

MICHAŁ RYDLEWSKI
ORCID: 0000-0001-7055-1252
UNIwersytet Wrocławski

„Z czego się śmiejecie? Sami z siebie się śmiejecie!” Internetowy fenomen „Polaków cebulaków” — od szowinizmu antywiejskiego do kulturowej autoterapii

Abstrakt: Artykuł jest zapiskiem antropologicznym (gatunek zainicjowany przez Wojciecha J. Bursztę) dotyczącym internetowego fenomenu „Polaków cebulaków”, którego najpopularniejszym przedstawicielem jest „typowy Janusz”. Ów fenomen, obecny w przestrzeni internetu dzięki memom, przedostał się także do języka potocznego, stając się nieomal sposobem klasyfikowania określonej części naszego społeczeństwa. Celem refleksji jest wskazanie, że po pierwsze, mimo wyśmiewania zachowań i postaw charakterystycznych dla „Polaków cebulaków”, pewnego stopnia odgórnego pogardy względem nich, są oni społeczno-kulturowym lustrem, w którym przeglądamy się my sami (osoby z wyższym kapitałem kulturowym). Po drugie, „typowy Janusz”, pozwalając nam przejrzeć się w swojej „januszowości”, sprawia, że akceptujemy jego społeczną obecność, choć jest inny od nas, jest „naszym Innym” (często na przykład członkiem rodziny). W takim ujęciu fenomen „Polaków cebulaków” jest rzadko występującą kulturową autoterapią Polaków, w której oswajamy swoje wiejskie pochodzenie i naleciałości z czasu początków kapitalistycznej przedsiębiorczości. Staram się zatem dostrzec w memach antropologiczną opowieść o nas samych, mającą psychoanalityczny wymiar.

Słowa kluczowe: mem, „Polaki cebulaki”, „typowy Janusz”, szowinizm antywiejski, kulturowa autoterapia.

Wprowadzenie.

Semiotyka mediów społecznościowych jako narracja o kulturze współczesnej

Internet jest przestrzenią komunikacyjną, w której „odgrywa się” kultura, rozgrywa jej żywioł, w której w pewien określony sposób nadaje się znaczenia pozamedialnej rzeczywistości społecznej (o ile warto w ogóle utrzymywać dualizm kulturowej rzeczywistości medialnej oraz pozamedialnej). Z tego względu język semiotyki czy semiologii wcale nie wydaje się przestarzałym narzędziem do analizy materiału empirycznego (powiada się niekiedy, że to nurt epigoński w badaniach nad kulturą), jakim są poszczególne internetowe fenomeny. Internet można bowiem postrzegać jako swoistą semiosferę, by użyć pojęcia Jurija Łotmana.

Bezdiskusyjnym elementem tej semiosfery są memy, składające się na memosferę¹. W sensie semiotycznym mem to połączenie kodu werbalnego z kodem wizualnym tworzącym poprzez nałożenie na siebie pewnej intertekstualnej gry nowe znaczenie, którego oba kody nie miały wcześniej. Memy są tak popularne, że można wręcz mówić o swoistym zjawisku memizacji kultury, mającym swoje rozliczne konsekwencje, zarówno pozytywne, jak i negatywne. Twórcy memów, a przynajmniej tej ich części, do której odczuwam największą sympatię, to osoby dysponujące stosunkowo dużą wiedzą o kodach kultury, w tym kodach kulturalności w sensie znajomości na przykład historii malarstwa. Przykładem mogą być memy publikowane na fanpage’u Sztuczne Fiołki, w tym szczególnie przeze mnie lubiane memiczne interpretacje obrazów Edwarda Hoppera. Moim zdaniem najlepsze memy to takie, które w inteligentny oraz zaskakujący dla odbiorcy sposób (przy czym twórca i odbiorca muszą dysponować tą samą wiedzą, w przeciwnym razie nie porozumieją się, to jest — ten drugi nie zrozumie memu) potrafią wykorzystać istniejące pokłady kultury w celu stworzenia zaskakującego porównania. Jednym z tych pokładów jest znajomość polskiej popkultury z czasów PRL-u, szczególnie kultowych filmów, seriali i obecnych w nich scen, powiedzonek, obrazów, bohaterów. Dobrym przykładem może być mem porównujący prezydenta Andrzeja Dudę do Maliniaka z serialu *Czterdziestolatek*. Gdy nie znałem owego mema, nie zauważałem podobieństwa, dzisiaj nie umiem przed nim uciec, pozbyć się go z mojej percepcji, co ponadto pokazuje, że dobry mem wręcz uwewnętrznia „postać do widzenia” (tutaj Duda-Maliniak), ma zniewalającą moc kulturową w narzucaniu „postaci do widzenia”, by użyć języka psychologii postaci. Twórcy najlepszych memów potrafią bawić się kulturą i w kulturę — są niezwykle wrażliwi, jak najlepsi antropolodzy, na szczegóły życia

¹ Literatura z zakresu nauk społecznych oraz nauk humanistycznych na temat memów jest ogromna, z tego względu wskażę jedynie kilka publikacji na ten temat: M. Kamińska, *Nieczne memy: dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011; J. Sroka, *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa 2014; M. Wójcicka, *Memy internetowe jako nośniki pamięci zbiorowej*, [w:] *Popkulturowe formy pamięci*, red. S. Buryła, L. Gąsowska, D. Ossowska, Warszawa 2018, s. 159–172.

codziennego, drobne, wydawałoby się nic nieznaczące zachowania towarzyszące naszej codzienności, których zazwyczaj nie zauważamy albo nie ujawniamy, gdyż są na przykład wstydlive lub dotyczą jakiejś sfery tabu. W tym sensie memy, podobnie jak chociażby dobry występ stand-uperski, ujawniają obecność milczącej tkanki kulturowej, niekiedy nawet czynią nieświadomie respektowane przekonania jawnymi dla naszej świadomości.

