

# Mikro-makro market

## przyjemność i groza ponowoczesnego rynku

Maciej J. Dudziak

Obcym jest każdy z nas, gdy wychodzi na ulicę  
M. Schluter i D. Lee, *The R Factor*

### 1. Schulz, Geertz a antropologia codzienności. Zamiast wstępu

Bruno Schulz tak pisał o drohobyckim rynku:

W sobotnie popołudnia wychodziłem z matką na spacer. Z półmroku sieni wstępowało się od razu w słoneczną kąpiel dnia. Przechodnie, brodząc w złocie, mieli oczy zmrużone od żaru, jakby zalepione miodem, a podciągnięta do góry warga odsłaniała im dziąsła i zęby. I wszyscy brodząc w tym dniu złocistym mieli ów grymas skwaru (...) Rynek był pusty i żółty od żaru, wymieciony z kurzu gorącymi wiatrami, jak biblijna pustynia.<sup>1</sup>

Schulz nie przypadkiem sytuuje swój dom właśnie w rynku. Rynek jest bowiem istotnym – jeśli nie najważniejszym miejscem, na którym wspiera się fundament podtrzymujący całe miasto. W rynku lub w jego okolicach mają miejsce najważniejsze wydarzenia Schulzowskiej prozy, owe mityczne *bajania* i *historije*<sup>2</sup>, wyznaczające sens każdego, nawet – wydawałoby się – najbardziej banalnego zdarzenia w historii drohobyckiej agory. Oto bowiem:

Kupka obdartusów, ocalała w kącie rynku przed płomienną miotłą upału, oblegała kawałek muru, doświadczając go wciąż na nowo rzutami guzików i monet, jak gdyby z horoskopu tych metalowych krążków można było odczytać prawdziwą tajemnicę muru, porysowanego hieroglifami rys i pęknięć. Zresztą rynek był pusty. Oczekiwało się, że przed tę sień sklepioną beczkami wianiarza podjedzie w cieniu chwiejących się akacji osiołek Samarytanina, prowadzony za uźdę, a dwóch pacholków zwlecze troskliwie chorego męża z rozpalonego siodła, ażeby go po chłodnych schodach wnieść ostrożnie na pachnące szabasem piętro.<sup>3</sup>

Studiując zachowania prawdopodobnie grupy włóczęgów – zdawałoby się banalnie proste – Schulz dochodzi do interpretacji, w której z prostego faktu społecznego, jakim są owi „obdartusi”, czyni kontynuację przypowieści biblijnej. Zwykle wydarzenie z drohobyckiego rynku nabiera w tym świetle mocy mitu dziejącego się stale i ciągle. Bowiem:

Zapominamy o tym – pisze Schulz w jednym ze swych esejów – operując potocznym słowem, że są to fragmenty dawnych i wiecznych historii, że budujemy, jak barbarzyńcy, nasze domy z ułamków rzeźb i posągów bogów. Najtrzeźwiejsze nasze pojęcia i określenia są dalekimi pochodnymi mitów i dawnych historii. Nie ma ani okruszyny wśród naszych idei, która by nie pochodziła z mitologii – nie była przeobrażoną, okaleczoną, przestoczoną mitologią.<sup>4</sup>

Schulz wychodząc od zdarzeń banalnych, prostych, codziennych, przechodzi do rekonstrukcji mitycznych ciągów zdarzeń. W opisach przedmiotów, miejsc i ludzi:

... czuje się bliski odczuciom Antyku, sądzi, że swą kreację, swe fantazjowanie i snucie wywiódł z pogańskiego pojmowania życia, jak to już dla starożytnych genealogia własnego rodu pogrążała się w micie po odejściu drugiej czy trzeciej generacji, a wzrok obrócony wstecz dostrzegał historię rodziny znajdującą swe rozwiązanie w mitologii.<sup>5</sup>

