

## Przemiany polskiego obyczaju (ostatnie dekady)

Cezura „ostatnich dekad” wydaje się niewspółmierna w stosunku do „długiego trwania” obyczaju. Wprowadzenie tej cezury sygnalizuje wzmożone tempo zmian obyczajów, czyli ich podstawową współczesną właściwość. Wiążą się z tym zresztą kłopoty badacza kultury współczesnej, który zanim wyodrębni zjawisko, zbuduje ramę opisu, stworzy narzędzia, może w tym czasie stracić z pola widzenia przedmiot badania, gdyż on po prostu znika.

Zaproponowane tu ujęcie jest bardziej etnograficzne niż np. socjologiczne, bardziej – z konieczności – zjawiskowe niż systemowe. Wyodrębnione zjawiska chciałbym wszakże poddać interpretacji antropologicznej. Wykorzystuję dane obserwacji uczestniczącej, choć świadom jestem określonego statusu tych danych; rozpatruję raporty ogłaszane przez ośrodki badania opinii publicznej, szczególnie te, które komentowane są szeroko w mediach. Interesują mnie bowiem **potoczne obrazy społecznej wiedzy o obyczajach**. Odwołuję się również do rezultatów analizy treści systematycznie eksplorowanych od początku lat 90. ogólnopolskich dzienników oraz tzw. tygodników opinii. Dla etnografa pełnowartościowym terenem badań są dziś gazety i media elektroniczne. W potocznym odczuciu telewizja nie jest odbierana jako medium, jako środowisko przekazów, ale jako rzeczywistość sama.

W ostatnich latach wzrosło zainteresowanie obyczajem także w środowiskach akademickich. Zdanie takie może zabrzmieć zaskakująco, gdy przypomniemy sobie biblioteczki prac, głównie etnograficznych, zajmujących się po 1945 roku przemianami obyczajów, przede wszystkim na polskiej wsi, a stosunkowo rzadko w środowisku miejskim. Dziś ten nurt zainteresowań, akcentujących ujęcie **genetyczne** (regionalne przeobrażenia wzorców gościnności lub sposobów świętowania), uhistorycznił się, a jedną z wydanych ostatnio książek, nawiązujących do tej tradycji badań jest praca Andrzeja Brencza z UAM pt. *Wielkopolski rok obrzędowy*<sup>1</sup>. Atrakcyjna pod względem typograficznym książka ma istotne walory dokumentacyjne, świadomie zaadresowana jest także do odbiorców kultury popularnej.

---

<sup>1</sup> A. Brenca, *Wielkopolski rok obrzędowy. Tradycja i zmiana*, Poznań 2006.

Coraz częściej zaczynają pojawiać się u nas **typologiczne** ujęcia obyczaju rozumianego jako podsystem symboliczno-normatywny w kulturze. Ujęcia te odwołują się m.in. do szerokiego rozumienia zjawiska obyczaju, jego miejsca w systemie obiegu treści kultury. Ten rodzaj refleksji sygnalizowały w latach 70. m.in. publikacje Marcina Czerwińskiego oraz badania nad stylami życia koordynowane przez Andrzeja Sicińskiego.

W teorii badawczej ważne dziś miejsce zajmują prace z ośrodka poznańskiego, inspirowane społeczno-regulacyjną koncepcją kultury Jerzego Kmity. Myślę tu m.in. o pracach Jana Grada<sup>2</sup> i jego współpracowników. Na pograniczu badań historycznych i literaturoznawczych usytuowane są książki Barbary Jedynak, odwołujące się do ustaleń etnologów i antropologów kultury<sup>3</sup>. W ostatniej dekadzie zaznaczył się nurt badań inspirowanych pomysłami Piotra Kowalskiego i rozwijanych przez jego współpracowników w ośrodku opolskim. Można w tych pracach odczytać pewien projekt uprawiania historii kultury z mocno zaakcentowanymi regułami interpretacji antropologicznej<sup>4</sup>. Interesujący rezultat badawczy przyniosła książka Małgorzaty Szpakowskiej pt. *Chcieć i mieć. Samowiedza obyczajowa w Polsce czasu przemian*<sup>5</sup>. Szpakowska ugruntowuje termin „samowiedza obyczajowa” i bada zmianę obyczajów związanych z przemianami kulturowych ról cielesności, seksualności, małżeństwa i rodziny.

Niewątpliwie antropologizujący charakter ma, sporządzona przez krakowskich historyków, pod naukowym kierownictwem Andrzeja Chwalby, synteza pt. *Obyczaje w Polsce*<sup>6</sup>. Na uwagę zasługuje typologiczny układ zagadnień: wizja świata, rodzina i dom, stół, życie towarzyskie i rozrywki, praca, życie publiczne.

Zbliżoną do tematu moich rozważań jest książka Beaty Łaciak *Obyczajowość polska czasu transformacji, czyli wojna postu z karnawalem* (2005), w której – podobnie jak w pracy Małgorzaty Szpakowskiej – centralnymi zagadnieniami są obyczajowość małżeńsko-rodzinna, obyczajowość pracy, obyczajowość dotycząca ciała i obyczajowość świąteczna<sup>7</sup>.

<sup>2</sup> J. Grad, *Obyczaj a moralność. Próba metodologiczna uporządkowania badań dotychczasowych*, Poznań 1993.

<sup>3</sup> B. Jedynak, *Obyczaje domu polskiego w czasach niewoli 1795–1918*, Lublin 1996 oraz „*Aby potomkowie byli Polakami*”. *Z historii refleksji nad obyczajem w Oświeceniu*, Lublin 2001.

<sup>4</sup> Cykl tych publikacji otwiera praca zbiorowa pt. *Oczywisty urok biesiadowania*, P. Kowalski (red.), Wrocław 1998; Z innych prac, które ukazują się w serii „Stromata Anthropologica”, wymienię *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*, P. Kowalski, K. Leńska-Bąk, M. Sztandara (red.), Opole 2007. Zob. także: *Encyklopedia i palimpsest*, [w:] P. Kowalski, *O jednoróżcu, Wieczerniku i innych motywach mniej lub bardziej ważnych*, Kraków 2007.

<sup>5</sup> M. Szpakowska, *Chcieć i mieć. Samowiedza obyczajowa w Polsce czasu przemian*, Warszawa 2003. Zob. także: *Jak badać obyczaje?*, M. Szpakowska (red.), Warszawa 2007.