Na podstawie memów można snuć *par excellence* antropologiczną opowieść o kulturze, inspirując się w tym zakresie semiologią Umberta Eco² czy Rolanda Barthes'a³, którzy potrafili na marginesach kultury, jej nieomal zdegradowanych przestrzeni, odnaleźć ukryte znaczenia, zapomniane motywy. Ponadto dzieła francuskiego semiologa były istotną inspiracją (obok ustaleń Claude'a Levi-Straussa oraz Antonia Gramsciego) dla badaczy kręgu szkoły z Birmingham, którzy traktowali kulturę jako obszar ideologicznego tarcia pomiędzy klasami (uprzywilejowaną i podporządkowaną)⁴. Nie jest to myśl bez znaczenia dla moich dalszych refleksji, albowiem przedmiot (tutaj mem) wywołujący śmiech jest zawsze uregulowany kulturowo (nie wszyscy ludzie śmieją się z tego samego), a dodatkowo, idąc tropem wspomnianych badaczy, możemy uznać, że ma swój aspekt ideologiczny (na przykład ktoś jako przedstawiciel danej klasy śmieje się z kogoś innego, pochodzącego z odmiennnej klasy).

W swoim artykule chciałbym poddać refleksji, w trybie swoistego „zapisku antropologicznego”⁵, internetowy fenomen określany mianem „Polaki cebulaki”, których najbardziej rozpoznawalnymi przedstawicielami są „typowy Janusz” i „typowa Grażyna”, lecz także stereotypowe figury, jak „typowa Karyna” i „typowy Seba” oraz ich dzieci: Jessica (lub Vanessa) i Brajan. Te figury, które za chwilę opiszę, mają określoną tożsamość, zestaw wyobrażeń i wzorów kulturowych, gamę zachowań i postaw społecznych oraz charakterystyczny dla nich język. To przez ich specyfikę są identyfikowani przez „nie-Polaków cebulaków” (oni również docekają się dookreślenia) jako „Polaki cebulaki” właśnie.

W takiej perspektywie można by wręcz powiedzieć o powstaniu oraz rozwijaniu się wyobrażonej kultury „Polaków cebulaków”. Co warto podkreślić, jej tworzenie odbywa się w typowy dla nowych mediów sposób, czyli dzięki interakcji użytkowników internetu. Zapoczątkowany fenomen znacząco ewoluował,

² U. Eco, *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa 1972; *idem*, *Semiologia życia codziennego*, Warszawa 1999.

³ R. Barthes, *Mitologie*, Warszawa 2000.

⁴ M. Wróblewski, *Od kultury do tego, co kulturowe — o szkole z Birmingham*, [w:] *Kultura i hegemonia. Antologia tekstów szkoły z Birmingham*, red. M. Wróblewski, Toruń 2012, s. 13–45.

⁵ To gatunek literacko-antropologiczny stworzony przez Wojciecha J. Bursztę. „Zapisek antropologiczny” cechuje się krótszą oraz mniej sformalizowaną formą niż artykuł naukowy, choć może być jedynie pretekstem do jego napisania. Ponadto jest osobistą, subiektywną relacją z dopiero przeżytych doświadczeń, zapisem obserwacji, lektur, wynikającą ze zderzeniach różnych stylów życia; zob. *idem*, *Asteriks w Disneylandzie. Zapiski antropologiczne*, Poznań, 2001, s. 10.

rozrastał się, aż w końcu w mniejszym czy większym stopniu stopniu okrzepł (został skodyfikowany) oraz stał się stosunkowo popularny. Choć ta kultura prawdopodobnie nie istnieje w „czystej” postaci empirycznej (żaden rzeczywisty Janusz lub rzeczywista Grażyna zapewne nie spełniają wszystkich kryteriów swoich wyobrażonych odpowiedników), lecz występuje jako model, swoisty typ idealny w rozumieniu Maxa Webera, to jest bardzo dobry materiał badawczy, w którego interpretacji daje się zauważyć, że przynajmniej pewna część polskiego społeczeństwa przygląda się innemu fragmentowi tegoż społeczeństwa, a być może nawet i sobie. Społeczeństwo dzięki mass mediom może się samoobserwować⁶. Daje się w owym przyglądaniu zauważyć ogromne wyczulenie na życie codzienne, na przykład trendy kulturowe (moda na zagraniczne imiona), akcje promocyjne w sklepach („Gang Świeżaków” w Biedronce) czy wyobrażone konsekwencje programu „500 plus”, które zostają natychmiast przefiltrowane przez klisze „Polaka cebulaka” i włączone w jego obraz. Proces filtracji odbywa się na drodze, którą określiłbym mianem koherencyjno-koncesualnej, to jest modyfikacji i reinterpretacji pewnych postaw i zachowań w taki sposób, aby pasowały do już przyjętego obrazu, który także podlega pewnej ruchliwości (choć niewielkiej, gdyż trudno sobie wyobrazić, aby na przykład „typowy Janusz” polubił swojego „somsia”, którego uważa za złodzieja i krętacza). Śledząc te przykłady, możemy na żywym wręcz materiale obserwować proces negocjacji znaczeń pomiędzy użytkownikami poszczególnych forów internetowych i fanpage’ów poświęconych tej tematyce (na przykład Polaki Cebulaki, Polaki Biedaki Cebulaki, Nosacze Polskości).

