drogą (Кара-Мурза, 2011, s. 329). Ciekawe przy tym, że najważniejszą rolę w tej wojnie cywilizacyjnej wewnątrz kraju Kara-Murza przyznaje właśnie liberalnym intelektualistom oraz ściśle związanym z nimi niektórym członkom ówczesnej nomenklatury. Owi intelektualiści, z jednej strony, liczyli i dostawali aktywne wsparcie z Zachodu, a z drugiej, apelowali do Zachodu i jego mitu, stereotypu w masowej świadomości – szczególnie na późnym etapie pieriestrojki – jako wzorca do naśladowania.

Odrzucając europocentryczne mity o jedynie słusznej drodze rozwoju cywilizacyjnego, którą każdy naród musi przejść z mniejszymi lub większymi trudnościami i stratami, Kara-Murza w sposób podobny do teorii orientalizmu (E. Said) czy postkolonializmu podkreśla znaczenie ujęcia ludzkości jako złożonego systemu wielości kultur i cywilizacji (Said, 1978). Cywilizacja radziecka w tym systemie ma wyraźny tradycyjny charakter i poziom rozwoju technicznego i technologicznego wcale nie zmienia tego faktu (Кара-Мурза, 2011, s. 331). Uważa to za jedyną słuszną strategię badawczą tej cywilizacji bez popadania w wulgarne spekulacje psychoanalityczne o „kompleksach tyranów” czy „mistycznych tajemnicach duszy rosyjskiej”.

Typową i jednocześnie wyjątkową cechą radzieckiego społeczeństwa tradycyjnego było tak zwane soborowe pojmowanie jednostki ludzkiej jako obywatela Kosmosu, połączonego ze wszystkim na świecie, takiej istoty wspólnotowej (*zoon koinonikon*). Na tym pojęciu opiera się idea wspólnoty, więzi solidarności i jedności we wspólnocie, która w Europie zaczęła zanikać już w późnym średniowieczu. Natomiast w Rosji człowiek zawsze był, jak stwierdził Kara-Murza, ośrodkiem wielości więzi łączących go z solidarną grupą społeczną, z którą jest złączony na różnorodne sposoby (Кара-Мурза, 2011, s. 333). W kulturze zachodniej człowiek prowadzi wojnę przeciwko wszystkim, walczy o życie, jest w istocie swej krwiożerczy, wierzy również, że pochodzi od istot dzikich, podczas gdy w innych społeczeństwach wierzy się w pochodzenie Boskie człowieka.

Metodologiczny indywidualizm, rynek z jego konkurencyjnością jako metaforę życia społecznego i darwinizm społeczny cywilizacji zachodniej Kara-Murza porównuje z takimi cechami społeczeństwa tradycyjnego, jak poczucie obowiązku, miłości, troski lub nawet przy-



musu w relacjach międzyludzkich, rodzina jako metafora życia społecznego wraz z jej często irracjonalnymi wartościami tradycyjnymi, wśród których najważniejsze to miłość braterska i miłość ojcowska oraz ogólnonarodowa solidarność (Kapa-Mypza, 2011, s. 336).

W Rosji zawsze niezwykle ważna była idea „wspólnej sprawy”, która spajała jednostki społeczne w społeczeństwie, na dodatek do pewnego stałego zlepka wartości etycznych, które są wspólne dla członków tego społeczeństwa. Legitymizacja władzy w takim społeczeństwie nie leży w gestii indywidualnych wyborców, lecz polega na autorytecie monarchy jako ojca (Kapa-Mypza, 2011, s. 337). W tym zakresie najważniejszymi elementami są jedność, zgoda oraz jednomyślność. Ta ostatnia wyraża się również w kompromisach. Kompromis jest przeciwstawiany pojęciu większości jak w demokracji, niezbyt przychylnie ocenianemu przez Kara-Murzę szczególnie w wersji zachodniej. Zachodnie społeczeństwo jest dla niego społeczeństwem walki, „wojny każdego przeciw każdemu”, w którym równowaga osiąga się przy pomocy siły czy zagrożenia zastosowania owej, w odróżnieniu od harmonijnego społeczeństwa-rodziny w cywilizacji radzieckiej, dla której ważne były rozmowy i poszukiwanie zgody (Kapa-Mypza, 2011, s. 1074–1076).

Jednomyślność, zgodność wszystkich bez ani jednego wątpliwego może zaistnieć, jest przekonany Kara-Murza, tylko jeżeli decyzja jest rzeczywiście prawdziwa. Kompromis to nie racja większości, to prawda dla wszystkich. Zatem prawda zaakceptowana zbiorowo, we wspólnocie jest też niezbędnym mechanizmem legitymizacji władzy w społeczeństwie tradycyjnym, do których zalicza autor również Rosję radziecką. W tej ostatniej wszystkie wybory funkcjonowały nie jako wybory, ale raczej plebiscyt, ludzie bowiem powinni byli przyjąć i zaakceptować „linię generalną” państwa i partii, która, zdaniem Kara-Murzy, była swego rodzaju gigantycznym „okrągłym stołem” (Kapa-Mypza, 2011, s. 340).

Takie pojmowane jako *sacrum* lub też dobro wspólne państwo radzieckie autor określa jako państwo *ideokratyczne*, tylko na *sacrum* składały się mesjanistyczne „marzenia proletariatu o prawdzie i sprawiedliwości” z wyraźnym piętnem chłopskiego światopoglądu (Kapa-Mypza, 2011, s. 342). W takim systemie partia nie odgrywała

roli, jaką odgrywają partie na Zachodzie. Ona była raczej stróżem i tłumaczem dobra, jakim było państwo, stanowiła stale funkcjonujący *sobór*, gdzie odbywały się i uzgadniały się najróżniejsze interesy i wykształcały się najtrudniejsze kompromisy, zatem jedność była najwyższą wartością. Zapożyczenie konkurencyjnego systemu wielopartyjnego z Zachodu, zdaniem Kara-Murzy, nie polepszyło państwa radzieckiego, ale go fundamentalnie zmieniło od podstaw. To samo dotyczyło i sposobów działania rad składających się z „wyrazicieli władzy ludu” w porównaniu z radami czy parlamentami typu zachodniego (Kapa-Mypza, 2011, s. 344).

Dużo uwagi zarówno we wspomnianej pracy specjalistycznej, jak i w opisie poświęconym cywilizacji radzieckiej przeznaczają Kara-Murza skrytej manipulacji świadomością jako nowoczesnemu sposobowi panowania w porównaniu z sugestią czy otwartym przymusem do deklarowanych wartości w społeczeństwie tradycyjnym, w czym się przejawia jego autorytaryzm. Kara-Murza natomiast podsumowuje, że ukryta manipulacja świadomością pozbawia jednostkę ludzką wolności w dużo większym stopniu niż otwarty przymus bezpośredni (Kapa-Mypza, 2011, s. 249). Z tym również jest związane specyficzne rozumienie wolności: w liberalnym rozumieniu zachodnim to brak odpowiedzialności, w społeczeństwie tradycyjnym wolność jest ograniczona wielością zakazów wyrażonych w normach kulturowych, reglamentacjach i mitach, jest ograniczona przez pojęcie sprawiedliwości i ideały równości (Kapa-Mypza, 2011, s. 1066–1081). Jak ujął to autor, społeczeństwo i państwo tradycyjne jest „wstydlive” wobec działania opinii publicznej, a zapożyczenie zachodniego pojmowania wolności i prawa pozbawiło go tej cechy, wszystko bowiem można przecież naprawić manipulacją, a co nie jest zapisane w prawie, nie może być wymagane od swobodnej jednostki ludzkiej. Takie negatywnie oceniane procesy upatruje Kara-Murza zarówno w okresie późnego Związku Rosyjskiego, jak i we współczesnej Rosji.

Porównując komunizm i socjaldemokratów, Kara-Murza podsumowuje swoje poglądy na charakter cywilizacji radzieckiej, która wraz z rewolucją wyrosła nie ze specyficznej teorii społeczno-politycznej (m.in. marksizmu), ale z głęboko zakorzenionych idei o jednostce ludzkiej oraz wspólnocie takich jednostek, które rodzą się

z niezbywalnymi prawami wspólnotowymi. Jak stwierdził Kara-Murza, mimo wszelkich starań z człowieka radzieckiego nie zostało stworzone tak zwane indywiduum (Kapa-Myp3a, 2011, s. 358).

Kiedy takie starania się zaczęły i kto je poczynił? Oczywiście było to zamierzone oddziaływanie zewnętrzne – wśród aktorów przeciwnicy Związku Radzieckiego w zimnej wojnie oraz ich służby specjalne. Autor podkreśla na przykład siłę amerykańskiej so-wietologii jako ogromnej, dobrze wyposażonej maszyny intelektualnej, która „głęboko zbadała wszystkie wrażliwe punkty systemu radzieckiego, wszystkie słabości, przesady i stereotypy myślenia radzieckiego” (Kapa-Myp3a, 2011, s. 925). Kara-Murza dodatkowo wymienia przede wszystkim dysydentów, walczących o prawa człowieka w zachodnim rozumieniu tego słowa, oddziałujące przez różne kanały oficjalne i nieoficjalne na szersze warstwy inteligencji. Zalicza tutaj również późniejsze elity partyjne i państwowe, na które mocno oddziaływały tendencje kształtujące tak zwaną nomenklaturę biurokratyczną (Kara-Murza często cytuje np. generalnego sekretarza Andropowa, który kiedyś stwierdził, że oni „nie znali społeczeństwa, w którym żyli”). Nie odbywało się to jednak w sposób, na który wskazywali dysydenci, Kara-Murza podkreśla ciagoty tych elit do zachodniego sposobu życia i swoście rozumianej wolności, a nie rzekome totalitarne tendencje. Z tych elit wyrosli zatem „ideologowie pieriestrojki”. Najważniejsze ciosy były robione nie przeciwko nadbudowie politycznej i ideologicznej, lecz przeciwko „cywilizacyjnym podstawom egzystencji” narodów w ZSRR (Kapa-Myp3a, 2011, s. 926–927).