<sup>6</sup> *Obyczaje w Polsce. Od średniowiecza do czasów współczesnych*, A. Chwalba (red.), Warszawa 2004.

<sup>7</sup> B. Łaciak, *Obyczajowość polska czasu transformacji, czyli wojna postu z karnawalem*, Warszawa 2005.

Wobec bogactwa przejawów obyczaju, na którym znają się wszyscy jak na pogodzie, pragnę zarysować jedynie kulturowe ramy zmian obyczaju, mając na uwadze chociażby zdanie Antony'ego Giddensa<sup>8</sup>, iż życie codzienne w społeczeństwach tradycyjnych ma zawsze charakter moralny, czy też sąd W.G. Sumnera<sup>9</sup>, jeszcze sprzed stu laty, iż w badaniach społeczeństw z przeszłości istnieje wyraźna tendencja do utożsamiania obyczajów z całością kultury. W naszym typie społeczeństwa ponowoczesnego zmieniło się znaczenie aksjosemiotycznych operatorów modelu świata, takich jak: **tabu, grzech, honor, wina, kara, zemsta, wstyd, strach** itp. Obyczaj, jako wysoce skonwencjonalizowana praktyka symboliczno-kulturowa, traci dziś odniesienie do najważniejszych systemów normatywnych, zmienia się jego relacja z **moralnością**, która – jak twierdzi B. Jedynak – przynależy raczej do sfery światopoglądu. Coraz częściej, zamiast o obyczajach, mówi się o etosach środowiskowych, stylach życia, a także o modzie.

Nie będę w tym tekście zajmował się kwestiami, które zyskują stosunkowo największy społeczny rezonans, np. obyczajowymi wykładnikami zmiany stosunku do śmierci, stosunku do świętowania (tu dokumentacja jest najbardziej bogata); nie będę się zajmował rodziną, małżeństwem, obyczajami cielesności (traktuje się o nich m.in. w książkach M. Szpakowskiej i B. Łaciak); nie będę też podejmował, nowych (najbardziej rozpowszechnionych) obyczajów konsumpcyjnych, jak również obyczajów użytkowników internetu czy telefonu komórkowego (o folklorze społeczności komputerowych, społeczności sieci, pisze się już rozprawy doktorskie). Wszystkie te zagadnienia czekają na wstępną próbę syntezy, która pozwoli dopiero postawić problemy, kiedy wspomniane zagadnienia przestaną jawić się jako osobne.

Interesuje mnie przede wszystkim „**nowy obyczaj**” jako element dyskursu kulturowego. Stąd też, na zasadzie przykładu, zwrócę uwagę na obyczaje nowych **środowisk innowacyjnych**<sup>10</sup>, a wśród nich – obyczaje tzw. **środowisk biznesu**. Tempo i typ zmian polskiego obyczaju właśnie „**nowe obyczaje**” diagnozują najmocniej, jak się wydaje w sposób modelowy.

Termin „nowe obyczaje” i pojęcia pokrewne: „nowe stroje”, „nowe mody” przynależą do potocznego dyskursu „**zmiany społecznej**”. Tak go też będę rozumiał w tym tekście. Można wskazać w historii kultury trwałe i skonwencjonaliz-

<sup>8</sup> A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Warszawa 2001.

<sup>9</sup> W.G. Sumner, *Naturalne sposoby postępowania w gromadzie. Studium socjologicznego znaczenia praktyk życia codziennego, manier, zwyczajów, obyczajów oraz kodeksów moralnych*, Warszawa 1995.

<sup>10</sup> Nawiązuję tu do książki P. Sztompki, *Trauma wielkiej zmiany. Społeczne koszty transformacji*, Warszawa 2000. Na potrzeby tego tekstu wyróżniam dwie strategie społeczne, charakterystyczne dla rzeczywistości polskiej transformacji po roku 1989. Są to **rytuały wycofania i scenariusze sukcesu**. Omówiłem je bliżej w artykule pt. *O rytualnych formach komunikacji społecznej*, „Przegląd Humanistyczny” 2003, nr 6. Scenariusze sukcesu wpisane są w projekty życiowe „środowisk innowacyjnych”.

zowane narracje o obyczajach „dobrych i złych”, „starych i nowych”, o „psuciu” lub „upadku” obyczajów, wreszcie – charakterystyczne dla narracji tożsamości etnicznych i środowiskowych – opowieści o „obyczajach sąsiadów”<sup>11</sup>, które wtapiały się zazwyczaj w żywioł ludowego śmiechu<sup>12</sup>.

Pobudzenie samowiedzy obyczajowej towarzyszy zazwyczaj wielkim przesileniom społecznym, wojnom religijnym i etnicznym, pojawianiu się ortodoksji i separatyzmów, uznaniu innej kultury jako wzorca, wprowadzaniu obyczajów w sposób administracyjny (m.in. reformy Piotra I, socjalistyczne obyczaje i obrzędy w zakładzie pracy). Warto wreszcie wskazać, nasilające się w kulturze ponowoczesnej **„gry” z obyczajem** widoczne w przekazach reklamowych, modzie oraz eksponowaniu alternatywnych lub atrakcyjnych w danym momencie stylów życia. Globalizacja, paradoksalnie, obudziła zainteresowanie tym, co „lokalne”, obyczaje stały się „kulturami”, które konstytuują sens przekazów globalnych<sup>13</sup>.

Obok wąsko określonej, a pozostającej głównym motywem tego tekstu, problematyki „nowych obyczajów” polskich „środowisk innowacyjnych” w ostatnich dekadach, warto wskazać też inne zagadnienia szczegółowe, które są z tą problematyką skorelowane oraz mają istotną wartość diagnostyczną. Wymieniłbym tu dwie kwestie, które można uznać za rodzaj wziernika w niejawne systemy znaczeń progresywnych dziś wzorców obyczajowych. Będzie to np. **zmiana waloryzacji dni tygodnia** oraz syndrom samochodowy. Te dwie kwestie, które tylko sygnalizuję, odnoszą się nie tylko do samych zmian obyczaju, ale również przybliżają ich horyzont. W przypadku zmian waloryzacji dni tygodnia i syndromu komunikacyjnego pojawiają się pośrednio pytania o zmianę stosunku do takich uniwersaliów antropologicznych, jak czas i przestrzeń. Teoretycznie stawia te kwestie m.in. A. Giddens, a praktycznie rozważa je np. Kate Fox w pracy *Przejrzeć Anglików*<sup>14</sup>, w której przedstawia następujący porządek problemów: *Dom, Na drodze, W pracy, Rozrywka, Ubiór, Jedzenie, Seks, Obrzędy przejścia*.