Po uprzednim opisanii „Polaków cebulaków”, dającym wyobrażenie o rekonstrukcji ich kultury (przekonań, postaw, wartości), jakiego dokonano w internecie, postaram się zaprezentować kilka uwag na temat tego fenomenu, wskazując na te pokłady polskiej kultury, które prawdopodobnie nie były czytelne dla tworzących opis „Polaków cebulaków” i prawdopodobnie nie są czytelne dla ich odbiorców (stopień owej czytelności, z czego zdaję sobie sprawę, to kwestia dyskusyjna). Dokonam zatem interpretacji rekonstrukcji kultury „Polaków cebulaków” oraz postaram się pokazać głębiej tkwiące wyobrażenia regulujące tę rekonstrukcję. W tym celu posłużę się opozycją miejskie–wiejskie, pojęciem szowinizmu antywiejskiego, pojęciem chamofobii oraz kategorią obciachu.

Mimo dosyć ostro brzmiących określeń (szowinizm, fobia), paradoksalnie rzecz biorąc, nie oceniam tego fenomenu, o czym będę mówił w jednej z części artykułu, negatywnie — wręcz przeciwnie. Oczywiście, istnieje tutaj pewna dawka poczucia klasowej wyższości w opisie „typowych Januszy” i „typowych Grażyn”, co przejawia się w wyśmiewaniu ich zachowań, lecz byłbym ostrożny z zaliczeniem tego interne-

⁶ D. Lewiński, *Czas, media, zmiana. Uwagi o uczasowieniu nowoczesności*, [w:] *Zmiany, metamorfozy, rewolucje*, red. M. Czapięga, K. Konarska, Wrocław 2018, s. 95.

towego fenomenu do opisywanej przeze mnie kultury upokarzania⁷ (choć początkowo wydawało mi się, iż dobrze pasuje on do rozwijanej przeze mnie koncepcji⁸). W tym miejscu zauważę jedynie, a myśl tę rozwinę w dalszej części tekstu, że fenomen „Polaków cebulaków” jest potrzebną polskiemu społeczeństwu podskórna, to jest nieświadomie zachodząca, autoterapią będącą odpowiedzią na egzorcyzowanie ze świadomości polskiego społeczeństwa wstydu z wiejskiego pochodzenia. Choć w grę wchodzi tutaj kwestia klasowej wyższości, to moim zdaniem jest ona tworzeniem „wspólnoty śmiechu”, podszytej śmianiem się z tych, którzy są między innymi naszymi sąsiadami, współuczestnikami zakupów, rodzicami dzieci, z którymi nasze chodzą do szkoły itp. Co więcej, w sporej części tworzą oni krąg naszej rodziny (na forach można znaleźć opisy rodzinnych wydarzeń, w których ktoś zachowuje się jak „typowy Janusz”, na przykład wujek na weselu). Paradoksalnie zatem nie chodzi o dzielenie społeczeństwa na „Polaków cebulaków” oraz ich przeciwieństwo, na gorszych i lepszych, lecz łączenie go, albowiem obserwując swoją najbliższą rzeczywistość społeczną, zaczynamy milcząco reflektować, czy i jak bardzo sami jesteśmy do nich podobni. W tym sensie odkrywając pokłady „januszowości w sobie” czy wręcz „Janusza w sobie”, stajemy się wspólnotą, gdyż trudno kierować się złymi emocjami (na przykład pogardą) w stosunku do sobie podobnych.

Obraz „Polaków cebulaków”. Kim jest „typowy Janusz”?

Jak podaje słownik *miejski.pl*, „cebulak” to obraźliwe określenie typu Polaka, który jest pełen zachowań wyniesionych ze wsi, najczęściej jest osobą zawistną i zazdrosną, przesadnie skąpą, często ze skłonnościami do złodziejstwa. To ogólne określenie na chama życiowego, drogowego, finansowego. Hasło pojawiło się w 2010 roku. Jego synonimami są: wieśniak, burak, sknera. Wymienione synonimy wskazują, że „Polak cebulak” nie jest fenomenem zupełnie nowym. Rzeczywiście jeszcze do brych kilka lat temu, dobrze to pamiętam, używało się słowa „burak”, które zastąpiło z kolei wcześniejszego „wieśniaka”. Mówiło się o „buractwie”, że „coś jest buraczane”;

⁷ M. Rydlewski, *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów*, Wrocław 2019.