Tak interpretowane codzienne zdarzenia, tkwiące swymi korzeniami w micie, lub korzystając z antropologicznego leksykonu – w kulturze, można przerwając intelektualny pomost pomiędzy postulatami antropologii interpretatywnej i tym, co Clifford Geertz nazwał opisem zagęszczonym (*thick description*)<sup>6</sup>, a *bajaniem* i *historyjami* Schulza. Różnice bazuja jedynie, jak mniemam, na stopniowości rejestrowanych wydarzeń, co znaczy, iż Geertz rozpoczyna od postulatywnej rejestracji wydarzenia, faktu kulturowego (np. walk kogutów na wyspie Bali), a kończy na skomplikowanej interpretacji owych zarejestrowanych uprzednio zdarzeń. Schulz natomiast, wykorzystując – pomimo wszystko – przywileje należne literaturze, „odrzuca” ową stopniowość akcji, koncentrując się wyłącznie na interpretacji, która u niego *sui generis* jest konstruowaniem mitu.

### 2. Dwa typy ponowoczesnego rynku

#### 2.1. Typ pierwszy: mikromarket<sup>7</sup>

Witnica jest 7-tysięcznym miasteczkiem położonym kilkanaście kilometrów od granicy z Niemcami. Ludność miasta i okolic rekrutuje się w znacznej liczbie z przesiedleńców z terenów Kresów Wschodnich II Rzeczypospolitej. Brak tu ludności autochtonicznej zarówno pochodzenia polskiego, jak i niemieckiego.

Głównym rynkiem<sup>8</sup> w liczącej blisko 20 tysięcy mieszkańców gminie są place położone w centrum miasta oraz łączące je ulice. Znaleźć tu można różnorakie sklepy w wielkiej ilości, okolicznościowe i stałe targi, na których kupić można przemycane zza wschodniej i zachodniej granicy papierosy i alkohol, spędy bydła, koni i trzody, targowiska płodów rolniczych, bary i pijalnie piwa, w których zawsze spotkać można przemytników, pijaczków i drobnych złodziei,

których osobną kategorią jest tzw. *juma*, czyli grupy „awanturnicznych” młodzieńców wyruszających za zachodnią granicę w poszukiwaniu „łupów” pochodzących z kradzieży. Wśród starych kamienic odszukać można zakłady szewskie, fryzjerskie czy trumienne, kawiarnie i cukiernie, w których obok „zwyczajowych” usług zrealizować można również zamówienie na samochód czy „spożywkę” zza rzeki. W dni odpustów, kiermaszy czy wyprzedaży kupić można poniemiecką książkę, plastikową relikwię lub najnowszej marki szwajcarski kalkulator. Z rzadka zaglądną tu stróża prawa; jest to samoregulujący się mechanizm.

Przestrzeń rynku są niejednorodnie; wypełnione ludźmi różnego pochodzenia, mającymi różne cele, poglądy, etc. Wpaść tu można na kobietę zwracającą się do każdego mężczyzny „Panie Burmistrz!”, czy na podeszłego wiekiem zbieracza żelastwa i butelek. W kątach rynku, przy ławach sklepowych nie brak drobnych pijaków i obiboków. W przyległych rynkowi szynkach i kawiarniach podłuchać można przemysłowców, *jumaków* czy miejscowych Cyganów. W samym rynku – mieszanina strojów, twarzy, języków i zapachów: obok polskiego „urzędowego”, usłyszeć można specyficzne „zabużańskie zaciąganie”, co ciekawe, nawet wśród najmłodszego pokolenia, dalej – język handlujących ukraińskich bazarowiczów, przezywany tutaj „hahłackim”, język niemieckich i duńskich turystów.<sup>9</sup>

Rynek jest miejscem, gdzie formuła *Obcy jest jedynie formalną klasyfikacją bliskości*, nie natomiast wartościującą kategorią stawiającą owych obcych w rzędzie „gorszych”, z uwagi na jedną prostą przyczynę – ekonomię, czyli zysk ze sprzedawanych towarów.