Wszelkie działania tych aktorów zatem były zabarwione w większym lub mniejszym stopniu europocentryzmem. Zaczęło się to w latach 60. XX wieku wraz przyjściem mniej lub bardziej spokojnego i dostatniego życia dla większej części mieszkańców miejskich, dla których obce były bieda „wojennego komunizmu” pierwszych lat porowolucyjnych, industrializacja, czasy niesamowitych oszczędności czy też katastrofa wielkiej wojny. Wśród takich osób byli głównie intelektualiści, urzędnicy, wykwalifikowani robotnicy. Głęboka modernizacja, miejski styl życia, nowe sposoby komunikacji, europejskie wykształcenie, otwarcie na Zachód były najważniejszymi przy-

czynami zmian (Кара-Мурза, 2011, s. 358). Kara-Murza odnosi się do tych licznych elementów naśladownictwa (słynnej „służalności wobec Zachodu” z radzieckiego ustawodawstwa, choć i nie nazywa tego w ten sposób) i procesów z tym związanych w sposób niezwykle krytyczny. Stwierdził, że to właśnie te działania choć nie zabiły, ale skaleczyły autentyczną radziecką Rosję wspólnotową, całą cywilizację, opartą na solidarności, więziach braterskich i pomocy wzajemnej, niszcząc przy tym państwo jako wyraziciela tych wartości.

Dzisiaj, podsumowuje autor, nikt już nie ma złudzeń co do tego, że „Rosja nigdy nie zostanie częścią Zachodu, ją tam nie wpuszczą, a i »tortu światowego« na wszystkich nie starczy” (Кара-Мурза, 2011, s. 359). I zadaje pytanie, czy takie podążanie za Zachodem, jego naśladowanie w różnych sferach, szczególnie wartości, żeby zostać częścią cywilizacji zachodniej jest dobre dla Rosji? Za takim „rózowym” wizerunkiem Zachodu i ślepym naśladowaniem nie stoją żadne poparte faktami argumenty czy głębokie analizy tragicznych losów samej Europy poza zwyczajną wiarą i marzeniem oraz „nienawiścią wobec tradycyjnego społeczeństwa Rosji” (Кара-Мурза, 2011, s. 359).

W jaki sposób takie idee mimo ich widocznej niedoskonałości mogły w społeczeństwie radzieckim się rozpowszechnić? Kara-Murza upatruje przyczyny tego właśnie w autentycznym sposobie działania opinii publicznej w Związku Radzieckim, który paradoksalnie sprzyjał efektywności np. antyradzieckich działań dysydentów. Byli oni bowiem włączeni do wielkiego i dobrze działającego systemu praktycznie ogólnonarodowej dyskusji na tematy społeczne i obywatelskie („politproswiet”, polityczna oświata). Taki system radziecki zmuszał każdego obywatela do obowiązkowego udziału w podobnych rozważaniach przez różnorodne media i instytucje.

Innym ważnym elementem tego systemu komunikowania informacji o Zachodzie i pozytywnych ocen cywilizacji zachodniej był drugi obieg, w przypadku którego, jak podsumował Kara-Murza, zadziałał najsilniej efekt owocu zakazanego, co było najważniejszym czynnikiem popularności tego rodzaju przekazu. Historycznie na terytorium Imperium Rosyjskiego, zdaniem Kara-Murzy, ukształtowała się specyficzna, alternatywna Zachodowi wyjątkowa cywilizacja, która również najpełniej przejawiała się w pierwszym okresie

istnienia Związku Radzieckiego, lecz została złamana – choć nie zniszczona ostatecznie – w rezultacie zimnej wojny oraz antyradzieckich działań całych warstw ludności, naśladującej idee i zasady cywilizacji zachodniej. W rezultacie cywilizacja radziecka poniosła porażkę na najważniejszym froncie: w autentycznej sferze duchowej, w świadomości społecznej (Кара-Мурза, 2011, s. 751).

Ciekawe, że porażka w duchowym wymiarze cywilizacyjnym, według Kara-Murzy wyrażała się również w złamaniu materialnej strony cywilizacji radzieckiej. Wśród cech charakterystycznych, które Kara-Murza wylicza jako ważne, są również rzeczy codzienne oraz całość kultury materialnej. Te rzeczy jego zdaniem miały kluczowe znaczenie dla rozwoju społeczeństwa. W ten sposób autor podkreśla ważność materialnego składnika cywilizacyjnego. W cywilizacji radzieckiej na przykład inny był charakter oświaty (zarówno pod względem teoretycznym, jak praktycznym), inne wojsko czy kolej, której korzenie sięgają oczywiście Imperium Radzieckiego, inne rozumienie produktywności gospodarki czy też podejście do konsumpcji.

Ogólnie rozważając o upadku cywilizacji radzieckiej, Kara-Murza mówi nie tylko o zdżyczeniu w sensie wartości duchowych. Ciekawe, że w pewnym momencie Kara-Murza zaczyna analizować tak zwaną psychologię Hunów, którą jego zdaniem rozwinęli ludzie postradzieccy, uwalniając się od „gnębiącej” ich cywilizacji radzieckiej i uciekając w stronę czegoś, co autor nazywa „naszym archetypem”. To się przejawiało na przykład w znaczącym wzroście przestępczości w „szalonych” latach 90. XX wieku (Кара-Мурза, 2011, s. 1025–1031). Później mówi on również o zmianach w sensie materialnym, ściśle wiążąc ten wymiar z wymiarem duchowym.

Mimo całej wagi składnika wspólnotowo-chłopskiego okazuje się, że największą porażką późnego Związku Radzieckiego i Rosji tuż po jego rozpadzie była świadoma deindustrializacja niezwykle rozwiniętego pod względem przemysłowym kraju, jakim był ZSRR. Ta deindustrializacja, zdaniem Kara-Murzy, stanowi „pełne, we wszystkich zakresach, zniszczenie kraju jako społeczeństwa cywilizowanego”, oznacza „decywilizację – utratę najważniejszych stron kultury ogólnej w całości oraz związaną z nią wszechogarniającą demodernizację (Кара-Мурза, 2011, s. 828). Przy tym podkreślając związek cywili-

zacji pod różnymi względami z Rosją przedrewolucyjną, Kara-Murza odrzuca jako propagandową i manipulacyjną wersję o powrocie do korzeni, do „jakieś innej zasadniczo rosyjskiej” cywilizacji, określając to mianem „idyllicznego wzdychania o złotym wieku i życiu na łonie natury rodem z twórczości kiepskich poetów” (Kapa-Mypza, 2011, s. 829). Nie sprowadzając postępu cywilizacyjnego tylko do sfery technicznej, Kara-Murza wraz z ważnością technicznego wymiaru tego postępu podkreśla wymiar duchowy, u podstaw bowiem każdej cywilizacji leżą określone wyobrażenia o świecie, społeczeństwie i człowieku. Natomiast jeżeli codzienny wymiar cywilizacji, czyli tak zwana możliwość zrównoważonego i godnego współistnienia w społeczeństwie ogromnych mas ludzi zostanie w jakiś sposób naruszona, nagle okazuje się, że ludzie „dziejają” również w zakresie duchowym i nawet najsolidniejsze podwaliny nie pomogą, „regres nieuchronnie prowadzi do zniszczenia moralności” (Kapa-Mypza, 2011, s. 830).

Regres w późnym Związku Radzieckim oraz we współczesnej Rosji dotyczy nie tylko różnych gałęzi przemysłu, lecz także rolnictwa, którego stan Kara-Murza scharakteryzował następująco: było to „nagle, wręcz skokowe przejście od trwałego okresu nieprzerwanej modernizacji i doskonalenia rolnictwa do jego szybkiej degradacji i archaizacji” (Kapa-Mypza, 2011, s. 884). Autor porównuje daną sytuację z sytuacją krajów kolonialnych, gdzie problemy akurat nie wynikały z niedostatków technologii. „Do konsekwencji destrukcyjnych wszędzie prowadziła inwazja Europejczyków z psychologią rynkową w środowisku chłopskim z myśleniem wspólnotowym” (Kapa-Mypza, 2011, s. 895).

Wszelkie próby reformowania rolnictwa radzieckiego, w tym szczególnie zniechęconych przez opinię publiczną kolchozów, na modłę zachodnią, wprowadzanie kapitalistycznych gospodarstw farmerskich miało niezwykle destrukcyjny, zdaniem Kara-Murzy, wpływ zarówno na stan gospodarki żywnościowej i rolnictwa, jak i ogólnie na styl życia na wsi. Jak dotkliwie skrytykował to autor, wieś rosyjska została opanowana przez przybyszy z całkowicie innej cywilizacji, którzy wyrosli na całkowicie innej ziemi i w innej kulturze (Kapa-Mypza, 2011, s. 895). A miejscowi antyradzieccy „demokraci” i „zachwyceni rynkowcy”, jak uszczypliwie na początku

XXI wieku określa Kara-Murza intelektualistów i polityków o określonych poglądach, nadal hołdują naśladowaniu. Chcą, żeby było tak „jak w Ameryce”, doktrynersko promując swoich „idolów świadomości” w prasie w postaci różnych kampanii, tłumacząc obecnie szczególnie osobom starszym „jak źle oni żyli w Związku Radzieckim, ale nie wiedzieli o tym” (Kapa-Mypza, 2011, s. 904).