⁸ Z punktu widzenia niniejszego artykułu najistotniejszym aspektem fenomenu „Polaków cebulaków” jest nie tyle kreowanie figury Innego, co ma miejsce w poszczególnych programach telewizyjnych dotyczących mieszkańców wsi (zob. M. Rydlewski, *Nowi starzy obcy w realnym kapitalizmie. Mieszkańcy polskiej wsi jako ofiary własnego stylu życia (na przykładzie wybranych obrazów medialnych)*, [w:] *Retro sentyment, retro moda, retro nadzieje*, red. M. Czapiga, M. Rydlewski, Wrocław 2020 [w druku]), ile oswojanie społeczno-klasowej inności „typowego Janusza”. Nie dostrzegam również jakiejś szczególnej chęci upokorzenia „typowych Januszy” czy manifestowania pogardy wobec nich.

o „robieniu wsi”, co było z kolei synonimem obciachu i wstydu lub żenady („żen”). Można się zastanowić, dlaczego cebula zastąpiła buraka, jakie można by podać wyjaśnienie tego faktu. Zapewne słowo to zostało, jak to się często dzieje w języku, po prostu zadekretowane — jakiś językowo-kulturowy geniusz zadekretował, że od dzisiaj mówimy tak, a nie inaczej i nie ma to żadnego innego uzasadnienia (analogicznie jak w grze pomidor); jedno słowo wyczerpało swoją moc, ale jego odniesienia są nadal potrzebne do określonych celów, to jest nazywania i określania danych zachowań. Można oczywiście doszukiwać się pewnych głębszych sensów, jak na przykład że cebula i ziemniaki były kiedyś podstawą pożywienia ludzi biedniejszych (głównie ze wsi), cebula i czosnek były kojarzone z jedzeniem Żydów (a więc kulturowo obcych), aczkolwiek do tego typu archeologiczno-strukturalistycznych poszukiwań należy podchodzić z ostrożnością (choć niewątpliwie pasują one do toku mojego wywodu i mają nieodparty urok budowania współczesnych tablic Mendelejewa).

Ten stosunkowo skąpy obraz „Polaka cebulaka” można uzupełnić o cechy wynikające z analizy memów. W tej perspektywie „typowy Janusz” to wąsaty mężczyzna w średnim wieku, z żoną Haliną („Halyną”) i synem Piotrem („Pjoterem”), którego najbardziej rozpowszechnionym wizerunkiem jest jednak nosacz sundajski, ssak z rodziny koczokodanowatych, albowiem ta mała zdaje się najbardziej kojarzyć z „typowym Januszem”, to jest mężczyzną z dużym nosem, brzuszkiem piwnym, siwiejącym włosami i bokobrodami⁹. „Typowy Janusz” jest cwany, skąpy, wszędzie węższy interes, ale przede wszystkim jest małostkowy, na wszystko narzeka, nie ma ogłady i obycia, wszystko zawsze wie najlepiej; ponadto za rzadko się myje, nie używa zbyt wielu kosmetyków, co może zazębiać się z przykrym zapachem cebuli.

„Typowego Janusza” można dobrze scharakteryzować na przykładzie jego zachowań w dyskontach, takich jak Biedronka czy Lidl. Jeden z memów przedstawia zdjęcie przymierzającego spodnie mężczyzny (jest w samej bieliźnie, starym typie majtek) w sklepie, gdzie nie ma przymierzalni, a który w swoim asortymencie oferuje odzież (mógł być to na przykład Lidl). Innym przykładem „cebulackiego” zachowania jest odłamywanie nóżek od pieczarek, to jest pozbywanie się części grzyba, którego się nie zje, ale za którego trzeba zapłacić; odrywanie wierzchnich liści kapusty, gałązek od pomidorów, a nawet liści ananasa; próbowanie niektórych produktów, które sprawdzane są luzem, na przykład cukierków lub winogron, a w niektórych sklepach nawet kiszonej kapusty; rozpakowywanie pudełek, aby sprawdzić, czy na

⁹ Historia „Janusza” i „Polaka cebulaka” zaczęła się tak naprawdę od „Andrzeja” — internetowego memu z Januszem Ławrynowiczem w roli głównej (a przynajmniej od momentu jego upowszechnienia staje się stosunkowo popularna). Był to młodszy aspirant komendy miejskiej w Pasłęku, którego zdjęcie zdobyło uznanie w Internecie i zaczęło kojarzyć się z „Andrzejem”, czyli „typowym Polakiem”. Memy z tego okresu to zazwyczaj twarz policjanta z Pasłęka wraz z podpisami w stylu: „Daj mi czyste skarpetki, dzisiaj zakładam sandały”. Po jakimś czasie „Andrzeja” przechrzczono na „Janusza”, analogicznie jak „Grażynę” na „Halinę”, oraz zaczęto przedstawiać go jako nosacza sundajskiego — ssaka z rodziny koczokodanowatych (takie memy zaczęły się pojawiać w okolicach grudnia 2015 roku).