Wychodzi się „do miasta”, bo taka formuła jest przyjęta, nawet jeśli mieszka się w samym rynku, to wychodzenie do „miejsca”, wyraźnie określonego miejsca spotkania, gdzie można nie tyle być, co żyć, odnowić znajomości, zawrzeć sojusz czy transakcję. Kupowanie ma nie tylko znaczenie wprost, zaopatrzeniowe, ma też równoważne znaczenie symboliczne: „kupuje się” informacje, „kupuje się” relacje, „kupuje się” związki, sympatię, bądź antypatię, zjednuje sobie sklepikarzy, a sklepikarze zjednują sobie klienta. Podczas kupowania odbywa się swoista gra językowa powołująca do życia sferę wokół samego kupowania. Towar nabiera wartości poprzez mówienie o nim, poprzez targowanie się, niemależ „rytualne” narzekania. Mimika niezadowolenia, gesty sklepikarza – wszystko to nie ma jedynie efemerycznego charakteru, lecz podlega konwencji, bez użycia której niemożliwe byłoby kupno. Na przykład:

- Sklepikarz: Rybeńko kochana, co to dla ciebie dzisiaj?
- Kupująca: Aaa, Panie Piotrusiu, co ja tam mogę tego kupić? Za co, za te grosze, co nam dają?
- Sklepikarz: Może kupić, może kupić, u mnie prawie darmo, kochana. Co tam będzie? Dobra...
- Kupująca: Daj mi kawę, pieprz, mąkę, tak z pół kilo... Człowiek nie ma za co, nie ma za co...
- Sklepikarz: Się już robi, moja złota – mąka mała, śnieżnobiała, a jak dam kilo, się coś stanie? Nie stanie się! Dobra, jedziemy dalej!

Rynek – jest zapewne jedną z tych nie uświadamianych społecznie transzei komunikacyjnych, które zapewniają społeczności terytorialnej względną koherencję. Kontakt tu następuje „twarzą w twarz”, wszak nie sposób dostrzegać i być dostrzeganym, przecinając place i ulice ze spuszczoną głową. Z rzadka można dostrzec tutaj Benjaminowskiego *fla-*

*neura*, przemierzającego samotnie miejskie przestrzenie.<sup>10</sup> W kulturowo skonstruowaną optykę widzenia, by rzec za Emmanuelem Levinasem, „tego Drugiego”, zdaje się immanentnie wpisana zasada konieczności dostrzegania, konieczności nawiązania kontaktu z owym Drugim; nie sposób przejść przez rynek wstrzymując oddech. Próba izolowania się, spuszczenia wzroku zarezerwowana jest wyłącznie dla obcych, nie znających zasad ani wymogów tubylczego kodeksu. Chcąc żyć we wspólnocie – a nie sposób w niej nie żyć, będąc związanym relacjami i zależnościami – trzeba żyć w rynku. Rynek lub też mikromarket mogą być metaforą współczesnego – idąc w pewnym sensie tropem podrzuconym przez Michela Maffesoli – rodzącego się czy też reinkarnującego się *nowoplemienia*,<sup>11</sup> które oparte o strukturę poniekąd zachowaną, a poniekąd zdekonstruowaną biegiem ciągów historycznych, wspólnot tradycyjnych w historycznym sensie tego słowa, odnajduje, kierowane wewnętrznymi mechanizmami samoregulującymi, płaszczyznę porozumienia, na której być może (być może również na wielu innych) odbudowuje lub też *na nowo* zbuduje swoją tożsamość, opartą na regułach panujących właśnie na rynku – mikromarkecie.