Na to Kara-Murza odpowiada retorycznym pytaniem, które pojawia się praktycznie na każdej stronie jego ogromnego dzieła w postaci faktów, dokumentów, emocjonalnych wypowiedzi rodem z żywej historii, krytyki antypropagandowej i pronaukowej: „A dlaczego my w ogóle porównujemy siebie z zagranicą?” (Kapa-Mypza, 2011, s. 911).

Propaganda zdaniem Kara-Murzy zadziałała na umysły większości zwykłych ludzi zarówno przez wcześniej wspomniane otwarte kanały oficjalne, jak i zabronione, a przez to bardziej przyciągające uwagę kanały alternatywne. Przy tym to działanie przejawiało się na poziomie podstawowym, związanym z bezpieczeństwem i przetrwaniem, ale już nie w czasach krytycznych, lecz takich czasach i okolicznościach, które pozwoliły większości mieszkańców zapomnieć o głodzie czy braku dachu nad głową. Kara-Murza podkreśla i na różnych przykładach i danych statystycznych stara się udowodnić bezsensowność takich hasel, jak „niech będzie jak w Ameryce” czy „jak w Europie” (Kapa-Mypza, 2011, s. 957). Odwołuje się wręcz do podstaw cywilizacyjnych takich kardynalnie różnych światów, jak ZSRR i rozwinięty świat Zachodu, na przykład gospodarki. W ZSRR gospodarka nierynkowa stawiała bowiem za cel zadowolenie potrzeb, a rynkowa na Zachodzie niemal zawsze stawiała tylko na osiągnięciu zysku (Kapa-Mypza, 2011, s. 908).

Innym ciekawym przykładem porównywania się i późniejszej próby naśladowania jest krytyka odżywiania w Związku Radzieckim. Ten znaczący czynnik postrzegania codzienności i wdzięczny element manipulacji przejawia się, zdaniem Kara-Murzy, w uporczywej „bajce” o niedożywieniu obywateli radzieckich, deficytach, i fałszywym porównywaniu się, szczególnie w zakresie symbolicznym, w sensie wirtualnej rzeczywistości, „opakowania”, postrzegania słynnych witryn pełnych towarów, do Zachodu (Kapa-Mypza, 2011, s. 904–917). Fałsz porównywania się opartego na pytaniu „gdzie le-

piej” autor pokazuje w próbie zadania pytania „gdzie gorzej”, dobre bowiem zależy od gustu, nie ma granic, a złe ma niestety poziom krytyczny, poniżej którego, jak to ilustruje różnymi przykładami autor, na Zachodzie nastaje „głośna cisza” biedy i wykluczenia (Кара-Мурза, 2011, s. 983, 1037).

Autor demaskuje te złudzenia krytyką fatalnej sytuacji związanej z żywieniem i jakością żywności w Rosji końca XX wieku, po załamaniu cywilizacji radzieckiej i jej fundamentów gospodarczych, kiedy, jak dotkliwie podkreśla Kara-Murza, „ogrom obywateli już rzeczywiście niedożywionych pewnie chciałby wrócić do czasów radzieckich z ich głodem na obrazy” (Кара-Мурза, 2011, s. 915). Niezrozumienie, niedocenienie przez adeptów cywilizacji radzieckiej ważności świata symboli dla zwykłych ludzi stało się niestety podstawą upadku tej cywilizacji, bo obrazki „tam” były ładniejsze, niesamowicie kuszące. Zdaniem Kara-Murzy skorzystali z tych mankamentów ci, komu zależało na tym upadku. Jak wcześniej zaznaczono, wykrystalizowała się cała warstwa antyradziecka, która na mikropoziomie przy pomocy różnych instrumentów (np. kultury popularnej) oddziaływała na ogromne masy narodu. Naród w rezultacie łatwo poddał się i oddał jej na rozgrabienie swój kraj, całą cywilizację radziecką. Ludzie w pewnym momencie zaczęli się wstydić Rosji i całego tego ducha, który później się przejawiał w życiu radzieckim, zaczęli się odżegnywać od „duszy niewolniczej”, bo, jak powtarza niejeden raz Kara-Murza, zapomnieli o trudach wojennych i głodzie.

Ciekawe, że charakteryzując sytuację przełomu lat 1980–1990, Kara-Murza mówi o wartościach antyradzieckich znajdujących wyraz praktycznie w każdej warstwie społecznej. Miało to, jego zdaniem, charakter w dużym stopniu symboliczny, dyskursywny, odnosił się do tak zwanej mody ideologicznej. W rzeczywistości większość ludzi pozostawała w ramach tej kultury i tych wartości, do których się przyzwyczaiła w cywilizacji radzieckiej. Były to sprawiedliwość, solidarność, dostęp do pracy, dachu nad głową i kromki chleba z masłem, czego większość ludzi, ku swojemu zgorzeniu, została pozbawiona po upadku cywilizacji radzieckiej i przyjsciu liberalnej demokracji. Problemem było tylko to, że nie uświadomiła sobie ta „większość” skali zagrożenia oraz nie stanęła w obronie tych podsta-



wowych wartości mimo widocznego upadku utopii „zachodniej drogi” (Кара-Мурза, 2011, s. 927–931, 935).

Jedną z przyczyn upadku cywilizacji radzieckiej jest, zdaniem Kara-Murzy, rosnący w siłę w ciągu ostatnich jej dwudziestu lat proces oparty na naśladowaniu idealistycznych, utopijnych, romantycznych wzorców zachodnich, ponieważ „wyrósł i zaczął dominować rozpieszczony człowiek »kultury masowej«” (Кара-Мурза, 2011, s. 958). Takie „rozpieszczenie” szczególnie młodzieży, zdaniem autora, było niestety podstawą rozwoju mimo że powierzchownych, ale bardzo aktywnych postaw antyradzieckich (Кара-Мурза, 2011, s. 971). Kara-Murza przedstawia całą listę złudzeń dotyczących tak zwanej utopii Zachodu jako wzorca dla naśladowania. Wśród nich są na przykład popularność takiego rozwiązania zastępującego gospodarkę planową i własność państwową jak prywatyzacja z akcentem na rolę kapitału akcjonariuszy (Кара-Мурза, 2011, s. 985).

Podobną rolę odgrywało przekonanie o wyższej produktywności prywatnych przedsiębiorstw i pracowników, w nich zatrudnionych. Niekiedy w świadomości stawały się popularnymi paradoksalne przekonania, które wynikały często z niezrozumienia tej wyjątkowości cywilizacyjnej, którą podkreśla autor i która pozwoliła jej z sukcesem przetrwać we względnej izolacji. Zatem Związek Radziecki miał naśladować lepsze elementy ze społeczeństwa zachodniego, próbując „dogonić Zachód”, poprawiając wszelkie możliwe błędy, Zachód bowiem już teraz zbudował prawdziwy socjalizm, póki naród radziecki walczył z trudami stalinowskiej industrializacji i kolektywizacji (Кара-Мурза, 2011, s. 1073). Niezbędne były również abstrakcyjne czy mgliste, ale łatwe do odpowiedniego przedstawienia w masowym dyskursie medialnym pojęcia: wolności, totalitaryzmu, demokracji, społeczeństwa otwartego, obywatelskiego etc. Jak to zostało trafnie określone: wytrzymał próbę głodem, naród radziecki nie wytrzymał próby sytości, zrobił wybór na rzecz doświadczenia osobistych rozkoszy oraz odrzucił kolektywistyczne i egalitarystyczne sposoby zwalczania czy zmniejszenia cierpienia.

Cywilizacja radziecka w analizie Siergieja Kara-Murzy przedstawia się zatem jako społeczeństwo tradycyjne, z akcentem na wartości rodzinne i wspólnotowe, solidarność, sprawiedliwość, przy jedno-

czesnej jednogłośności i zgodzie co do najważniejszych fundamentów życia społecznego. W licznych faktach, statystykach, ilustracjach autor próbuje udowodnić, że wywodziła się ta cywilizacja z Rosji tradycyjnej, i poniekąd uwarunkowana była jej geopolitycznym położeniem oraz dostępnymi zasobami ludzkimi i naturalnymi. Była to cywilizacja w dużym stopniu autentyczna, wyjątkowość której wynikała właśnie z tego połączenia cech mikro- i makrospołecznych, historycznych, naturalnych i geograficznych. Do przyczyn jej upadku należy zatem pogwałcenie tej wyjątkowości, w wymiarze zarówno ideologicznym, jak i świadomościowym. Naśladowanie romantycznych wzorców zaczerpniętych z innych warunków społeczno-historycznych i nawet innych kontynentów doprowadziło do nieodwracalnych zmian w świadomości narodu cywilizacji radzieckiej, który bez oporu zaakceptował niszczące tę cywilizację decyzje i po dzień dzisiejszy nie znalazł innej godnej drogi rozwoju.