pewno interesujący go towar, i to o odpowiedniej jakości, znajduje się w pudełku, przy czym po upewnieniu się co do jego jakości, zabranie nieotwieranego opakowania. Prawdopodobnie wynika to z przekonania „typowego Janusza”, że świat, w tym zachodnie supermarkety (choć nie tylko, bo w zasadzie wszystkie), chcą go oszukać, a on oszukać się nie pozwoli. Spore pole do popisu pozostawiają wszystkie akcje promocyjne. Bywało i tak, że zapełniano wybranymi produktami całe kosze, na przykład urządzeniami wielofunkcyjnymi, aby potem nimi handlować po wyższych cenach, niekiedy w pobliżu sklepów, w których je nabyto. Okazją dla „typowego Janusza” do zaprezentowania swojego sprytu była akcja Lidla polegająca na możliwości otrzymania zwrotu pieniędzy za produkty, które nie usatysfakcjonowały nabywcy. Jedynym warunkiem otrzymania rekompensaty było przyniesienie opakowania z resztą produktu. W internecie możemy znaleźć opisy, w których na taśmie do kasy umieszczano między innymi opakowania brudne i ze zgniłą żywnością czy prawie puste lub/i cieknące. Innym przykładem może być akcja „Gangu Świeżaków” w sklepach sieci Biedronka, która polegała na zbieraniu naklejek za zrobione zakupy. Uzbieranie odpowiedniej ich liczby gwarantowało otrzymanie maskotki — Świeżaka. Akcja stała się przedmiotem internetowych memów wyśmiewających fakt, że „Polaki cebulaki” wydają więcej na zakupy tylko po to, aby otrzymać naklejkę, lub korzystają z naklejek osób nieuczestniczących w akcji.

O „typowym Januszu” sporo mówi sposób jego wypoczynku. Na podstawie memów można powiedzieć o dwóch przestrzeniach (poza działką), w których spędza on wolny czas: na wakacjach nad Bałtykiem lub na wycieczce typu *all inclusive*. Na tych pierwszych odgradza się na plaży parawanem od innych, zagarniając dla siebie największą przestrzeń, pije piwo z puszki i śmieci. Do kanonu jego plażowego ubioru należą majtki, w których zdarza mu się wychodzić poza teren plaży, na przykład do pobliskiego miasteczka. Co do drugich, to głośno mówi po polsku do obcokrajowców, jest zadziwiony na przykład innym kolorem skóry (głośno prosi Halinę o zrobienie zdjęcia czarnoskóremu); jako że jedzenie jest „za darmo”, je olbrzymie ilości nawet wtedy, kiedy jest już najedzony, przebywa tylko w hotelu, nie chce niczego zwiedzać, ma ochotę na polskie jedzenie, wysyła zdjęcia (zawsze robi to Halina, bo Janusz pogardza „internetami”) znajomym wyłącznie z chęci pokazania im, gdzie jest, a przez to wzbudzenia w nich zazdrości.

Kto stworzył „Polaków cebulaków”?

Jeśli uznać, że „Polaki cebulaki” tworzą pewną kulturę, obrazują pewne postawy obecne w polskim społeczeństwie, to ktoś musiał ten opis zapoczątkować oraz kontynuować. Z wnętrza własnej kultury, w której się tkwi, uczestniczy w niej w postawie zaangażowanej, trudno rozpoznać jej przekonania, normy i wartości. Potrzeba „spojrzenia z oddali”, by użyć sformułowania Claude’a Levi-Straussa, przyjęcia po-

stawy zdystansowanej. „Januszowatość” nie jest możliwa do rozpoznania z wnętrza „cebulowatej kultury”, dlatego też można z dużą dozą prawdopodobieństwa przypuszczać, że opis „typowego Janusza” oraz charakterystycznych dla niego zachowań, na przykład we wspomnianych już dyskontach, nie pochodzi od niego, lecz kogoś od niego różnego, to jest Polaka z innej grupy społecznej lub innej klasy (piszę „Polaka”, gdyż trudno mi sobie wyobrazić, aby nieobeznany z tkanką społeczną obco-krajowiec mógł dysponować tak wysokimi kompetencjami kulturowymi w zakresie kultury polskiej). Polaka innego kulturowo, lecz żyjącego w jego bliskości, mającego możliwość obserwowania go, mającego z nim bezpośredni kontakt.

Wskazane zachowania w dyskontach lub na wakacjach naprowadzają nas tutaj na pewien trop, który jest oczywiście moją spekulacją, lecz opartą na analizie kilku profili facebookowych twórców memów oraz osób je komentujących. Otóż opisu „Polaków cebulaków” dokonują ludzie będący mniej więcej na tym samym poziomie finansowym, lecz posługujący się innymi kodami kulturowymi wynikającymi z większych kompetencji kulturowych (także medialnych — to ludzie, dla których internet, w tym media społecznościowe, to naturalne środowisko). Mogą być to na przykład dobrze wykształceni prekariusze, w tym studenci, stosunkowo młodzi ludzie (do około 35–40. roku życia), aspirujący do klasy średniej, na tak zwanym dorobku, mający lepsze prace niż zajęcia typowo fizyczne, lecz pozostający w tej samej strefie ekonomicznej (być może w wyniku spłacanych kredytów). Mieszkają zatem w stosunkowo podobnych dzielnicach, co powoduje uczęszczanie dzieci do tych samych przedszkoli i szkół, robią zakupy w Biedronce i Lidlu, jeżdżą na wakacje z biur podróży oferujących podobną ofertę. Zachowania „typowych Januszy” na wakacjach *all inclusive* dobrze obrazował paradokument *Pamiętniki z wakacji*.