\* \* \*

Zanim jeszcze przybliżę własne rozumienie obyczaju i pojęć pokrewnych, chciałbym wskazać współczesne usytuowanie **sfery obyczaju**, a dokładniej, społecznych **obrazów obyczaju** jako skonwencjonalizowanego pasma praktyk symboliczno-normatywnych we współczesnych **narracjach kulturowych**, np. mediach, publicystyce, przekazach mówionych (plotce czy pogłosce).

<sup>11</sup> J.S. Bystron, *Megalomania narodowa*, Warszawa 1985.

<sup>12</sup> Por. *Księga humoru ludowego*, J. Hajduk-Nijakowska i D. Simonides (red.), Warszawa 1982.

<sup>13</sup> Wagę procesów indygenizacji oraz kreolizacji systemów treści kulturowych podkreśla W. Kuligowski w swoim projekcie antropologii współczesności: W. Kuligowski, *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Kraków 2007. Zob. też klasyczną już pracę: A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Kraków 2005.

<sup>14</sup> K. Fox, *Przejrzeć Anglików. Ukryte zasady angielskiego zachowania*, Warszawa 2007.

Kiedy np. na przełomie lat 60. i 70. pytano o treść pojęcia „człowiek kulturalny”<sup>15</sup>, to w odpowiedziach wskazywano przede wszystkim na wiedzę, szkołę, wykształcenie, uczestnictwo w kulturze wysokiej. W połowie lat 90., jak pokazały badania OBOP-u (omawiane w prasie codziennej), akcenty rozłożone były inaczej. Na postulatowy charakter tego pojęcia składały się już wyraźnie elementy **stylu życia**, m.in. akceptacja dla odmienności bliźniego, stosowność zachowania, nieużywanie wulgaryzmów, przestrzeganie prawa i zasad moralnych. Akcentowano więc **obyczaj** jako sposób regulacji zachowań.

W 2004 roku, wg raportu Uniwersytetu Columbia, prasa amerykańska, ratując się przed coraz bardziej dotkliwą utratą czytelników, zmieniła strukturę przekazywanych treści. „Dominująca tradycyjnie publicystyka polityczna wypierana jest przez teksty obyczajowe, poświęcone stylowi życia. Materiały *lifestyle* w amerykańskich dziennikach zajmują już prawie jedną czwartą powierzchni redakcyjnej, podczas gdy polityka tylko 21 proc., sprawy krajowe 9 proc., a informacje zagraniczne tylko 7 proc.” („Gazeta Wyborcza”, 17.03.2004). W polskich dziennikach i tygodnikach mamy od początku lat 90. stałe rubryki: „styl”, „styl życia”, „obyczaje” itp. W roku 1998 zaczyna w Polsce wychodzić „Magazyn Międzynarodowy. OBYCZAJE”, wydawany przez Stowarzyszenie „Dialog i Współpraca” w Lublinie. W numerze 1 mamy m.in. tekst o Bożym Narodzeniu w Ekwadorze oraz „Vademecum współczesnej dyplomacji”, który pośrednio zwraca uwagę na uniwersalność i kodyfikację obyczaju dyplomatycznego. Obyczajowość jako to, co odróżnia etnosy, staje się paradoksalnie przestrzenią postulowanego dialogu. Tradycyjna metoda porównawcza w badaniu obyczajów i kultur zostaje zastąpiona metodami dialogowania z innością. To symptom nowego rozumienia obyczaju.

\* \* \*

**Można zaryzykować tezę, że dawny obyczaj zastępowany jest dziś przez potoczną wiedzę o obyczaju.** Podobnie zresztą jest z folklorem, którego przekaz jest strukturalnie homologiczny do obyczaju. Redukcję systemu gatunków folkloru do społecznej wiedzy o nim pokazały już w latach 60. i 70. terenowe badania Doroty Simonides. Obyczaj funkcjonuje jako wytwór i atrakcyjny towar medialny. Obyczaj traktowany jest jako „dawność” lub „inność”, posiadająca pożądany status „nowości”. A tylko to, co nieustannie nowe sprzedaje się w kulturze popularnej/konsumpcyjnej. Paradoksalnie, wysoce zmediatyzowana kultura popularna, a nie kodeksy moralne i towarzyskie, staje się macierzystym środowiskiem funkcjonowania „samowiedzy obyczajowej”. Podkreślam tu nieustannie **komunikacyjny**, w szczególności, jawnie **narracyjny** (będący atrakcyjną opowieścią), a nie tabuizowany czy sakralizowany charakter treści obyczajowych we współczesnej kulturze.

<sup>15</sup> A. Tyska, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1970.



Obyczaj jest podsystemem współczesnej kultury popularnej o wyraźnie zmediatyzowanym charakterze. Prowadzi to nierzadko do swoistych „udziwnień”. W roku 2008 wystąpił w Wielki Piątek, przed kamerami TVN, dr fizyki z Katowic, który mówił o jajku jako konstrukcji fizycznej, a nawet eksperymentował z fizycznymi właściwościami jajka. Jeszcze dziesięć, piętnaście lat temu na miejscu fizyka siedziałby etnograf lub kulturoznawca. Sylwestra spędza się modnie w specjalnym pociągu do Zakopanego, a Wigilię np. w przejściu podziemnym pod rondem Caponiera w Poznaniu. Wskazane przykłady są bardzo symptomatyczne dla przemian polskich obyczajów, których medialne obrazy stają się atrakcyjnymi wzorcami zachowań codziennych.

W czasach PRL-u obyczaj, zarówno w pracach naukowych, jak i w przekazie polityczno-propagandowym, był czymś w rodzaju przeżytku, barwnej osobliwości czasu przeszłego, był swoistym *decorum* roku obrzędowego, a ten najmocniej reprezentowany był w reliktovej „subkulturze”, czyli kulturze chłopskiej lub ludowej. Obyczaje były „do badania” przez etnografów i prezentowania w regionalnych muzeach. Ich sankcjonujące funkcje miały być zastąpione przez sankcje nowych „socjalistycznych” obyczajów. Dziś prawie każda administracja lokalna, od gminy po województwo, chciałaby mieć własne obyczaje, własne stroje regionalne i obrzędy, a nawet weselne przyśpiewki. Należy widzieć w tym przejaw budowania pamięci lokalnej i poszukiwania tożsamości/identyfikacji kulturowej, ale też rozprzestrzeniane społeczne „obrazy” obyczaju można wpisać w potężniejące dziś procesy teatralizacji i karnawalizacji kultury<sup>16</sup>.