W świecie zdekonstruowanych wspólnot o bogato rozwiniętej obrzędowości objawiającej się wprost kultura typu lokalnego potrzebuje budulca, by móc funkcjonować „normalnie”. Takim – być może – tworzywem jest właśnie rynek, łączący w sobie po części funkcje platońskiej agory i nowoczesnego marketu.<sup>12</sup>

Jeszcze jedna ważna uwaga: rynek mieści się w środku miasta, w jego żywo bijącym centrum.<sup>13</sup>

Jednak, jak będę chciał pokazać w drugiej części, nie zawsze rzeczywistość jest tak optymistyczna.

## 2.2. Typ drugi: makromarket<sup>14</sup>

Gorzów Wielkopolski jest dużym miastem z rozbudowaną siecią marketów, sklepów i restauracji. Od ponad dwóch lat funkcjonuje tutaj hipermarket „Hit”, jeden z pięciu tego typu centrów handlowych znajdujących się na terenie Polski i należących do niemieckiego koncernu handlowego.

Market stoi na obrzeżach miasta, jakby samym swoim położeniem zdawał się informować o swojej eksterytorialności. Ponieważ nie przynależy do nikogo lub raczej należy jest każdemu – znaczy to, iż jest niczyj, a skoro nikt nie jest tu gospodarzem, nikt nie jest postrzegany jako „swoj” lub jako „obcy”. Wszyscy jednak znajdują się w przestrzeni niczyjej, przynależnej wyłącznie stosunkom handlowym, wyłącznej hiperkonsumpcji. Rozmyciu podlega najpierwotniejsza funkcja społeczna kreująca postrzeganie świata, budująca tożsamość – antynomia: „my” i „oni”, „swoj” i „obcy”. Nikt nie przybywa tutaj dla samej przyjemności bycia, spotkania.

Ekskluzywność tego miejsca jest o tyle specyficzna, iż wejść tu może każdy, kto godzi się na pewne warunki dyktowane w tym miejscu. Są to specyficzne warunki, w których pochodzenie, przekonania, kolor skóry są nieważne i nieistotne. Na taki brak różnic godzić musi się każdy wkraczający w świat hipermarketu. Nawet najłatwiej czytelna z reguły w „ludzkiej masie”, by rzec za Benjaminem, semantyka ubioru,<sup>15</sup> pozostaje nie penetrowana przez receptory, kult jednostki sprowadzony do wymiarów absurdałnej gry, w któ-

rej wolność wyboru jednostki dyktowana jest subtelnym zniewoleniem grupy. Zresztą na jakakolwiek *inność* i tak nikt uwagi nie zwraca. Ludzie trwają w uporze dopięcia celu – z reguły – nieznanego jeszcze w momencie rozpoczęcia „ze-glugi po oceanie marketu”. W niemym zacięciu, z rzadka jedynie wymieniając zdawkowe słowa, jeśli podróż trwa w grupie, odbywa się ponura nawigacja wśród zwałów towaru. Zresztą jakakolwiek rozmowa i tak nie ma sensu; strukturalnym elementem miejsca jest hałas. Dźwięk bez źródła, ponieważ nikt go nie dostrzega. Niedostrzeganie Drugich, jak powiada Levinas, jest wpisane w kodeks jednolitego miejsca, na który godzi się każdy wraz z opłatą zezwalającą na wkroczenie w inny wymiar.

Nie sposób znaleźć tutaj osoby przybyłej, w innym niż kupowanie celu. Brak tutaj jakiegokolwiek enklawy, łamiącego jednolitość przestrzeni miejsca; wszystko podporządkowane jest jednej i jedynej funkcji – kupnu. Sprytnie usytuowane produkty, przy misternym wykorzystaniu zdobyczy socjotechniki, tętniąca, rytmiczna muzyka, komunikaty płynące z umieszczonych w całym budynku głośników informujących o bieżących wydarzeniach, promocjach poszczególnych produktów i ich usytuowaniu, dokładnie ustawione systemy kontroli w postaci licznych kamer telewizyjnych oraz wszechdobyłska ochrona łatwo dająca wyodrębnić się z tłumu – uzbrojona i czujna. Wszystko jednolite, dyskretne, subtelne. Człowiek demokratyczny nie godzi się na odbieranie wolności *wprost*, lecz chętnie i bez zastrzeżeń przeznaczają swoją wolność innym, nieznanym, bardziej niż on odpowiedzialnym za niego, a choćby i maszynom, jeśli tylko spełniają rolę ekspertów.<sup>16</sup> Czyż wielką byłoby różnicą w owym hipermarkecie, gdyby zamiast kasjerki obsługującej podliczający rachunki komputer – w imię sprawności działania – znajdowała się wyłącznie maszyna, obdarzona przez nas zaufaniem? Czyż zatem nie łatwiej zaufać maszynie?