Historyczno-społeczna geneza zachowań „typowego Janusza”. Od folwarku po wczesny kapitalizm

Jakie przekonania regulują zachowania, działania, czynności kulturowe, praktykę społeczną „typowych Januszy”? Jaka jest ich historyczna geneza?

Jeśli założyć, że „typowy Janusz” to mężczyzna w wieku mniej więcej 40–60 lat, a co za tym idzie — urodził się w latach pięćdziesiątych lub sześćdziesiątych ubiegłego wieku, to należy przypomnieć, że w tym czasie w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej trwała migracja mieszkańców wsi do miast. Izabella Bukraba-Rylska w wywiadzie pod tytułem *Inteligent patrzy na chłopca*¹⁰, omawiając historyczne

¹⁰ *Inteligent patrzy na chłopca*. Z Izabellą Bukrabą-Rylską rozmawia Aleksandra Bilewicz, „Nowe Peryferie — Magazyn Idei” 8.09.2014, <https://nowe-peryferie.pl/index.php/2014/09/inteligent-patrzy-chlopa/> (dostęp: 1.06.2015).

ukształtowanie współczesnych wyobrażeń o polskiej wsi i jej mieszkańcach, wskazuje na okres PRL-u jako ten, w którym miało miejsce deprecjonowanie wsi, wynikające z ideologicznych założeń komunizmu. Chłop był bowiem zakałą nowego ustroju, ponieważ zdołał utrzymać własność prywatną i radził sobie na niej lepiej niż rozmaite formy uspołecznionej czy upaństwowionej gospodarki rolnej. System robił wszystko, aby sam dojrzał do decyzji, że lepiej być pracownikiem państwowej firmy (nie musiałby pracować cały tydzień, bez urlopu, funduszu wczasów pracowniczych, a do lat siedemdziesiątych także bez opieki zdrowotnej), co skutkowało by jego migracją do miasta. Taki mechanizm działał w wypadku chłoporobotników, o których sądziło się, że „będą formacją przejściową”, służącą do wyeliminowania indywidualnego rolnictwa. Tymczasem okazało się, że migrujący do miast stali się trwałą, wciąż rosnącą grupą, która wcale nie nasiąknęła mentalnością socjalistyczną, lecz dzięki zarobionym pieniądзом umocniła się gospodarczo (kapitał lokowano przede wszystkim w swoich gospodarstwach, dokupując narzędzia, maszyny itp.). Niepełna urbanizacja w tym okresie była podszyta innym zjawiskiem, które nie zostało od razu zauważone — zjawiskiem ruralizacji. Nowi mieszkańcy miast nie tylko w początkowym okresie przywozili z sobą do miasta świniaki czy króliki, lecz także pewną mentalność, którą bardzo negatywnie charakteryzowano¹¹. Owa negatywna charakterystyka wiejskiej obyczajowości była widoczna zaraz po wojnie.

Kiedyś — pisze Bukraba-Rylska — robiąc badania nad kulturą społeczności lokalnych, analizowałam miasteczko Przedbórz, przed wojną zamieszkałe w większości przez Żydów i niedużą grupę polskiej inteligencji oraz rzemieślników. Po tym, jak społeczność żydowska została wymordowana w czasie wojny, do miasteczka zaczęła napływać ludność wiejska. Ci „starzy” mieszczenie mówili o „chłopienu” ich miasteczka. Pewna nauczycielka opowiadała o weselu, na które została zaproszona z rodzicami jako nastolatka. Mówiła: „proszę sobie wyobrazić, nam podano na osobnych naczyniach, ale większość gości dostała łyżki i wspólne miski. Taką wiochę tu przywieźli”¹².

W takiej perspektywie można mówić z jednej strony o tak zwanych słoikach, o których szerzej pisałem w innym miejscu¹³, a z drugiej — właśnie o „typowych Januszach”. To dwie strony tego samego modelu, przy czym kategoria „słoików” odnosi się raczej do młodych ludzi, stosunkowo dobrze wykształconych, którzy przyjechali do wielkiego miasta, kategoria zaś „typowych Januszy” raczej do pokolenia ich rodziców. W jednym i drugim zjawisku daje się zauważyć opisywaną przeze mnie relację pan–cham, podszytą kilkunastowieczną tradycją relacją władzy i poddaństwa (szlachta–chłopstwo), którą można rozpisać na precyzyjniejsze pojęcia chamofobii oraz szowinizmu antywiejskiego. To pierwsze, autorstwa Teresy Smolińskiej¹⁴, doty-

¹¹ *Ibidem*.

¹² *Ibidem*.

¹³ M. Rydlewski, *Scenariusze kultury upokarzania...*, s. 235–261.