\* \* \*

Dominacja medialnych „obrazów” obyczaju oraz „opowieści o obyczajach”, opowieści bez istotniejszych zobowiązań i sankcji społecznych (np. w tabloidach), jest dziś oznaką radykalnych przewartościowań roli obyczaju. Obyczaj, który był integralnym zjawiskiem społecznym, posiadał siłę **performatywną**, był waloryzowany przez mit, obrzęd i religię, a zarazem posiadał widowiskowy koloryt, dziś uległ dekonfiguracji. To, co performatywne, co reguluje i sankcjonuje zachowania, zdaje się rozchodzić z tym, co – mówiąc najogólniej – widowiskowe, skarnawalizowane i charakteryzujące się wzmoczoną semiotycznością.

<sup>16</sup> Z coraz liczniejszych polskich prac na ten temat wymienię m.in.: *Teoria karnawalizacji. Konteksty i interpretacje*, A. Stoff i A. Skubaczewska-Pniewska (red.), Toruń 2000; *Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze*, J. Grad i H. Mamzer (red.), Poznań 2004; *Ludyczny wymiar kultury*, J. Grad i H. Mamzer (red.), Poznań 2004; W. Dudzik, *Karnawały w kulturze*, Warszawa 2005; *Humor i karnawalizacja w komunikacji językowej*, J. Mazur i M. Rumińska (red.), Lublin 2007. Zbliżoną problematykę odnajdziemy m.in. w pracach: T. Szlendak, *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wrocław 2004 oraz A. Skórzyńska, *Teatr jako źródło ponowoczesnych spektakli społecznych*, Poznań 2007. Najpełniejszą prezentację zjawiska karnawału i karnawalizacji oraz próbę ich interpretacji znajdziemy w rozprawie doktorskiej Andrzeja Belkota pt. „Problem karnawalizacji w badaniach kultury współczesnej” obronionej na UAM w 2007 r. (promotor J. Grad).

Performatywny, **zachowaniowo-regulacyjny**, aspekt obyczaju redukowany może być do tego, co A. Kłoskowska w *Socjologii kultury*<sup>17</sup> określiła **residuum interakcyjnym**. Mogą to być residua przedmiotowe, zachowaniowe, eksploracyjne (opisywane przez etologów, socjobiologów czy psychologów); mogą to być *residua* analizowane przez badaczy rytuału, czytelne, np. w sferze cielesności czy proksemiki, a więc obyczaje kulinarne, seksualne, higieniczne, medyczne, komunikacyjne, zabawowe czy konwersacyjne. Tym ostatnim wiele uwagi poświęcił m.in. E. Goffman<sup>18</sup>. Tu rzeczywiście znaczenie sfery residualnej jest wciąż znaczne, gdyż mamy do czynienia z zachowaniami wyznaczonymi przez implicytne systemy komunikacyjne i modyfikowanymi przez kontekst. Są one podobne do zachowań przedwerbalnych, badanych przez psycho- i neurolingwistów, etologów i socjobiologów.

Można zaryzykować twierdzenie, że względnie zintegrowany, a właściwie inaczej skonfigurowany, w kulturach tradycyjnych (w pewnym zakresie również w kulturach nowoczesnych) system obyczajów, waloryzowany przez tabu, religię, moralność, uobecniany przez kodeksy środowiskowe, zawodowe czy towarzyskie, w epoce ponowoczesnej winien być rozpatrywany dwuaspektowo: jako podsystem zachowań residualnych oraz zachowań – mówiąc najogólniej – widowiskowych. Warto odnotować swoistą **autonomizację** tych podsystemów w kulturze współczesnej. Pierwszy z nich uobecnia się w – rozprzestrzeniających się intensywnie – tekstach i praktykach typu poradnikowo-treningowego (por. Giddens<sup>19</sup>), drugi w procesach karnawalizacji kultury. Sfera, którą tu w wielkim uproszczeniu określam residualną, może być wyodrębniana jak zjawiska **rytualizacji**, której przypiszemy ostatecznie funkcję stabilizującą systemy społeczne<sup>20</sup>, choć – jak pokazał Victor Turner – jej poszczególne fazy mogą mieć charakter „wywrotowy”<sup>21</sup>. Dominującym wzorcom obyczajowym można przeciwstawić

<sup>17</sup> A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, Warszawa 1981.

<sup>18</sup> E. Goffman, *Rytuał interakcyjny*, Warszawa 2006.

<sup>19</sup> A. Giddens mówi o tzw. instytucjonalnej refleksyjności, na którą „składają się nie tylko badania akademickie, ale także wszelkie podręczniki, przewodniki, działalność terapeutyczna i poradnictwo”, *Nowoczesność i tożsamość. ‘Ja’ i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Warszawa 2001, s. 4. Interesująca badaczy kultury współczesnej (zob. M. Szpakowska) „samo-wiedza obyczajowa” jest niewątpliwie odmianą „refleksyjności”, o której pisze Giddens, ale też przejawem „pracy wyobraźni”, na co zwraca uwagę A. Appadurai.

<sup>20</sup> Warto przypomnieć znane zdanie K. Lorenza rozważającego problemy „dziedziczności i przemian w kulturze”: „Zrytualizowane normy społecznego zachowania, przekazywane nam przez tradycję naszej kultury, stanowią złożony ‘szkielet’ podpierający ludzkie społeczeństwo, bez którego żadna kultura nie może przetrwać” (K. Lorenz, *Regres człowieczeństwa*, Warszawa 1986, s. 50–51).

<sup>21</sup> Przegląd problematyki „rytualizacji” i jej współczesnych zastosowań (w interesującym nas aspekcie) daje R. Schechner, *Przyszłość rytuału*, Warszawa 2001. R. Schechner zaproponował wizualizację tej problematyki w postaci tzw. drzewa rytuału (s. 222). Zob. też systematyzująco-analityczne ujęcie E.W. Rothenbuhlera, *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, Kraków 2003.

„antyobyczaję”, które można uznać za najbardziej efektywną postać „samowiedzy obyczajowej”.