Zaraz po wejściu przeraża ogrom przestrzeni: wiele tysięcy metrów kwadratowych w sposób totalny i całkowity oferuje zaspokojenie potrzeb każdego z odwiedzających: obok sklepów mieszczą się tu restauracje zaprojektowane w taki sposób, by szybko je opuścić, zwalniając miejsce kolejnemu klientowi lekko znużonemu koszmarem zakupów, jednakże na tyle jeszcze zdrowemu, by samodzielnie po krótkiej chwili popasania mógł opuścić zajmowane miejsce; liczy się ilość i jakość, liczy się usługa.

Wszystko sprowadzone do kupowania, brak rozmów, jedyne relacje, jakie można dostrzec, to relacja klient – towar. W świecie tym, wydawałoby się pozbawionym jakiegokolwiek posmaku irracjonalności, towar *da* je się nabierać walorów kultowych. Przedmiotem pożądania stają się nie tyle jego utylitarne cechy, ile on sam. Na myśl przychodzą jakże aktualne słowa Mircea Eliadego:

Uważam za rzecz bardzo ważną odnalezienie mitologii oraz teologii przyczajonej nawet w najbardziej nijakim życiu człowieka współczesnego; od niego tylko zależy, aby wrócił ku źródłom i na nowo odkrył głębsze znaczenie wszystkich tych wypływających obrazów i zdegradowanych mitów. I nie mówcie nam, że ta spuścizna nie już nie obchodzi współczesnego człowieka, że należy ona do „zabobonów przeszłości”, szczęśliwie zlikwidowanych przez wiek XIX, że obrazy, nostalgiczne i tęsknoty to dobre dla poetów, dzieci i prostaczków, ale – na Boga! – ludziom serio pozwólcie myśleć i „robić historię”: tego rodzaju rozdział między „poważnym życiem” a „rojeniami” nie odpowiada rzeczywisto-

ści. Człowiek współczesny może sobie lekceważyć mitologię i teologię, co nie zmienia faktu, że nadal będzie karmił się upadłymi mitami i zdegradowanymi obrazami.<sup>17</sup>

Więc...?

Nie każdy może wejść na teren marketu – dopuszczeni są tylko ci, którzy są „zuniformizowani” w celu – kupnie. Brak tu wszelkich „obcych” (pijaczków, obnośnych handlarzy, żebraków), czyli wszystkich łamiących konwencję miejsca.

Przebieg marketu jest zuniformizowany i jednorodny; przekłada się w jednorodną wspólnotę jednoczącą się i zorganizowaną podług przestrzeni zajmowanej. Obcym jest każdy (tak jak każdy jest „swoim”), nawet z rzadka spotykani znajomi zdają się wymieniać poza spojrzeniami jedynie – w najwyższej konieczności – przelotne i nic nie mówiące pozdrowienia, po czym z pośpiechem oddalają się, wtapiając pomiędzy zwały towarów, jak powiada Alicja Kuczyńska:

Miejsce dialogu werbalnego zajmuje milczenie, błysk, moment, wspólnota rozumienia, wymiana rzeczywistości na fikcję, ale nie na odwrót: nie napięcie, ani emocje.<sup>18</sup>

Spojrzenia powoli przyzwyczajają się do niedostrzegania, już nie obcych, ponieważ ich brak, lecz Drugich. Przechodnie stają się po chwili jedynie tłem, czasem przeszkodą, którą należy wyminąć lub w najgorszym wypadku zmienić transej drogi; stają się jeszcze jednym towarem, który można – jeśli ochota – dowoli, aczkolwiek ostrożnie, oglądać.