¹⁴ T. Smolińska, *Chamofobia ma się dobrze*, „Wyborcza.pl” 5.07.2012, http://wyborcza.pl/magazyn/1,127524,12080016,Chamofobia_ma_sie_dobrze.html (dostęp: 5.07.2013).

czy historycznie uwarunkowanych nierówności społecznych, które przekładają się z kolei na wzory kulturowe i podejście reprezentujących te wzory ludzi względem siebie. W owe wzory wpisane jest upokorzenie klas upośledzonych społecznie (biedniejszych, wiejskich). Zdaniem badaczki w polskim społeczeństwie widoczna jest „chamofobia”, która oznacza wstyd z powodu swojego wiejskiego pochodzenia oraz pogardę do ludzi ze wsi¹⁵. Natomiast współczesny socjolog niemiecki Andreas Bodenstedt, pisząc o konflikcie wiejsko-miejskim, stwierdza, że

dziś przejawia się on w postaci szowinizmu antywiejskiego, właściwego środowiskom wielkomiejskim. Inteligencja, naukowcy, generalnie mieszkańcy miast uważają, że wieś jest miejscem mającym służyć metropoliom jako producent żywności oraz jako miejsce wypoczynku¹⁶.

Wtedy to, jak zauważa Izabela Bukraba-Rylska, przydaje się właśnie taka wieś „widokowa” ze swoimi elementami folkloru. Przykładowo

kiedy Hernas analizował „Pieśń świętojańską o sobótce” Kochanowskiego, mówił, że chłop w staropolskiej literaturze miał wydajnie pracować, ale jednocześnie, w miarę możliwości, podśpiewując i pogwizdując przy pracy, żeby to było przyjemne dla pana; zwłaszcza w chwili dożynek i innych uroczystości miał zapewniać miły widok tym, którzy go obserwują¹⁷.

Moim zdaniem można zaryzykować stwierdzenie, że „typowy Janusz” czy szerzej — „Polaki cebulaki” tworzą pewien obraz do oglądania, a w zasadzie do podglądania, gdyż ludzi z większym kapitałem kulturowym zawsze interesowało życie innej, biedniejszej części społeczeństwa¹⁸. „Typowy Janusz”, jako element internetowego folkloru, „zapewnia miły widok tym, którzy go obserwują”, można się z niego pośmiać, bo jest w gruncie rzeczy zabawny i nieszkodliwy. Opozycja miejskie-wiejskie, nawet jeśli zaciera się w rzeczywistości społecznej, wciąż pozostaje pewnym echem, które zarządza kategoryzowaniem poszczególnych działań/zachowań. Zachowania wiejskie przeniesione w przestrzeń miasta stają się obciachowe.

Mateusz Halawa celnie zauważa, iż obciach jest „społecznie skonstruowanym terminem używanym przez jedne grupy w celu napiętnowania drugich”¹⁹. W tej perspektywie można zasadnie postawić tezę, że figura „typowego Janusza” to klasowa fantazja, której celem jest odróżnienie się od ludzi uważanych za gorszych. Śmiejąc się z „Polaków cebulaków”, pokazują, gdzie jest moje miejsce w społecznej hierarchii, udowadniam innym (i sobie), kim jestem, co z kolei pozwala mi poczuć się lepszym od wyśmiewanych.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ *Inteligent patrzy na chłopa...*

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ K. Zaremska-Szatan, *Uboga Madonna. Początki dokumentacji nierówności społecznych XX wieku*, [w:] *Słabo to widzę... Kultura wizualna a nierówności społeczne*, red. P. Ruta, M. Żurawska, Poznań 2016, s. 17–31.

¹⁹ W. Godzic, *Obciach — to, czego celebryci nie znają?*, [w:] *Moda na obciach*, red. J. Nowiński, Elbląg 2008, s. 61.

Z kolei Marek Krajewski definiuje obciach jako:

termin opisujący te zdarzenia w przestrzeni medialnej, które pociągają za sobą dyskredytację ich bohaterów. [...] Zdarzenia te prezentują zarówno publiczne, jak i prywatne występy jednostek, które publiczność tych przedstawień uznała za nieudane, źle wykonane, żenujące, wprowadzające w zakłopotanie, budzące niezamierzone przez performerę rozbawienie. Reakcje tego rodzaju najczęściej powoduje niewłaściwe wykonanie aktualnie odgrywanej roli, wychodzenie z niej, przejawy utraty kontroli nad spektaklem, nieumiejętność używania rekwizytów bądź ich niewłaściwy wybór itd. Obciach pojawia się więc jako społeczna reakcja na brak kompetencji kulturowych. [...] Powyższa próba zdefiniowania, czym jest obciach, sugeruje, iż nie jest on cechą występów jednostki, ale raczej konsekwencją reakcji publiczności na nie. Oznacza to, iż jest on, podobnie jak śmieszność [...] wytwarzany przez tych, których można nazwać odbiorcami naszych występów²⁰.

Jacek Wasilewski zauważa, że

obciach ma charakter komunikacyjny. Jest efektem pewnego zachowania, wyrażenia związku z czymś, co zostało zdefiniowane negatywnie odniesienie dla tożsamości grupy. Obciach jako efekt wypowiedzi zyskuje znaczenie i przedstawia wartość tylko dla znających kod, w którym jest ono interpretowane. Ponieważ mamy społeczeństwo demokratyczne, w którym wydaje się, że wszyscy są równi i mają takie same prawa, grupy starają się wyróżnić stylem życia — w którym pewne czynności mają charakter znakowy — trzeba je zauważać, żeby utrzymywać tożsamość grupową²¹.