\* \* \*

W ten sposób przybliżyłem się do przyjętego w tym tekście pojmowania obyczaju. Nie tylko w polszczyźnie potocznej, ale również w tradycji akademickiej utożsamia się często **obyczaj** ze **zwyczajem**. Decyduje o tym zapewne, idąca ze staropolszczyzny, konwencja językowa. Przyłączam się do tych badaczy, którzy starają się je odróżniać. Można przyjąć, że zwyczaj ma charakter jednostkowy, indywidualny, gdy obyczaj ma treść społeczną, ponadjednostkową, a jego naruszenie ma doniosłe sankcje. Zwyczaj jest odmianą autokomunikacji, obyczaj jest odmianą komunikacji międzyosobniczej. Zwyczaj ma funkcje autoregulacyjne, jest przejawem samosterowności. Działać w zgodzie z własnym zwyczajem to działać rutynowo, względnie pewnie w sytuacjach, gdzie pewność działania nie jest podyktowana np. przez instrukcję, regulamin, kodeks prawny, a nawet normy moralne czy religijne. Zwyczaj podsuwa scenariusze pozwalające neutralizować przypadek, „nowość” codziennych sytuacji, może być czymś w rodzaju prywatnej magii czy mitologii. Jeśli coś zrobiłem lub musiałem zrobić inaczej niż „zwykle”, to może powstać niepewność co do ostatecznego rezultatu tego działania.

Można mieć „w zwyczaju” czytanie przy jedzeniu, ranne wstawanie, gapienie się przez okno, preferowanie dat (liczb) parzystych bądź nieparzystych. Zwyczajem nie będzie codzienne chodzenie do szkoły czy biura i wymagana przez te instytucje punktualność. Zwyczajem może być natomiast punktualność w życiu rodzinnym. Zwyczaje są idiomami potoczności. Obyczaj powiązemy raczej z chronotopem święta i działań uświęcających. Zwyczaje i obyczaje wiele mówią o typizująco-idealizującym charakterze spontanicznych praktyk społecznych.

Możemy mówić o zwyczajach **indywidualnych**, np. kulinarno-żywieniowych (Martini wstrząśnięte, ale niezmieszane), higienicznych (rodzaje i częstotliwość kąpieli), bytowych (ranne wstawanie), **zbiorowych** (wieczne wyjście z psem), **grupowych/środowiskowych** (rodzinny obiad w niedzielę).

Odróżniając zwyczaj od obyczaju, tworzymy swoiste typy idealne zjawisk społecznych. Obyczaj możemy zatem określać przez to, co stanowi treść zwyczaju. Zwyczaje jako nawyki zbiorowe czy grupowo-środowiskowe, a więc ponadindywidualne, podzielane – z mocą sankcji – przez jakąś zbiorowość (np. grupę społeczną, terytorialną czy wspólnotę etniczną) można nazwać **obyczajem** danej grupy czy wspólnoty, w której pełni on funkcje perforatywno-regulacyjne<sup>22</sup>.

Taki rodzaj **konfiguracji treści obyczajowych** w systemie kultury można odnieść do historycznych modeli kultury. We współczesnym typie społeczeństwa, głównie na obszarze zmediatyzowanej kultury popularnej, można by prześledzić

<sup>22</sup> Syntetyczną próbę określenia treści „zwyczaju”/„obyczaju”, pióra J. Grada, znajdziemy w *Encyklopedii socjologii. Suplement*, Warszawa 2005 (hasło: „Zwyczaj”).



jak: zwyczaj indywidualny zyskuje motywację i uprawomocnienie zbiorowe, jak staje się zwyczajem społecznym, czyli obyczajem. Współczesny kult idoli („kultura *celebrities*”<sup>23</sup>) oraz mechanizmy mody, a nie przekaz tradycji w „długim trwaniu”, określają dynamikę ponowoczesnej kultury obyczajowej. Istotnym wyznacznikiem współczesnego obyczaju nie jest sankcja jego trwałości („odwieczności”), ale raczej **ostentacyjna terażniejszość**, dojmująca aktualność jego działania. Samowiedza obyczajowa, jako odmiana ponowoczesnej „refleksyjności”, konstituowana jest więc przez „**gry z obyczajem**”, a jej postacią najwyrazistszą jest **skandal**, generowany przez jeden z charakterystycznych procesów kultury współczesnej, czyli **nakładanie się sfery prywatnej i publicznej**.

\* \* \*

Jak w tej perspektywie zmian wyglądają obyczaje we współczesnej Polsce, w kontekście przeobrażeń charakterystycznych dla kręgu kultury euroamerykańskiej, dodajmy do tego – w epoce ponowoczesnej.

Przypomnę na wstępie tej części rozważań, wyróżnione przez Piotra Sztompkę **postawy wycofania i postawy innowacyjne**. Można zaryzykować twierdzenie, że postawom wycofania towarzyszy wzmożona aktywność zastanych praktyk obyczajowych, a nierzadko powrót do starych rytuałów. Natomiast postawom innowacyjnym towarzyszy swoisty głód regulacji obyczajowych i form rytualnych. Warto zauważyć, że obydwie te postawy charakteryzują się dużą dozą ostentacyjności.

**Rytuały wycofania** mają (miały – w pierwszej fazie transformacji) wpływ na sposób życia emerytów, mieszkańców wsi, bezrobotnych, mieszkańców wsi popegeerowskich. Można je było obserwować w sposób wręcz modelowy w kręgu społeczności ogródków działkowych, zbieraczy złomu, runa leśnego itp. To swoisty powrót do społeczności zbierackich i ich obyczajów<sup>24</sup>.

**Strategiom innowacyjnym** towarzyszyło – mówiąc najogólniej – pospieszne wytwarzanie swoistej otoczki obyczajowej. Dotyczyło to np. handlu ulicznego i bazarowego, sprzedawców ze Stadionu Dziesięciolecia, o których przygotowuję właśnie osobną pracę. Powróciła obyczajowość towarzysząca kiedyś handlowi wymiennemu, powróciła np. magia handlowa. O tej odmianie magii pisała Grębecka<sup>25</sup>. Pospieszne poszukiwanie obyczajowych regulacji zachowań towarzyszyło środowiskom nie tylko małego, ale i wielkiego biznesu. Towarzyszyło ono sposobowi życia społecznościom handlowo-finansowego city, pracownikom nie

<sup>23</sup> Gruntowną książkę na ten temat (z przedmową Z. Bauman) opublikował W. Godzic, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007.

<sup>24</sup> Antropologiczne rozpoznanie tej problematyki zawdzięczamy pracy T. Rakowskiego pt. *Antropolog jako wizytator nędzy. Kultura społeczności zdegradowanych we współczesnej Polsce w świetle wybranych studiów terenowych* [w druku].