Wszystkich ogarnia namiętność kupowania, słodka rozkosz nabywania, bachanalia odbywane w szeleście setek stóp. Brak tutaj jakkolwiek określonego centrum. Można chodzić po swoich śladach, które jednak po chwili zostają zmyte przez kolejnych nieznanym. Przebywanie w markecie nacechowane jest – nawet pomimo częstych odwiedzin – efemerycznością. Miejsce to nie toleruje odznaczania i wyróżniania – żaden klient przybywający do marketu nigdy nie zostanie rozpoznany, bowiem anonimowość w kalkulowana jest w cenę towaru. Nie trzeba tutaj wstrzymać oddechu z przerażającą człowieka ponowoczesnego myślą, iż zostanie się rozpoznany.

Istota tego miejsca zawiera się w jego *braku*, bowiem w rzeczywistości ponowoczesnej nie ma miejsca na wypreparowane z nakładających się na siebie kontekstów znaczenia, gdyż takie, wyznaczone arbitralnie, nie istnieją w sposób trwały czy uchwytne, lecz jedynie chwilowy i jednostkowy, a etnograf, czy ktokolwiek chcący „kreślić człowieka”, korzystając z retoryki Clifforda Geertza, zawsze ze swoim opisem „przychodzi po fakcie”...

### 3. Parę wniosków

W *Ulicy Krokodyli* Bruno Schulz pisał:

Był to dystrykt przemysłowo-handlowy z podkreślonym jaskrawym charakterem trzeźwej użyteczności. Duch czasu, mechanizm ekonomiki, nie oszczędził i naszego miasta i zapuścił korzenie na skrawku jego peryferii, gdzie rozwinął się w pasożytniczą dzielnicę.

Kiedy w starym mieście panował wciąż jeszcze nocny, pokątny handel, pełen solennej ceremonialności, w tej nowej dzielnicy rozwinęły się od razu nowoczesne, trzeźwe formy komercjalizmu. Pseudoamerykanizm, zaszczerpiony na starym, zmurzałym gruncie miasta, wystrzelił tu bujną, lecz pustą i bezbarwną wegetacją tandetnej, lichej pretensjonalności.<sup>19</sup>

Jak w Schulzowskim Drohobyczu sprzed lat 80, tak i w dzisiejszej rzeczywistości końca wieku, końca tysiąclecia niemalże programowo ogłasza się koniec pewnej rzeczywistości minionej. Wiąże się to zazwyczaj z potęgującą industrializacją i komercjalizacją, z urynkowaniem *etc.* Innymi słowy: objawia się zmierzch pewnych „starych porządków”, ustępujących progresowi ludzkiego pochodzenia przez czas.<sup>20</sup> Przy okazji, wokół dwóch bastionów, czyli Postępu i Wsteczności (socjologia powiada, iż jest to *liberalizm i konserwatyzm*), organizują się grupy gotowe bronić – odpowiednio – starych/nowych porządków. Z reguły, jedni i drudzy głoszą, iż nowy „stan rzeczy” jest biegunowo odległy od starego, choć pożywką dla uprawianego przezeń ogrodu, by sparafrazować Zygmunta Baumana, jest wciąż taka sama, o takiej samej zawartości „próchna kulturowego” w glebie, a zmienne pozostają jedynie warunki pogodowe.

Niemniej, pozostaje tęsknota za czystym stanem, za *jednoznacznością*, którą jedni nazywają nostalgią, a inni tęsknotą za rajem;<sup>21</sup> są przecież jacyś „my” i jacyś „oni”...