## Zakończenie

W podsumowaniu chciałabym nie tyle nawiązać do tego, co zostało w rozdziałach powiedziane, przeanalizowane i w pewien sposób zrekapitulowane, ile spróbować spojrzeć na wspomniane wątki teoretyczne i empiryczne z innej perspektywy, spróbować je zsyntezować na innej płaszczyźnie.

Inspiracją do takiego spojrzenia było najbardziej głębokie i obszerne dzieło na gruncie nauk humanistycznych w Polsce poświęcone imitacji autorstwa profesor Zofii Matosek. Ona przez wiele lat zajmowała się analizą imitacji (czy raczej *mimesis*) w ramach literaturoznawstwa, filozofii, estetyki oraz po części antropologii kulturowej (Matosek, 1997; Matosek, 1992 i inne). Chciałabym zatem spojrzeć na funkcje imitacji, które pełniła ona w rozumieniu myślicieli i teoretyków, przywołanych zarówno w niniejszej książce, jak i w ramach przykładów, które przedstawiłam po części jako ilustracje pewnych tendencji naśladowczych w życiu jednostki, na poziomie grupy społecznej czy nawet na poziomie państwa i rozwoju „cywilizacyjnego”.

W pierwszej części czytelnik miał możliwość zapoznać się z wybranymi przeze mnie koncepcjami imitacji, naśladowania i *mimesis* od Platońskiej krytyki zafalszowanej imitacji prawdziwego świata idei do Arystotelesowskiej optymistycznej wizji *mimesis* jako elementu sztuki. Jako kontynuacja tego ostatniego została przedstawiona imitacja w ujęciu Kanta obok takich innych przydatnych dla tej książki pojęć jak moda czy zawiść. Po tej wędrówce do źródeł spróbowałam oddzielnie scharakteryzować trzech myślicieli społecznych z wieków XIX i XX, których przemyślenia na temat naśladowania zostały na stałe wpisane do historii socjologii, ekonomii, antropologii i kulturoznawstwa. Do klasycznych koncepcji Gabriela Tarde’a, Thorsteina Veblena oraz René Girarda wracają również współcześni badacze z różnych dyscyplin, co świadczy o aktualności zarówno ich ogólnego dorobku, jak i przemyśleń, tak czy inaczej, dotyczących imitacji.

Odwołanie się do historii uzupełniłam w dwóch kolejnych podrozdziałach w opisie dwóch perspektyw, które wydają mi się pomocne w rozumieniu współczesnego funkcjonowania zjawiska imitacji. W perspektywie sieciowej imitacja funkcjonuje na zasadach cha-

rakterystycznych dla zaraźliwości społecznej i jest zapośredniczona przez sieć z takimi jej specyficznymi cechami, jak homofilia czy tranzytywność. W podejściu instytucjonalnym imitacja została przedstawiona z punktu widzenia organizacji, jej zmian i rozwoju z wykorzystaniem przykładów ze sfery sieciowej.

W drugiej części książki, która okazała się trochę dłuższa, niż pierwotnie zakładałam, zostały przedstawione dość zróżnicowane tematy. Moim zamierzeniem było połączyć je wszystkie nicią zainteresowania zjawiskiem imitacji w życiu jednostki ludzkiej, grupy społecznej do poziomu niejako globalnego, bo cywilizacyjnego. Niewątpliwie innym ważnym wątkiem wspólnym dla kilku z tych tematów została moda. Temat mody jest naturalnie powiązany z tematem imitacji i naśladowania, zgodnie z przeważającymi poglądami wspomnianych wcześniej myślicieli na dane zagadnienia.

Dodatkowym, moim zdaniem, jednak niezwykle ważnym elementem, którego nie chciałam pominąć, trzymając się rygorystycznie tematyki imitacyjnej, był wątek zróżnicowania, rozwarstwienia czy też wykluczenia społecznego. Przejawiał się prawie w każdym z tematów od mody, która, tak czy inaczej, nawiązuje do bogactwa i biedy, do ponowoczesnej walki z wykluczającym imitacyjnym dyktatem mody wyrażającej się w podróbkach modnych marek. Temat rozwarstwienia, porównywania się oraz naśladowania głęboko przenikał dwa wątki historyczno-porównawcze, których zbadania podjęłam się ze względu na własne doświadczenie biograficzne oraz hobby, jakim jest kinematografia radziecka. Połączenie analizy zjawiska społeczno-kulturowego, jakim jest imitacja, z badaniami etnograficzno-historycznymi stworzyły, moim zdaniem, godny uwagi przykład na tle polskiej humanistyki.

Dzięki zaangażowaniu w dydaktykę w zakresie socjologii wychowania oraz inspiracjom studentów pedagogiki dwa podrozdziały poświęciłam takiemu zagadnieniu jak naśladowanie wśród dzieci i młodzieży w sytuacjach zarówno szkolno-wychowawczych (plagiat i piractwo), jak i w spędzaniu czasu wolnego. Możliwe, że w tej refleksji pominęłam dużo wartościowych pozycji, które mogłyby wzbogacić moje przemyślenia, lecz chciałam tylko dotknąć najważniejszych kwestii, słusznych dla ogólnego wywodu książki.

W latach 90. ubiegłego stulecia Zofia Mitosek stwierdziła, że problematyka imitacji w ramach dyscyplin jej bliskich, czyli literaturoznawstwa oraz semiologii, stała się w pewnym momencie niemodna. Ale z troską zauważyła, że nauki społeczne jednak mają wszystkie podstawy, by bliżej się przyjrzeć temu zjawisku ze względu na „współczesny pęd do adaptacji, «instynkt stada», który zdaje się opanowywać społeczeństwa masowe”. Wtedy również podkreśliła, że zarówno kino i telewizja, jak i mechanizmy polityczne i aparaty ideologiczne państwa doskonale „operują przedstawieniami mimetycznymi”, wręcz stymulując „pęd do reprodukcji”, szablonowości i naśladowczości (Mitosek, 1992, s. 32). Przejawia się w tym wszystkim jedna z najbardziej socjologicznych funkcji imitacji – adaptacyjna. Pozwala ona ludziom czuć się członkami wspólnot, kształtuje ich tożsamość społeczną, spaja społeczeństwa, dostarcza odpowiedzi na wszystkie pytania, a niezgodnych motywuje do internalizacji owych odpowiedzi i przyjęcia ich jako własnych.

Dzięki naśladowaniu jednak możemy spróbować odzwierciedlić życie, otaczający świat, przyrodę. Wtedy będzie pełniło funkcję ekspresyjną, bliższą starożytniej wizji imitacji jako fikcji. W takiej sytuacji od naśladowania i odtwórczości jest tylko jeden krok do samorealizacji i prawdziwej twórczości. Funkcja krytyczna, przedstawiana przez Mitosek jako schowana obecnie wyłącznie w sztuce, literaturze, teatrze, nie jest utracona również w życiu człowieka XXI wieku, tak ściśle związanym w technologią i siecią. Moim zdaniem, kryje się również w działaniach hakerów, którzy ujawniają swój dystans wobec naśladowanego świata, walcząc o otwarte oprogramowanie i wolność w Internecie, co ociera się również o funkcję poznawczą *mimesis*. Ostatnia, ludyczna funkcja imitacji związana jest z zabawą. Tutaj mamy do czynienia z emocjonalnym oddziaływaniem imitacji, rozrywka, światem „na niby”. Taką rolę niewątpliwie odgrywa obecnie moda i strój, którego rolą nie jest już tylko i wyłącznie wskazywanie na pochodzenie, przynależność społeczną czy stan posiadania. Przez zmianę ubioru jednostka kreuje już nie tylko swój tymczasowy wizerunek, dostosowany do okoliczności, lecz także zmienia atrybuty tożsamości, kreuje siebie, gra w teatrze życia codziennego, naśladowując innych i jednocześnie – często bezskutecznie – próbując osiągnąć stan autentyczności i niepowtarzalności.

## Literatura

- Aldridge, A. (2006). *Konsumpcja*. Warszawa: Sic!
- Anderson, Ch. (2008). *Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*. Poznań: Media Rodzina.
- Andrzejewska, A. (2012). Aktywność młodzieży w cyberprzestrzeni. W: 22. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–Media–Edukacja”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Pozyskano z: [http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty\\_2012\\_10/andrzej.pdf](http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty_2012_10/andrzej.pdf), dostępne 28.01.2017.
- Antczak, B. (2012). Poczucie bezpieczeństwa w szkole. Czy jest aż tak źle? *Journal of Modern Science*. Tom 1/12/2012, s. 151–166.
- Balasiewicz, A. (2013). Zachowania ludzi w organizacji jako wyznaczniki potrzeb komunikacyjnych. *Journal of Modern Science*. Tom 2/17/2013, s. 71–92.
- Barabási, A.-L. (2010). *Bursts: The Hidden Pattern Behind Everything We Do*. New York: Dutton.
- Barbachowska, B. (2013). Rola informacji w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami ze szczególnym uwzględnieniem informacji finansowych. *Journal of Modern Science*. Tom 2/17/2013, s. 261–282.
- Barnes, J.A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human relations*, 7: 39–58.
- Barwicka-Tylek, I. i Malczewski, J. (2009). *Historia myśli ustrojowej i społecznej*. Red. nauk. M. Jaskólski. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Batorski, D. (2011). Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych. W: J. Czapiński i T. Panek, *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, s. 299–327.
- Baudrillard, J. (1988). *Selected Writings*. Sel. and ed. by Marc Poster. Stanford University Press.
- Bendyk, E. (2012). *Rewolucja. Czas Manifestów. Bunt sieci*. Pozyskano z: <http://bendyk.blog.polityka.pl/bunt-sieci-2/bunt-sieci-manifesty>, dostępne 10.01.2017.
- Berger, A.A. (2011). Mimesis. In: Southerton, D. (ed.) *Encyclopedia of Consumer Culture*. Sage Publications.
- Beumers, B. (2009). *The History of Russian Cinema*. Berg.
- Białowąs, A. (2007). Filozoficzne aspekty wykorzystywania informacyjno-komunikacyjnych technologii w procesie kształcenia i samokształcenia.