<sup>25</sup> Z. Grębecka, *Słowo magiczne poddane technologii. Magia ludowa w praktykach postsowietycznej kultury popularnej*, Kraków 2006.

tylko małych firm rodzinnych, ale również społecznościom z wieźowców wielkich korporacji. Miejsce etnografów zajęli psychologowie biznesu (Jacek Santorski), specjaliści doradztwa personalnego, kreatorzy wizerunku, specjaliści od tzw. programowania neurolingwistycznego, czyli technik wywierania wpływu itp. Opublikowali oni już swoje wspomnieniowe książki.

Zacznę od spraw najogólniejszych, a mianowicie od stwierdzenia, że nastąpiło swoiste zderzenie kodeksów i reguł światowej kultury korporacyjnej z polską obyczajowością, z wzorcami polskiej mentalności, z polskim systemem wartości, który wciąż dookreślają treści etosu szlacheckiego i ludowego (chłopskiego). To zderzenie wzorców kulturowych, nie pierwsze w naszej historii, choć być może jedno z ostatnich (globalizacja), otworzyło nową dyskusję o polskiej „**kulturze obyczajowej**” (termin Bronisława Chlebowskiego sprzed stu laty).

Upředzając bardziej szczegółowe rozważania, można powiedzieć, że podręczniki kultury korporacyjnej, jej bardzo ściśle kodeksy i klarowne (zracjonalizowane) regulaminy, zostały zmodyfikowane przez polską obyczajowość. Dotyczy to np. zasady 6 kroków, obowiązującej pod złotymi łukami MacDonalda czy kodeksów postępowania w firmie Avon, a także w światowych sieciach supermarketów. To oczywiście temat na solidne, systematyczne badania dla socjologa, antropologa i historyka kultury. Ten ostatni – podobnej skali rewolucję, z tym że chodziło tam m.in. o rewolucję kulinarną, dostrzeże w *Opisie obyczajów Jędrzeja Kitowicza* (pasztety, sosy, farsze zamiast czarnej gęsi; różnorodność smaków zamiast obfitości).

Kultura obyczajowa środowisk innowacyjnych, niejako z zasady, jest dynamiczna i sfragmentaryzowana. Kto dziś pamięta liderów średniego biznesu z początków lat 90., czyli tzw. **hurtowników**, którzy byli wzorem lokalnych karier i sukcesu. O ludziach tych środowisk mówiło się po prostu „hurtownia”. O hurtowni powstawały nawet – emitowane w mediach – pieśni. Pamiętam refren jednej z nich, który brzmiał: „hurtownia bawi się dziś”. Hurtownicy, szczególnie na prowincji, wyróżniali się demonstrowaniem różnych snobizmów, posiadaniem samochodów znanych marek (samochodów najczęściej paroletnich), luźnym strojem, nawet po porzuceniu dresów. Jedną z podstawowych instytucji towarzyskich, oprócz biesiadowania w nowo powstających restauracjach o specjalizowanym menu, było **grillowanie**. Z tamtych obyczajów, przynajmniej na Mazowszu, pozostało zamiłowanie do paroletnich luksusowych samochodów marki Audi, którymi poruszają się przedstawiciele gminnego i małomiasteczkowego biznesu.

Dla nowych (innowacyjnych) środowisk społecznych, w tym również biznesowych, charakterystyczne jest poszukiwanie, czy wręcz budowanie, grupowych lub środowiskowych zwyczajów, które mogłyby być uznane za **obyczajowość biznesową**. Podstawową funkcją tej obyczajowości byłoby „stabilizowanie nowo powstałego podziału społecznego, osvajanie nowych strukturacji społecznych” (taką rolę obyczaju podkreślali w swych pracach A. Bełkot i J. Grad). Praktykowane, a więc pożądanym i akceptowanym, obyczaj stanowi wówczas rodzaj iden-

tyfikatora grupowego lub środowiskowego, jest coraz bardziej zniuansowanym (a więc nie dla wszystkich dostępnym) znakiem przynależności i wykładnikiem uczestnictwa. Obyczaj ujawnia wówczas różnice środowiskowe, stanowi symboliczną otoczkę różnicy społecznej, pełni funkcje różnicująco-identyfikujące. Obyczaj symbolicznie, a nawet światopoglądowo, waloryzuje praktyki organizacyjne, „techniczno-użytkowe” (A. Bełkot) procedury korporacyjne, a więc sferę pracy, która nie jest już – silnie zmityzowaną w kulturze polskiej – pracą ręczną lub fizyczną. Można więc powtórzyć, że obyczaj **sakralizuje** nową praktykę, zastępuje to, co określało się zwykle sferą obrzędową. Ostentacyjność obyczaju może mieć w tym przypadku funkcję „zamykającą”, w symboliczny sposób odgraniczającą „nowe”, wyżej usytuowane środowisko od środowisk macierzystych, z których wywodzą się osoby awansujące.

Obyczaje w nowych środowiskach innowacyjnych (biznes) zmierzają do **rytualizacji**. Sztywność i swoista ostentacyjność rytuałów zastępuje brak środowiskowych tradycji, które w PRL-u skojarzono w sposób deprecjonujący, m.in. ze środowiskiem tzw. badylarzy i prywaciarzy. Stąd też rozpowszechnienie *quasi*-rytuałów czy form rytuałopodobnych, których scenariusze piszą psycholodzy biznesu, specjaliści PR, przypominający nierzadko kapłanów prowadzących nowe liturgie.

Powioda się, że znajomość nowych obyczajów to szansa na lepsze kontrakty. Kreatorzy *public relations* (pierwsze polskie agencje w roku 1990) chcieliby tak działać, jak niewidzialna siła obyczaju, a wykreowane przez nich postaci miałyby osiągać prestiż dawnych elit urodzenia. Towarzyszy temu starannie reżyserowany spektakl **konferencji prasowych**<sup>26</sup> (z gadżetami i bankietami) oraz bogate już życie klubowe. Nowe środowiska domagają się wręcz swoich obyczajów (zapytują o nie m.in. psychologów, kulturoznawców i antropologów kultury), gdyż korporacyjne kodeksy postępowania oraz normy prawne, wydają się nazbyt formalne, nie towarzyszy im – charakterystyczna dla obyczaju – mieszanina spontaniczności i rutyny oraz religijnych czy mitologicznych waloryzacji.