Opisane dwa typy ponowoczesnego rynku są reprezentatywne jedynie i wyłącznie dla siebie, swego własnego kontekstu. Są to dwa przeciwległe bieguny, pomiędzy którymi istnieje morze różnorodności wzorców, przekonań, preferencji często, z pewnych punktów widzenia diametralnie przeciwnych. Rzeczywistość jest bowiem, by przywołać Stanisława Lema, o wiele bardziej skomplikowana. Nie można jej zatem wyrazić za pomocą opisu rzeczywistości według Weberowskich „stanów czystych”.

Ani więc witnickie rynki, ideowo spokrewnione z Platonską *agorą*, czy choćby z „tradycyjnym” rynkiem mieniącym się różnorodnością wzorców, będących nostalgicznym odniesieniem dla wielu badaczy-entuzjastów, nie reprezentują Całości, ani też ów hipermarket Hit, o którym rzec by moż-

na ustami Conradowskiego Marlowa z *Jądra ciemności* „*Ohyda, ohyda!*” nie reprezentuje wszystkich typów i relacji, w jakie uwikłany jest człowiek ponowoczesny.

Nie tekstualnymi jedynie bohaterami są przecież ludzie uwikłani w biegunowo odległe (zdawałoby się) systemy. Ale przecież i w owej małej, nostalgicznie nakreślonej wspólnotce stoją nieopodal dwa markety na równi odwiedzane przez tych samych ludzi, a w „dużym” mieście ludzie również „chodzą” do małych sklepików. Można by ująć sprawę, używając metafory organizmu, z którego została wypreperowana jedna tkanka; sama nie potrafi egzystować, gdyż jest tylko fragmentem jakiejś większej całości, natomiast będąc owym fragmentem, w specyficzny sposób uosabia kondycję Całości organizmu. Tak i tutaj: markety są jedynie wypreparowanym fragmentem większej Całości, który – jeśli przywrócić go życiu, swej pierwotnej konstrukcji, z której dla celów analitycznych został pobrany – rozmywa swoje (rzecz jasna!) nadawane znaczenie, po czym wtapia się na powrót w organizm.

Rzeczywistość nas okalająca bowiem podąża w wiele, często przeciwstawnych na pierwszy rzut oka, kierunków, które zderzając się ze sobą, powodują kolizje, bowiem w świecie przygodności, ironii i chwilowej solidarności kolizje należą do tych „przywilejów”, czy przywilejów, które są nieuniknione. Świat dzisiejszy to świat *mikro-* i *makro-marketów*, z których każdy może pretendować zarówno do miana pełnego przyjemności, jak i grozy, jak i obu tych rzeczy odczuwanych naraz lub osobno, przez moment, chwilę. Brak dziś światów czystych, światów wyizolowanych – są natomiast światy „w *większości*”, światy „w *przewadze*” i, jak konstatuje w wielu swych propozycjach Zygmunt Bauman, to czego nam najbardziej potrzeba, jako istotom przygodnym to – stalowe nerwy.

#### PRZYPISY

<sup>1</sup> B. Schulz, *Sierpień*, (w:) *Sklepy cynamonowe*, Warszawa 1997, s. 20

<sup>2</sup> Zob. B. Schulz, *Mityzacja rzeczywistości*, (w:) *Opowiadania. Wybór esejów i listów*, Kraków, Wydawnictwo Literackie 1973, s. 364–366

<sup>3</sup> B. Schulz, *Sierpień*, (w:) *Sklepy cynamonowe*, Warszawa 1997, s. 20

<sup>4</sup> B. Schulz, *Mityzacja rzeczywistości*, (w:) *Opowiadania. Wybór esejów i listów*, Kraków, Wydawnictwo Literackie 1973, s. 366

<sup>5</sup> B. Schulz, *Expose o książce Brunona Schulza „Sklepy cynamonowe”*, przeł. J. Ficowski, (w:) B. Schulz, *Księga listów*. Zebrał, opracował, wstępem, przypisami i aneksem opatrzył J. Ficowski, Kraków 1975, s. 177–178

<sup>6</sup> Por. C. Geertz, *The Interpretation of Cultures*, New York 1973

<sup>7</sup> Omawiany „mikromarket” znajduje się w miejscowości Witnica, położonej 23 km na zachód od Gorzowa Wlkp. – przyp. M.J.D.