- W: P. Drzyzga (red.). *Nowe media a tradycyjne środki przekazu*. Tychy: Maternus Media.
- Blumer, H. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*. Volume 10, Issue 3, s. 275–291.
- Borch, Ch. (2005). Urban Imitations: Tarde's Sociology Revisited. *Theory, Culture, Society* 22, s. 81–100.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Brinton, M.C. i Nee, V. (2001). *The New Institutionalism in Sociology*. Stanford University Press.
- Brodski, I. (1996). *Mowa na stadionie*. W: I. Brodski. *Pochwała nudy*. Kraków: Znak.
- Burgiel, A. (2010). Komunikacja nieformalna jako czynniki determinujący zakup produktów o zróżnicowanym ryzyku. W: Tendencje zachowań konsumentekich na regionalnym rynku. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 609: Problemy zarządzania, finansów i marketingu nr 16*. WN Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 367–280.
- Burgiel, A. (2011). Naśladownictwo jako element zachowań konsumpcyjnych współczesnych Polaków. W: J. Witek (red.). *Studia i materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą*, Bydgoszcz, s. 110–123.
- Castells, M. (2003). *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań: Rebis.
- Castells, M. (2007). *Spółeczeństwo sieci*. Warszawa: PWN.
- Cathcart, B. (2007). The social acceptability of fake goods. *The New Statesman*, July. Pozyskano z: <http://www.newstatesman.com/media/2007/07/outrage-television-dodgy-false>, dostępne 1.02.2013.
- Chaudhry, P. i Zimmerman, A. (2009). *The Economics of Counterfeit Trade. Governments, Consumers, Pirates and Intellectual Property Rights*. Berlin: Springer-Verlag.
- Christakis, N.A. i Fowler, J.H. (2011). *W sieci. Jak sieci społeczne kształtują nasze życie*. Sopot: Smak Słowa.
- Cialdini, R. (2014). *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne GWP.
- Claudia Fox, K.H. (2004). *Deliberate Self-Harm in Adolescence*. Jessica Kingsley Publishing.

- Collinson, D. (1987). *Fifty Major Philosophers. A Reference Guide*. London and New York: Routledge.
- Craik, J. (2009). *Fashion: the Key Concepts*. Berg.
- Currarini S., Jackson M.O., Pin P. (2010). Identifying the Roles of Race-Based Choice and Chance in High School Friendship Network Formation. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*. Volume 107 no. 11.
- Curry O., Dunbar Robin I.M. (2013). Do Birds of a Feather Flock Together? The Relationship between Similarity and Altruism in Social Networks. *Human Nature*. Volume 24, Issue 3, s. 336–347.
- Cztery domowe zagrożenia: wyzwania nastolatków*. Pozyskano z: <http://www.sosrodzice.pl/4-domowe-zagrozenia-wyzwania-nastolatkow>, dostępne 1.06.2013.
- Данилевский, Н.Я. (1991). *Россия и Европа*. Москва: „Книга”.
- Дашкова, Т. (2016). «Стриптиз нам не нужен, но и чересчур закрываться тоже не следует!». Трансформация института моды сквозь призму советского кинематографа 1950–1960-х гг. *Новое литературное обозрение*, nr 1. Pozyskano z: <http://magazines.russ.ru/nlo/2016/1/striptiz-nam-ne-nuzhen-no-i-chereschur-zakryvatsya-tozhe-ne-sle.html>, dostępne 15.01.2017.
- Dąbrowski, I. (2016). *Mechanizmy sprzężeń zwrotnych a równowaga i dynamika systemu ekonomicznego*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Dąbrowski, P. i Urbański, J. (2008). Wolność kultury Creative Commons na tle regulacji prawnych w Polsce. W: T. Kanash. *Spoleczno-kulturowe oddziaływanie mediów w dobie społeczeństwa sieciowego*. Mińsk Mazowiecki: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Nauk Społecznych im. Ks. Józefa Majki, s. 69–97.
- DiMaggio P.J., Powell W.W. (2006). Nowe spojrzenie na „żelazną klatkę”: instytucjonalny izomorfizm i racjonalność zbiorowa w polach organizacyjnych. W: *Współczesne teorie socjologiczne*. Wyb. i oprac. A. Jasińska-Kania, L.M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 600–612.
- DiMaggio, P.J., Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. Volume 48, Issue 2, s. 147–160.
- Дмитренко, В.П. (2000). *История России. XX век*. Москва: АСТ.
- Dobrołowicz, W. (1995). *Psychodydaktyka kreatywności*. Warszawa: Wyższa Szkoła Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej.



- Dreyfus, H.L. (2001). *On the Internet*. London and New York: Routledge.
- Drohomiński, A. (2011). Pozór jako zjawisko estetyczne. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ. Nauki Humanistyczne*, Nr specjalny 3 (2/2011). Kierunki badawcze w filozofii II.
- Dunaj, B. (1996). *Słownik współczesnego języka polskiego*. Warszawa: Wilga.
- Eco, U. (1999). *Czytanie świata*. Kraków: Znak.
- Erner, G. (2008). *Sociologie de tendances*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Featherstone, M. (2001). Koncepcje kultury konsumenckiej. W: M. Lambkin; Foxall, Gordon; van Raaji, Fred; Heilbrunn, Benoit (red.). *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*. Warszawa: PWN, s. 305–323.
- Feliksiak, M. (2011). *Opinie o przemyśle, podróbkach i pracy celników*. CBOS: Komunikat z badań.
- Fennessy, S. (2008) The Crimes of Fashion. Multiplication of Replication. *Atlanta, May*, s. 104–107.
- Ferszt-Piłat, K. (2014). Dewiacje wśród uczniów a bezpieczeństwo w szkole oraz informowanie nauczycieli. *Journal of Modern Science*. Tom 1/20/2014, s. 85–104.
- Filiciak, M., Danielewicz, M., Haława, M., Mazurek, P. i Nowotny, A. (2010). *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze* (Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS). Warszawa.
- Finkelstein, J. (2007). *The Art of Self-Invention. Image and Identity on Popular Visual Culture*. London: Tauris.
- Fleming, Ch. (2002). Mimesis and Violence – An Introduction to the Thought of Rene Girard. *Australian Religion Studies Review*, Vol. 15, no.1, s. 57–72.
- Frosch, D. (2009). School Bans Bracelet Used in Sex Game. *The New York Times*. Sept 13, [http://www.nytimes.com/2009/09/13/us/13bracelets.html?\\_r=2&](http://www.nytimes.com/2009/09/13/us/13bracelets.html?_r=2&) Internet, dostępne 15.10.2014.
- Фурсов, А. (2010). *Теоретико-методологические проблемы развития системы исторического коммунизма*. Знание. Понимание. Умение. № 1. Pozyskano z: <http://rikmosgu.ru/publications/3559/4349>, dostępne 5.12.2013.
- Gajda, J. (2009). Internet jako narzędzie wspomaganie kreatywności i innowacyjności. W: 19. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Komputer

- w edukacji”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2009/gajda.pdf>, dostępne 1.02.2013.
- Gajda, J. (2002). *Media w edukacji*. Warszawa: Wyższa Szkoła Pedagogiczna ZNP.
- Girard, R. (1987). *Kozioł ofiarny*. Łódź: Wydawnictwo Łódzkie.
- Girard, R., Oughourlian, J.-M., Lefort, G. (2003). *Things hidden since the foundation of the world*. London, New York: Continuum.
- Goban-Klas, T. (2002). *Surfowanie czy żeglowanie w cyberprzestrzeni czyli o wychowaniu człowieka medialnego i mobilnego Homo Internetus*. Pozyskano z: <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty/0037/cz0-r3.pdf>, dostępne 20.05.2013.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Goszczyńska, M. (1987). Posłowie. W: R. Girard. *Kozioł ofiarny*. Łódź: Wydawnictwo Łódzkie.
- Gregson, N. i Crewe, L. (2003). *Second Hand Cultures*. Oxford, New York: Berg.
- Guffey, E.E. (2006). *Retro. The Culture of Revival*. London: Reaktion.
- Han, Shin-Kap. (1994). Mimetic Isomorphism and Its Effect on the Audit Services Market. *Social Forces*. Volume 73, Issue 2, s. 637–663.
- Hendrykowski, M. (2011). *Film i moda*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Hennessey, W. (2009). Protection of Intellectual Property in China (30 years and more): Personal Reflection. Sixth Annual Baker Botts Lecture. Pozyskano z: <http://www.law.gwu.edu/News/20112012events/Documents/Hennessey.pdf>, dostępne 1.02.2013.
- Hennessey, W. (2004). The Role of Trademarks in Economic Development and Competitiveness. Pozyskano z: [www.aief-usa.org/ipr/workshop/presentation](http://www.aief-usa.org/ipr/workshop/presentation), dostępne 5.02.2013.
- Hensel, P. (2015). Naśladowcza strategia modernizacji – co teoria organizacji mówi o imitacji reform? *Studia socjologiczne*, 4 (219).
- Hermanson, T. (2012). Poverty and Power: Second-Hand Clothes as Protest. Pozyskano z: <http://www.threadforthought.net/2012/04/11/poverty-power-secondhand-clothes-protest>, dostępne 1.02.2013.
- Hojnacki, L. (2011). Szkoła wobec nowych technologii – między szansą a zagrożeniem. W: 21. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–Media–Edukacja”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej

- w Krakowie. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2011/referaty2011/hojnacki.pdf>, dostępne 25.05.2013.
- Januszkiewicz, M. (2002). O pojęciu mimesis w poetyce Arystotelesa. *Sztuka i Filozofia* 21, s. 137–152.
- Jenkins, H. (2007). *Kultura konwergencji*. Warszawa: WAIP.
- Jeran, A. (2004). Mit Internetu jako miejsca poszukiwania informacji. W: *Spoleczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?* T. Kraków: BG AGH, s. 213–221.
- Jones, M., Craddock, P.P.T. i Barker, N. (1990). *Fake?: The Art of Deception*. University of California Press.
- Jowitt, K. (1993). *The New World Disorder: the Leninist Extinction*. University of California Press.
- Kampania społeczna „Bądź oryginalna! Nie kupuj podróbek. (2012) Pozyskano z: [www.kampaniespoleczne.pl/wydarzenia,4883,rusza\\_akcja\\_badz\\_oryginalna\\_nie\\_kupuj\\_podrobek](http://www.kampaniespoleczne.pl/wydarzenia,4883,rusza_akcja_badz_oryginalna_nie_kupuj_podrobek), dostępne 20.01.2013.
- Kара-Мурза, С. (2007). *Демонтаж народа*. Москва: Алгоритм.
- Kара-Мурза, С. (2002). *Евроцентризм: эдипов комплекс интеллигенции*. (Серия: Тропы практического разума.) Москва: Алгоритм.
- Kара-Мурза, С. (2011a). *Кризисное обществоведение*. Москва: Алгоритм.
- Kара-Мурза, С. (2000). *Манипуляция сознанием*. Москва: Алгоритм.
- Kара-Мурза, С. (2005). *Потерянный разум*. Москва: Алгоритм, Эксмо.
- Kара-Мурза, С. (1997). Россия как традиционное общество. В: Заславская, Т. (ред.) *Куда идет Россия? Общее и особенное в современном развитии*. Москва. Pozyskano z: <http://ecsocman.hse.ru/data/687/679/1219/004KaraMurza.pdf>, dostępne 14.01.2017.
- Kара-Мурза, С. (2011b). *Советская цивилизация*. Москва: Алгоритм, Эксмо.
- Karwacki, A. (2007). Moda, wolność i polityka społeczna. W: T. Szlendak i K. Pietrowicz (red.). *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Berg.
- Kazubowska, U. (2009). Odpowiedzialność jednostki w świecie mediów – analiza zjawiska i sposoby jej kształtowania. W: 19. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Komputer w edukacji”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2009/kazubows.pdf>, dostępne 13.01.2017.

- Kazubowska, U. (2010). Twórczość życia codziennego w obliczu współczesnych mediów – aktualność i wyzwania przyszłości. W: 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–media–edukacja”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2010/kazubowsk.pdf>, dostępne 13.01.2017.
- Keen, A. (2007). *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*. Warszawa: WAIP.
- Kelly, D. (2011). Can you see it? Out of sight designs are the new fashion luxury. *The Globe and Mail*, 30 July.
- Kestutis, T. (2013). Adult social development in modern society. *Journal of Modern Science*. Tom 3/18/2013, s. 65–75.
- Kheraty A., Cihak J. (2012). *Katolicki przewodnik po depresji*. Kraków: Wydawnictwo M.
- Kholos Wysocki, D., Childers, Ch.D. (2011). ‘Let My Fingers Do the Talking’: Sexting and Infidelity in Cyberspace. *Sexuality & Culture*, 15 (3), s. 217–239.
- Kirby, J. (2007). Most aren’t ashamed that they fake it. *Maclean’s*. 8/13. Volume 120, Issue 31/32, s. 33–33.
- Klein, N. (2005). *No Logo*. London: Harper Perennial.
- Kołodziejczyk, W. i Polak, M. (2011). *Jak będzie zmieniać się edukacja. Wyzwania dla szkoły polskiej i ucznia*. Warszawa: Instytut Obywatelski.
- Kołodziejczyk, W. (2012). Szkoła i talent ucznia. W: 22. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–Media–Edukacja”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Pozyskano z: [http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty\\_2012\\_10/kolodzie.pdf](http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty_2012_10/kolodzie.pdf), dostępne 10.01.2017.
- Konieczniak, M. (2012). Cyfryzacja szkoły a jakość edukacji. W: 22. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–Media–Edukacja”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Pozyskano z: [http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty\\_2012\\_10/konieczn.pdf](http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty_2012_10/konieczn.pdf), dostępne 10.01.2017.
- Kowalczyk, M. (2009). Kultura uczestnictwa, wiedza kolektywna, społeczność sieciowa. A. Maj, (red.). *Amatorzy kontra profesjonalisci. Nowe formy komunikacji w kulturze współczesnej*, s. 90–94. Kraków: Wydawnictwo ExMachina.
- Kowska, A. Wybrane koncepcje badań cywilizacji. W: *Porównawcze studia cywilizacji. The Polish Journal of the Art and Culture*. N. 3 (3/2012), s. 13–54.
- Lalewicz, J. (1979). Mimetyzm formalny i problem naśladowania w komunikacji literackiej. W: Cz. Niedzielski, J. Sławiński (red.). *Tekst i fabuła*. Wrocław.

- Lessig, L. (2005). *Wolna kultura*. Warszawa: WSiP.
- Levy, A. (2008). Girl, 13, hangs herself after becoming obsessed with Emo 'suicide cult' rock band. *Mail Online*. Pozyskano z: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-564611/Girl-13-hangs-obsessed-Emo-suicide-cult-rock-band.html>, dostępne 21.05.2013.
- Li, Y., Chong, Wu, Peng, L., Wei Zh. (2012). Exploring the Characteristics of Innovation Adoption in Social Networks: Structure, Homophily, and Strategy. *Entropy*, Jul 2012. Volume 15, Issue 7, s. 2662–2678.
- Lin, N., Yi-Chieh J. (2011). *Fake Stuff: China and the Rise of Counterfeit Goods*. Routledge.
- Lin, N., Cook, K., Burt R.S. (eds.) (2001). *Social Capital. Theory and Research*. New Brunswick, London: Aldine Transaction.
- Lipovetsky, G. (1994). *The Empire of Fashion. Dressing Modern Democracy*. Princeton University Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant I. i K. Kelly. (2009). *Nowe media. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Lubina, E. (2010). Powstawanie i dynamika lokalnych społeczności internetowych. *Journal of Modern Science*. Tom 1/7/2010, s. 253–263.
- Lubina, E. (2011). Technologiczne innowacje w nauczaniu dzieci – znak czasów. *Journal of Modern Science*. Tom 2/9/2010, s. 39–48.
- Łażewski, E. (2009). Internet jako czynnik współczesnego wychowania i kształcenia. W: T. Kanash, *Spoleczno-kulturowe oddziaływanie mediów w dobie społeczeństwa sieciowego*. Mińsk Mazowiecki: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Nauk Społecznych im. Ks. Józefa Majki, s. 57–68.
- Majer, P. (2012). Istota i zakres bezpieczeństwa społecznego na początku XXI wieku. *Journal of Modern Science*. Tom 1/12/2012, s. 241–256.
- Marsden, P. (2000). Forefathers of Memetics: Gabriel Tarde and the Laws of Imitation. *Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission*, 4. Pozyskano z: [http://jom-emit.cfpm.org/2000/vol4/marsden\\_p.html](http://jom-emit.cfpm.org/2000/vol4/marsden_p.html), dostępne 20.01.2017.
- Mendez, R.C. (2012). *Leadership by Resentment: From 'Ressentiment' to Redemption*. Edward Elgar Publishing.
- Meyer, J.W., Rowan B. (2006). Organizacje zinstytucjonalizowane: struktura formalna jako mit i ceremonia. W: *Współczesne teorie socjologiczne*. Wyb. i oprac. A. Jasińska-Kania, L.M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 583–599.