Obecność obyczajowej otoczki, z jej funkcjami regulacyjnymi, znajduje potwierdzenie w coraz bardziej ustabilizowanym **kodzie ubioru** (*dress code*), dziewiętnastowiecznym, pochodzącym z Wielkiej Brytanii wynalazku, ale również skonwencjonalizowanym **świecie przedmiotów**, wskazujących najczęściej na aspiracje lub przynależność do sfery luksusu. Charakterystyczna była jedna z pierwszych polskich reklam telewizyjnych okresu transformacji, pokazująca w roku 1989 jak „ubrany w dżinsy i sweter, szary obywatel z plasteliny [...] dzięki pomocy firmy Uniwersał przekształcał się w biznesmena w garniturze z teczka dyplomatka w rękę”<sup>27</sup>.

W PRL-u wyrazisty był kod ubioru przedstawicieli aparatu partyjnego (panowie w ciemnych garniturach, nierzadko w siatką w rękę). Prawdopodobnie refleks

<sup>26</sup> A. Rybak, *Wybielamy, przyczerniamy*, „Polityka” 2004 (21 sierpnia).

<sup>27</sup> S. Mizerski, *Rekiny w szczękach*, „Polityka” 2004 (10 lipca).

tego widzieliśmy niedawno przy trapię prezydenckiego samolotu. Wyrazisty kod ubioru dotyczył nie tylko aparatu administracyjnego, ale także tzw. prywaciarzy oraz studentów. Skoro jestem przy **studentach**, to należy stwierdzić wyraźny zanik obyczajowości studenckiej, którą zniszczyły medialne „kulty młodości” oraz dominacja młodzieżowych stylów życia w kulturze współczesnej.

To głównie w nowych środowiskach innowacyjnych narasta **samowiedza obyczajowa**, staje się ona osobną **kompetencją kulturową** (etykieta), co kiedyś obserwowaliśmy w kręgach dworskich, kręgach ludzi zabawy czy dobrze wychowanych (wg terminologii Znanieckiego). Nie zauważymy tego w środowisku robotniczym, uniwersyteckim czy w całej tzw. budżetówce.

Kod ubioru pozwala zidentyfikować np. status „prezesa firmy”<sup>28</sup>, a największe znaczenie ma tu krawat, buty, zegarek czy wieczne pióro, a więc już nie samochód czy dom. Te dobra są tak samo dostępne zamożnym ludziom spoza „towarzystwa”. Używam tego staroświeckiego pojęcia, choć straciło ono na znaczeniu, gdyż „towarzystw” jest wiele, bywają wobec siebie konkurencyjne.

Spełniający funkcję różnicująco-identyfikującą **obyczaj ludzi biznesu** jest tym bardziej wyrazistszy (wręcz ostentacyjny), im dogłębniej działają demokratyzujące i zarazem unifikująco/różnicujące mechanizmy **mody**, co zauważył już G. Simmel. Rytm współczesnej, zglobalizowanej i zmediatyzowanej mody, nakłada się na dynamikę współczesnych („nowych”) obyczajów, a można nawet powiedzieć, że moda zastępuje obyczaje, gdyż działa dziś w tych samych pasmach komunikacji społecznej<sup>29</sup>.

Ponadśrodowiskowy mechanizm współczesnej mody redukuje jej dawne funkcje identyfikująco-różnicujące, osłabia jej rolę jako względnie trwałego wykładnika procesów stratyfikacyjnych. Taki stan rzeczy aktywizuje strategie osiągania środowiskowego **prestiżu**, przywraca – nieobecne w Polsce przez długie dziesięciolecia – pozytywne, sensotwórcze znaczenie **luksusu**. Czym jest otaczanie się przedmiotami luksusowymi? Luksusowymi bywają przedmioty, ale

<sup>28</sup> M. Zaczynski, *Strój, który mówi*, „Wprost” 2004 (21 listopada).

<sup>29</sup> Radykalnie tę diagnozę formułuje dla zachodnich społeczeństw konsumpcyjnych francuski filozof i socjolog G. Lipovetsky, *The Empire of Fashion. Dressing Modern Democracy* (1994), który stwierdza, że w społeczeństwie konsumentskim obyczaje zostały całkowicie zastąpione przez modę. Tezy Lipovetsky’ego na polski grunt przyswajają z pożytkiem T. Szlendak i K. Pietrowicz w projektującej u nas nowy nurt badań nad „społeczeństwem mody” rozprawie pt. *Moda, wolność i kultura konsumpcji*. Stanowi ona wprowadzenie do książki pt. *Rozkoszna zaraza. O rządach mody w kulturze konsumpcji*, T. Szlendak i K. Pietrowicz (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2007. Jednym z ważnych wniosków dla naszych rozważań jest stwierdzenie, iż „heterogeniczne duże polskie miasta figurują już w katalogu złożonych zbiorowości opartych przede wszystkim na modzie, podczas gdy homogeniczna polska prowincja stanowi społeczny świat poddany bardziej tradycji (oddziaływaniu obyczaju – R.S.) niż modzie jako mechanizmowi regulującemu życie ludzi” (s. 21).

raczej nie idee. Można powiedzieć, że przedmioty luksusowe są po to, aby mogła realizować się przyrodzona człowiekowi, odwieczna pokusa wytwornego i bezinteresownego trwonienia dóbr oraz czerpania z tego satysfakcji. Istota luksusu polega na używaniu rzeczy, które ostentacyjnie kumulują nadmiar wartości. Luksus nie polega na gromadzeniu czy kolekcjonowaniu takich przedmiotów. Rzeczy luksusowe to nie kapitał ani skarb. Prawdziwy luksus to styl, a nie świadectwo ciułactwa czy dorobkiewiczostwa. Luksus ma swój kodeks, który trzeba znać i pod tym względem ludzie luksusu pragną przypominać dawnych ludzi honoru, a najlepsze marki zdają się zastępować dawne herby. Rzeczy luksusowe nie znają hierarchii, są jedyne wśród innych rzeczy luksusowych. Ekskluzywne magazyny w Polsce coraz częściej prezentują rzeczy luksusowe i budują wokół nich biografie ich użytkowników.