<sup>8</sup> Używając terminu „rynek” mam na myśli kompleks ekonomiczno-usługowy mieszczący się w centrum miasta, którego podstawowym charakterizatorem jest geograficzne usytuowanie – przyp. M.J.D.

<sup>9</sup> W mieście znajduje się dzierżawiony przez Duńczyków ośrodek wypoczynkowy – przyp. M.J.D.

<sup>10</sup> Zob. W. Benjamin, *O kilku motywach u Baudelaire'a*, tłum. B. Surowska, „Przegląd Humanistyczny” 1970, nr 5, s. 69–84; nr 6, s. 105–117, cyt. za R. Różanowski, *Szok i przeżycie albo „odrażające przeżycie epoki industrializacji”*, (w:) *Pisanie miasta. Czytanie miasta*, (red.) A. Zeidler-Janiszewska, Poznań 1997, s. 118

<sup>11</sup> Zob. M. Maffesoli, „*Affectual*” *Post-Modernism and Megapolis*, „Threshold”, t. 4, s. 42

<sup>12</sup> Są wszak tutaj miejsca do gry w szachy – szachownice miejskie, parki, kawiarnie, w których można wypocząć do woli, bez potrzeby spoglądania na zegarek – przyp. M.J.D.

<sup>13</sup> Zob. M. Eliade, „*Nasz świat*” *znajduje się zawsze w środku*, (w:) *Sacrum, mit, historia*, PIW Warszawa 1974, s. 66–70

<sup>14</sup> Omawiany „makromarket” znajduje się w odległym od Witnicy o 23 kilometry Gorzowie Wlkp. – przyp. M.J.D.

<sup>15</sup> A. Kuczyńska, *Agora nasza powszednia*, w: *Pisanie miasta. Czytanie miasta*, red. A. Zeidler-Janiszewska, Poznań 1997, s. 162

<sup>16</sup> Zob. Z. Bauman, *Wieloznaczność sprywatyzowana*, (w:) *Wieloznaczność nowoczesna. Nowoczesna wieloznaczność*, PWN, Warszawa 1995, s. 251–260

<sup>17</sup> M. Eliade, *Wiecznotrwałość obrazów*, (w:) *Sacrum, mit, historia*, PIW Warszawa 1974, s. 26

<sup>18</sup> A. Kuczyńska, *ibidem*, s. 167

<sup>19</sup> B. Schulz, *Ulica Krokodyli*, (w:) *Sklepy cynamonowe*, Warszawa 1997, s. 77

<sup>20</sup> Ów „zmierzch starych porządków” jest charakterystyczny dla każdej epoki w dziejach człowieka. Przykładem z kręgu humanistyki jest teoria „kryzysu paradygmatu” Thomasa Kuhna, która rozciągnięta na powiedzenie Umberto Eco, iż „każda epoka ma swój postmodernizm”, mogłaby dość adekwatnie tłumaczyć „nowe i stare porządki” – przyp. M.J.D.

<sup>21</sup> W tej sprawie zob. W.J. Burszta, *Nostalgia i mit, albo o mechanizmie powrotu*, (w:) *Czytanie kultury. Pięć szkiców*, Łódź 1996, s. 80–107. M. Eliade, *Mefisto i Androgyn, czyli tajemnica pełni*, (w:) *Sacrum, mit, historia*, PIW, Warszawa 1974, s. 199–253