- Meyer, J.W., Rowan B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, Vol. 83, s. 340–363.
- Michalak, D. (2011). Trzy krytyki modnego rozumu. W: S. Buryła, L. Gąsowska, D. Ossowska. *Mody w kulturze i literaturze popularnej*. Kraków: Universitas.
- Michalski, R. (2005). Antyczne źródła pojęcia *mimesis*. *Filo-Sofija*, nr 1 (5), s. 45–64.
- Miś, Ł., Szepski, M. (2012). *Strony internetowe ośrodków pomocy społecznej jako narzędzie komunikacji między instytucją a klientem*. Pozyskano z: <http://www.szepski.pl/publikacje/Bielsko12.pdf>, dostępne 17.01.2017.
- Mitchell Kimberley, J., Finkelhor, D., Jones, L., M., Wolak, J. (2011) Prevalence and Characteristics of Youth Sexting: A National Study. *Pediatrics* Dec 5. DOI: 10.1542/peds.2011–1730.
- Mitosek, Z. (1997). *Mimesis. Zjawisko i problem*. Warszawa: PWN.
- Mitosek, Z. (1992). Obszary i funkcje *mimesis*. W: Z. Mitosek (red.). *Mimesis w literaturze, kulturze i sztuce*. Warszawa: PWN.
- Moor, L. (2007). *The Rise of Brands*. Berg.
- Morand, P. (2016). *Czar Chanel*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Morbitzer, J. (2010). Szkoła w pułapce Internetu. W: 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–media–edukacja”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2010/morbitz.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Musiał, E. (2012). „Sieciowcy” a potencjał edukacyjny Sieci. W: 22. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–Media–Edukacja”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Pozyskano z: [http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty\\_2012\\_10/musial.pdf](http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty_2012_10/musial.pdf), dostępne 10.01.2017.
- Mylące lub nacechowane słowa i sformułowania, których lepiej unikać*. (2012). Pozyskano z: <http://www.gnu.org/philosophy/words-to-avoid.pl.html>, dostępne 15.01.2017.
- Mirys-Kijo, K. (2015). Kulturowe uwarunkowania mody oraz wpływ Zachodu na strój współczesnej muzułmanki. Rozprawa doktorska, Uniwersytet Łódzki. Pozyskano z: [http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/12000/dr\\_Mirys-Kijo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/12000/dr_Mirys-Kijo.pdf?sequence=1&isAllowed=y), dostępne 18.01.2017.

- Nasierowski, W. (2009). Współczesne trendy w teoriach administracji i zarządzania: ich uwarunkowania i konsekwencje. *Journal of Modern Science*. Tom 1/6/2009, s. 351–384.
- Nowakowski, Z. (2010). Kreatywna szkoła to twórczy uczeń – technologie informacyjne i Internet w nauczaniu przedmiotowym. W: 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–media–edukacja”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/kttime/ref2010/nowakows.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Novikova, K. (2014). Naśladownictwo vs wyjątkowość: wybrane cechy cywilizacji radzieckiej w dziele Siergieja Kara-Murzy. *Forum Socjologiczne*. Nr 5, s. 107–122.
- Novikova, K. (2013). Networks and Social Movement Mobilization – Theoretical Framework for the Internet-based Protest and Activism Research. W: *Transformacje. Transformations – An Interdisciplinary Journal*. 3–4 (78–79), s. 109–126.
- Novikova, K. (2009). Pojęcie sieci w badaniach nad e-społeczeństwem”. W: S. Partycki. *E-gospodarka, e-społeczeństwo w Europie Środkowo-Wschodniej*. Lublin, Wydawnictwo KUL.
- Novikova, K. (2012). „Zaraźliwość społeczna”? Zdrowy styl życia w perspektywie jednostki, grupy i sieci społecznej. W: I. Michałkow (red.). *Społeczne i rekreacyjno-zdrowotne aspekty edukacji*. Warszawa: UWIMSC.
- Offe, C. (1996). *Modernity and the State*. East, West. Cambridge: The MIT Press.
- Okonkwo, U. (2007). *Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques*. Palgrave Macmillan.
- Осипова, К. (2011). Советский кинематограф и мода. *Денева*. Pozyskano z: <http://depesha.com/arts-culture/culture/soviet-fashion-in-soviet-film>, dostępne 19.01.2017.
- Основы евразийства*. Москва 2002.
- Palska, H. (2002). *Bieda i dostatek. O nowych stylach życia w Polsce końca lat dziewięćdziesiątych*. Warszawa: Wyd. IFiS PAN.
- Pawlak, M. (2013). *Organizacyjna reakcja na nowe zjawisko. Szkoły i instytucje pomocowe wobec uchodźców w Polsce po 2004 r.* Warszawa: IPSiR UW.
- Pawlak, M. i Srokowski, Ł. (2014). Instytucje i organizacje. Przekraczanie paradygmatów w badaniach nad organizacjami. W: M. Pawlak i Ł. Srokowski (red.). *Pomiędzy i wewnątrz. Instytucje, organizacje i ich działania*. Warszawa: IPSiR UW.

- Peters, R.J. Jr., Kelder, S.H., Markham Ch.M., Yacoubian, G.S. Jr., Peters, L.A., Ellis, A. (2003). "Beliefs and social norms about codeine and promethazine hydrochloride cough syrup (CPHCS) onset and perceived addiction among urban Houstonian adolescents: an addiction trend in the city of lean". *Journal of Drug Education* 33 (4): 415–25. doi:10.2190/NXJ6-U60J-XTY0-09MP. PMID 15237866.
- Phillips, T. (2007). *Knockoff. The Deadly Trade in Counterfeit Goods: the True Story of the World's Fastest Growing Crime Wave*. Kogan Page Publishers.
- Pilcher, J. (2010). What Not to Wear? Girls, Clothing and 'Showing' the Body. *Children & Society*. Volume 24, s. 461–470.
- Plagiarism: The Ctrl+C, Ctrl+V boom. (2011). *BBC News Magazine*, 2 March. Pozyskano z: <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-12613617>, dostępne 10.05.2013.
- Protecting youths from online harassment: Cyberbullying and sexting are among the risks to be aware of. *Harvard Mental Health Letter*. Sep 2011, Volume 28, Issue 3, s. 4–41.
- Przewoźniak, Ma (2006). Podróbki z bazarów namiastką luksusu. *Życie Warszawy*, 9 marca. Pozyskano z: [http://www.civitas.edu.pl/pub/mediaOnas/2006/Zycie\\_Warszawy\\_2006\\_03\\_09\\_Podrobki\\_z\\_bazarow\\_namiastka\\_luksusu\\_1\\_pdf\\_txt%5B1%5D.pdf](http://www.civitas.edu.pl/pub/mediaOnas/2006/Zycie_Warszawy_2006_03_09_Podrobki_z_bazarow_namiastka_luksusu_1_pdf_txt%5B1%5D.pdf), dostępne 19.01.2013.
- Raport MillwardBrown SMG/KRC: 10 trendów konsumenckich w Polsce* (2012). Internet: [http://www.millwardbrown.com/Libraries/Poland\\_News\\_Downloads/10trendow\\_MBSMGKRC\\_26042012.sflb.ashx](http://www.millwardbrown.com/Libraries/Poland_News_Downloads/10trendow_MBSMGKRC_26042012.sflb.ashx).
- Reinach, S.S. (2011). Four Models of Fashion Relationships. In: *Fashion Reader: Second Edition*. Berg, s. 547–550.
- Ritzer, G. (2004). *Klasyczna teoria socjologiczna*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Romejko, A. (2002–2003). Teoria mimetyczno-ofiarnicza – wprowadzenie do antropologii René Girarda. *Studia Gdańskie XV–XVI*, s. 55–64.
- Rothenbuhler, E. (2003). *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*. Kraków: WUJ.
- Rudnicka, I. (2010). Nowe media w pracy nauczyciela przedmiotów humanistycznych. W: 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–media–edukacja”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2010/rudnicka.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Said, E.W. (1978). *Orientalism. Western Conceptions of the Orient*. Routledge.



- Schoeck, H. (1966). *Envy. A Theory of Social Behaviour*. Indianapolis: Liberty Press.
- Schoeck, H. (2012). *Zawiść. Źródło agresji, destrukcji i biedy*. Warszawa: Fjorr Publishing.
- Shilling, Ch. (2010). *Socjologia ciała*. Warszawa: PWN.
- Sigva, R. (2011). *Skala postaw twórczych versus odtwórczych*. Kraków: Ministerstwo Edukacji Narodowej.
- Simmel, G. (2007). Kobieta i moda. W: G. Simmel, *Filozofia kultury*. Przekład W. Kunicki. Kraków: WUJ, s. 11–14.
- Simmel, G. (2008). Z psychologii mody. Studium socjologiczne. W: *Pisma socjologiczne*. Przekład M. Łukasiewicz. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Sobocińska A. (2009). Dzieci duszą się dla zabawy. Pozyskano z: <http://dzieci.pl/kat,1024265,title,Dzieci-dusza-sie-dla-zabawy,wid,11763898,wiadomosc.html?smgputicaid=610b5d>, dostępne 10.05.2013.
- События и страны. Советская цивилизация*. Internet: <http://vimeo.com/38007456>, dostępne 5.12.2013.
- Сорокин, П. (1992). *Человек. Цивилизация. Общество*. Москва: Политиздат.
- Stachurska-Geller, A. (2008). Koncepcja rosyjskiego euroazjatyzmu i jej współcześni kontynuatorzy. *Międzynarodowy przegląd polityczny*. Nr. 23. Pozyskano z: [http://www.mpp.org.pl/23/23\\_3.html](http://www.mpp.org.pl/23/23_3.html), dostępne 10.12.2013.
- Starzomska, M. (2013). Piętno odcisnięte na ciele: Otyłość i defekty urody w kulturze „instant”. *Journal of Modern Science*, 107–122.
- Strohmaier, H., Murphy, M., DeMatteo, D. Youth Sexting: Prevalence Rates, Driving Motivations, and the Deterrent Effect of Legal Consequences. *Sexuality Research and Social Policy*, 2014; DOI: 10.1007/s13178-014-0162-9.
- Svendsen, L. (2006). *Fashion. A Philosophy*. London: Reaktion Books.
- Swannell Sarah, Martin Graham, Krysinska Karolina, Kay Tracey, Olsson Katherine, Aung Win (2010) Cutting on-line: Self-injury and the Internet. *Advances in Mental Health*. Volume 9 Issue 2, s. 177–189.
- Szacki, J. (2006). *Historia myśli socjologiczne*. Warszawa: PWN.
- Szepski, M., Łachwa, A., Grzyb, M. (2010). *Kliknijmy do gminy – ocena serwisów internetowych urzędów gmin*. Pozyskano z: <http://www.szepski.pl/publikacje/KliknijmyDoGm2.pdf>, dostępne 10.01.2017.