Wszystkie te stare, ale w naszej sytuacji nowe, problemy **luksusu, prestiżu, snobizmu** nabrały znaczenia w drugiej połowie lat 90., kiedy środowiska biznesowe zaczęły się wyodrębniać kulturowo, w czym ogromną rolę odegrały „nowe” zwyczaje i obyczaje. W publicystyce i potocznych narracjach, ale też w refleksji socjologicznej, powróciły pytania o kształt współczesnej struktury społecznej<sup>30</sup>. W mediach masowych odżyły (z wielką siłą) potoczne figury myślenia o porządku społecznym, nawiązujące niekiedy aż do treści mitu organicznego. Ostentacyjna, wynikająca niejako z konieczności, z potrzeby kulturowego zaistnienia, obyczajowość nowych środowisk spowodowała odnowienie, niekiedy paradoksalne w skutkach, starego **dyskursu społecznych nierówności**.

Powróciła w myśleniu społecznym opozycja **wieś – miasto**, której wartość diagnostyczna wydawała się już dawno wyczerpana. Powróciła stylistyczna figura **miastowego i wsiowego** stylu życia, która okazała się refiguracją odwiecznej opozycji **pańskie – chłopskie**. Paradoksalnie, wsiowymi są – w dyskursie potocznym – zamknięte za płotami warszawskie osiedla „nowobogackich”. Przez warszawskie gazety („Gazeta Stołeczna”, listopad 2003) przetoczyła się kolejna

<sup>30</sup> Badanie obyczajów, stylów życia i wzorów konsumpcji należy do trwałych wątków socjologicznej refleksji nad symbolicznymi wykładnikami struktury społecznej. Refleksja na tym polu z trudem jednak znajduje ugruntowania empiryczne, co podkreśla m.in. H. Domański w swojej książce pt. *Struktura społeczna (wydanie nowe)*, Warszawa 2007. Interesujące nas kwestie ekspansywności „nowych” obyczajów „środowisk innowacyjnych” znajdują potwierdzenie (choć pośrednie) w systematyzującym wywodzie H. Domańskiego. Autor *Struktury społecznej*, analizując zmiany liczebności kategorii społeczno-zawodowych w ostatnich dekadach w Polsce, stwierdza, że „głównym ośrodkiem zmian w strukturze społeczno-zawodowej była sfera biznesu”. Odsetek prywatnych przedsiębiorców wzrósł z 1,6 w roku 1982 do 6,6 w roku 1999 (s. 296–297). Podobnie wygląda rzecz z ruchliwością społeczną: „zdecydowana większość przemieszczeń w latach dziewięćdziesiątych kierowała się do drobnego i średniego biznesu. W Polsce przemieszczenia te stanowiły 80% ogólnej wielkości przepływów” (s. 246). Samowiedza obyczajowa intensyfikuje się, kiedy „Ludziom wywodzącym się z klas niższych zależy na podkreśleniu swej przynależności do kategorii o wyższym statusie społecznym. Wymaga to długotrwałych zabiegów, przełamywania muru oziębłości, uczestnictwa w życiu towarzyskim, organizacjach i klubach” (s. 229).



po wojnie dyskusja o „tutejszych” i „napływowych”, o rdzennych, dobrze urodzonych Warszawiakach i nierzadko ostentacyjnych dorobkiewiczach z prowincji, którzy okazali się przecież ludźmi bardzo mobilnymi, dobrze wykształconymi, a przez to „zabierającymi” pracę i przestrzeń życiową w stolicy<sup>31</sup>. Na marginesie dodam, że 80 proc. pacjentów warszawskich poradni terapeutycznych stanowią właśnie ci przybysze, którzy stracili oparcie w rodzinie, obyczaju czy grupie towarzyskiej.

Okolo roku 2005 do słownika nośnych pojęć społecznych, obok takich wyrazów, jak **sukces**, **kariera**, **profesjonalizm**, weszły – nierzadko z piętnem oficjalności – takie słowa, jak **salon**, **układ**, **oligarcha**, **lobbysta**, „**warszawka**”. Członek sejmowej Komisji Śledczej, notabene przedstawiciel Samoobrony, jak to opisała „Polityka”<sup>32</sup>, wytropił ekskluzywną „grupę trzymającą cygara”, a więc stowarzyszenie smakoszy whisky, wina i miłośników cygar, do którego należeli m.in. prezesi największych państwowych koncernów. Były prezes wielkiego koncernu paliwowego stwierdził, że Klub, do którego należy, jest polską repliką amerykańskich instytucji towarzyskich. Dodał – przytaczam za „Polityką” – „Intencją naszą była też popularyzacja nowych w Polsce, a istniejących już na świecie, obyczajów. Raczej degustacji niż picia”. Inny członek klubu stwierdził: „Musimy przestać być postkomunistycznymi, siermiężnymi wyrobnikami”.

Nowe obyczaje środowisk innowacyjnych (oraz współczesne obyczaje młodzieży) charakteryzują się swoistą nadwyżką formy, wciąż są nieustabilizowane, choć formalnie mocno zinstytucjonalizowane. Nowa obyczajowość nie jest trwałą, jest coraz bardziej okazjonalna, sytuacyjna, strukturująca atrakcyjne formy doświadczania terażniejszości. Kiedyś siła i trwałość obyczaju miały sankcje mityczne (istniało wyraziste tabu oraz niepodważalność praktyk obrzędowych). Trwałość obyczaju miała sankcje religijne (funkcja grzechu). Miała wreszcie sankcje moralne. Siła obyczaju nie mogła tolerować relatywistów moralnych.

Dziś obyczaje tracą siłę normatywną i regulacyjną. Obyczajowość współczesna coraz częściej respektuje **różnorodność** stylów życia oraz rytmy **mody** (ontologizacja „teraźniejszości”), a jednocześnie przesłania bądź unieważnia postawy wyrażające zagrożenie dla spójności, trwałości i nieodwołalności obyczaju.

Refleksja nad współczesnym obyczajem powinna uwzględniać zarówno porządek „roku obrzędowego”, pokazany np. w książce A. Brencza *Wielkopolski rok obrzędowy. Tradycja i zmiana* (2006), jak i „rządy mody w kulturze konsumpcji”: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody w kulturze konsumpcji*, T. Szleniak i K. Pietrowicz (red.) (2007). Celem mojego tekstu była próba naszkicowania możliwych zależności między tymi biegunowymi ujęciami współczesnej obyczajowości Polaków.

<sup>31</sup> Systematyczne źródła w tym zakresie przynosi praca magisterska Moniki Baczyńskiej pt. *Nieformalna grupa towarzyska? Językowy obraz 'warszawki'*, przygotowana na UW (2008) pod kierunkiem prof. Andrzeja Markowskiego.

<sup>32</sup> E. Winnicka, *Grupa trzymająca cygara*, „Polityka” 2005 (7 maja).