- Szepski, M. (2009). *Analiza stron WWW przez pryzmat wybranych teorii komunikacji*. Pozyskano z: <http://www.szepski.pl/publikacje/KomunikacjaWWW.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Szpunar, M. (2012a). Pokolenie Ctrl-C Ctrl-V. W: 22. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–Media–Edukacja”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Pozyskano z: [http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty\\_2012\\_10/szpunar.pdf](http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/referaty_2012_10/szpunar.pdf), dostępne 10.01.2017.
- Szpunar, M. (2012b). Sexting – nowe formy ekspresji seksualności w dobie internetu i nowych technologii. Kuczyńska, A. i K. Stachura (red.). *Pomiędzy realnością i wirtualnością. Internet i nowe technologie w życiu codziennym*. Gdańsk–Warszawa: FOiAS.
- Szymański, M.S. (1987). *Twórczość i style poznawcze uczniów*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Tadeusiewicz, R. (2006). Powody stosowania komputerów w edukacji. W: 16. Ogólnopolskie sympozjum naukowe „Komputer w edukacji”, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2006/Tadeusiewicz.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Tanalski, D. (2011). Czy humaniści, etycy i moralisci są potrzebni? Czyli o potrzebie reformy pedagogiki. *Journal of Modern Science*. Tom 2/9/ /2011 s. 25–38.
- Tanaś, M. (2010). Pedagogika wobec wyzwań technologicznych współczesności. W: 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–media–edukacja”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2010/tanas.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Czyli jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Warszawa: WAIP.
- Tarde, G. (2011). *Gabriel Tarde On Communication and Social Influence: Selected Papers*. Ed. by Terry C. Clark. University of Chicago Press.
- Tatarkiewicz, W. (2011). *Dzieje sześciu pojęć*. Warszawa: PWN.
- Taleb, N.N. (2008). *Foiled by Randomness: The Hidden Role of Chance in Life and in the Markets*. Random House LLC.
- Taleb, N.N. (2016). *Zwiedzeni przez losowość. Tajemnicza rola przypadku w życiu i w rynkowej grze*. Warszawa: Kurhaus Publishing.
- Temple, J. R., Choi, H. (2014). Longitudinal Association Between Teen Sexting and Sexual Behavior. *Pediatrics*, October 6, 2014 DOI: 10.1542/peds.2014–1974.

- Tittenbrun, J. (2013). Max Weber's Economic Sociology. *Journal of Modern Science*. Tom 3/18/2013, s. 79–102.
- Turner, B.S. (2006). *The Cambridge Dictionary of Sociology*. Cambridge University Press.
- Umland, A. (2007). Alexander Dugin, the Issue of Post-Soviet Fascism, and Russian Political Dis-course Today. *Russian Analytical Digest*, nr 14. Pozyskano z: <http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/RAD-14-2-4.pdf>, dostępne 1.12.2013.
- University of Melbourne. (2011). 'Sexting' driven by peer pressure. *ScienceDaily*, September 30. Pozyskano z: [www.sciencedaily.com/releases/2011/09/110930103159.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2011/09/110930103159.htm), dostępne 10.01.2013.
- Urbańska, A. (1997). Koncepcja mimesis René Girarda. *Etnografia Polska*, t. XLI, s. 21–45.
- Veblen, T. (2008). *Teoria klasy próżniaczej*. Warszawa: Muza.
- Walker, S., Sancu, L., Temple-Smith, M. (2011). Sexting and young people. *Youth Studies Australia* 30, no. 4: 8–16.
- Wei Ran, Lo Ven Hwei. Examining sexting's effect among adolescent mobile phone users. *International Journal of Mobile Communications*, 2013; 11 (2): 176 DOI: 10.1504/IJMC.2013.052640.
- Walrave Michel, Heirman Wannes & Hallam Lara. Under pressure to sext? Applying the theory of planned behavior to adolescent sexting. *Behavior & Information Technology*, November 2013.
- Wasiolka, S. (2010). Edukacja w epoce cyfrowej. W: 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek–media–edukacja”. Pozyskano z: <http://www.up.krakow.pl/kttime/ref2010/wasiolka.pdf>, dostępne 10.01.2017.
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Volume 1. University of California Press.
- Węzowicz-Ziółkowska, D. (2010). Heterotrofizm, epidemiczność, symbiotyczność. O niektórych mechanizmach cyrkulacji treści kulturowych. W: A. Gwóźdź (red.). *Pogranicza audiowizualności*. Kraków: Universitas.
- Wójcik, M. (2011). Sieć pełna podróbek. *Interia*. Pozyskano z: <http://m.interia.pl/facet/news,nId,451214,nPack,3>, dostępne 10.05.2017.
- Волков, В. (1997). Советская цивилизация как повседневная практика. Возможности и пределы трансформации. В: Заславская, Т. (ред). *Куда идет Россия? Общее и особенное в современном развитии*. Москва. Pozyskano z: <http://ecsocman.hse.ru/data/733/679/1219/046Volkov.pdf>, dostępne 1.02.2017.

- Xiao, H. (2006). Intellectual Property Theft and Illicit Consumer Behaviour : a Psychology of Counterfeit Buying, Durham theses, Durham University. Available at Durham E-Theses Online. Pozyskano z: <http://etheses.dur.ac.uk/1803/>, dostępne 1.02.2017.
- Yeats, W.B. (1998). *Mythologies*. New York: Touchstone.
- Young Jacob, T.N. (2011). How Do They 'End Up Together'? A Social Network Analysis of Self-Control, Homophily, and Adolescent Relationships. *Journal of Quantitative Criminology*. Volume 27. Issue 3, s. 251–273.
- Yurchisin, J. i Johnson, K.K.P. (2010). *Fashion and the Consumer*. Berg.
- Zarycki, T. (2014a). *Ideologies of Eastness in Central and Eastern Europe*. London: Routledge.
- Zarycki, T. (2014b). Innowacjonizm jako legitymizacja. Dyskursy innowacji, gospodarki opartej na wiedzy, społeczeństwa informacyjnego i pokrewne w perspektywie krytycznej. *Zarządzanie publiczne*. Nr 1(27). ISSN 1898-3529 doi: 10.7366/1898352912702.
- Zarycki, T. (2009). *Peryferie. Nowe ujęcia symbolicznych zależności centroperyferyjnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Zarycki, T. (red.) (2016). *Polska jako peryferie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Zarycki, T. (2012). The Fall of the Soviet Empire as a Turning Point. In: Kukliński, A., Pawłowski, K. i Swianiewicz J. (eds.) *The Turning Points of World History: Financial and Methodological Interpretations*. Nowy Sącz, Pruszków: Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University, Rewasz Publishing House, s. 243–251.
- Zarycki, T. (2008). The Lisbon Agenda as a New Khrushchev Call. On the Relevance of the Soviet Experience of Modernization for the European Union. In: Kukliński, A. and Pawłowski, K. (esd.) *Futurology – The Challenges of the XXI Century*. Nowy Sącz, Pruszków: Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University, Rewasz Publishing House, s. 365–373.
- Zawisza, J. (2013). Przestępczość nieletnich przyczyną wykluczenia społecznego. *Journal of Modern Science*. Tom 3/18/2013, s. 153–172.
- Ziółkowski, M. (1999). O imitacyjnej modernizacji społeczeństwa polskiego. W: P. Sztompka (red.). *Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości i więzi społeczne czasów transformacji*. Warszawa, Kraków: PWN, s. 38–64.

## Źródła

Lista analizowanych filmów fabularnych produkcji ZSRR:

- „Za witryną domu towarowego”, reż. Samson Samsonow (1955)
- „Noc karnawałowa”, reż. Eldar Riazanow (1956)
- „Dziewczyna bez adresu”, reż. Eldar Riazanow (1957)
- „Kocham cię, życie”, reż. Michaił Jerszow (1960)
- „Dziewczyny”, reż. Jurij Czuliukin (1961)
- „Jest taki chłopak”, reż. Wasilij Szukszyn (1964)
- „Złodziej samochodów”, reż. Eldar Riazanow (1966)
- „Zygzak szczęścia”, reż. Eldar Riazanow (1968)
- „Brylantowa ręka”, reż. Leonid Gajdaj (1969)
- „Pieczki-ławoczki”, reż. Wasilij Szukszyn (1972)
- „Iwan Wasilewicz zmienia zawód”, reż. Leonid Gajdaj (1973)
- „Romans służbowy”, reż. Eldar Riazanow (1977)
- „Moskwa nie wierzy łzom”, reż. Władimir Mieńszow (1979–80)
- „Najbardziej czarująca i atrakcyjna”, reż. Gierald Bieżanow (1985)