W perspektywie „wiejskości” waloryzowanej jako coś gorszego Wasilewski celnie odnotowuje, iż

Synonimami obciachu jest robienie poruty, przypału, kwasu, ale przede wszystkim — wiochy, wieśniactwa. W tej domenie znajdują się też takie wyrażenia, jak robienie chlewa, trzoda, wygląkanie jak krowa w kapuście, wystawianie słomy z butów itp. Metafora wioski jako antymiejskości jest kontynuacją podziału na dwór i plebs²².

Nieco dalej, choć w innym kontekście, badacz zauważa, że „Obciach przynależy zatem do zapóźnionych peryferii wspólnoty, ale nie do awangardy czy kontrkultury”²³. Podsumowując, należy wskazać, że

W komunikacie perswazyjnym o obciachu nadawca wyraża dezaprobatę, wskazując na swoją lepszość. Buduje u odbiorcy wiedzę o świecie podzielonym na zachowania przypisane lepszym i gorszym i wskazuje na zachowania pozwalające odróżnienie siebie od tych, którzy znajdują się poza granicami wstydu. Nadawca swój stosunek wyraża w oparciu o emocjonalny model podziału (np. metafora wieś/miasto), poprzez wykluczenie tworząc własną wspólnotę „normaliów”, którzy odczuwając zażenowanie obciachem innych, wykluczają je ze swojej wspólnoty, obśmiewając je²⁴.

W takiej perspektywie mutujących z sobą archeologicznych warstw — to jest wieków pańszczyźnianej niewoli, czasów komunizmu, w których trzeba było dbać o swoje, radzić sobie samemu, nie ufać nikomu, następnie lat dziewięćdziesiątych

²⁰ M. Krajewski, *Przedmiot, który dyskredytuje. Obciach i kultura materialna*, [w:] *Moda na obciach...*, s. 201–202.

²¹ J. Wasilewski, *Język obciachu*, [w:] *Moda na obciach...*, s. 93.

²² *Ibidem*, s. 98.

²³ *Ibidem*, s. 102.

²⁴ *Ibidem*, s. 105.

i wybuchowi przedsiębiorczości — wiele zachowań „typowego Janusza” staje się bardziej zrozumiałe. W pewnym sensie „typowy Janusz” to kwintesencja polskości. Jest racjonalny swoją wiejską racjonalnością. „Po co płacić za coś, czego nie zjem?”; „Wszak muszę spróbować przed zakupem — kota w worku nie kupię...” Miasto rządzi się jednak innymi kodami, co naraża go na śmieszność. Zachowania w dyskontach pokazują, że jest przedsiębiorczy na kapitalistyczną modłę lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Na wakacjach czuje się „panem”, bo go na to stać, co jest niczym innym jak odreagowaniem wiejskiej biedy, potrzebuje swojej przestrzeni na plaży, bo nigdy jej nie miał. „Typowy Janusz” jest jeszcze, w pewnych aspektach, prenowoczesny, co przejawia się szczególnie w podejściu do tych, którzy „handlują czasem”, szczególnie bankierów (a w konsekwencji do oferowanych przez nich kredytów) oraz agentów nieruchomości (ci ostatni robią coś, co może zrobić każdy). „Polaki cebulaki” to część polskiego społeczeństwa, która „nie załapała” się w pełni na kapitalistyczną nowoczesność, trochę przysnęła, zostając w tyle za tymi, którzy zbudowali swój nowoczesny wizerunek.

„Polaki cebulaki” jako kulturowa autoterapia

Odnutowałem w jednej z wcześniejszych części, że „Janusz” nie zawsze był „Januszem”, że z czasem imię utożsamiane z obciachem się zmieniało. Ta wymiana imion pokazuje, że „Januszem” może być każdy, gdyż każde imię może stać się synonimem „Janusza”. W tym sensie ta narracja jest bardzo demokratyczna (może dotknąć każdego) i antyesencjalistyczna, wszak w imieniu Janusz nie ma niczego obciachowego z istoty, jest obciachowe dzisiaj, ale nie będzie takie już jutro. To o tyle ciekawe, że — tak mi się przynajmniej wydaje — wywołuje w nas pewne przypuszczenie, iż my także możemy stać się „Januszami” (kiedyś mówiło się „głupi Jasiu”, a imię Michał było synonimem wioskowego głupka). Prowadzi to do postawienia pytania, czy i ja mam coś z „Janusza”? Czy opisane zachowania są moim udziałem? Moim zdaniem wielu z nas — twierdzą tak oczywiście jedynie na podstawie swoich rozmów ze znajomymi oraz częścią studentów, szczególnie przed upowszechnieniem się narracji o „typowych Januszach” — niekiedy zachowywało się w „cebulowaty” sposób. Przyznam, że moim udziałem było stawanie przy dwóch kasach (ja w innej, dziewczyna w innej), co jest zachowaniem przypisanym do „typowych Januszy”. Kiedy czynię takie wyznanie, niektórzy przyznają się do swojej „januszowości” w myśl zasady, że jeśli przyznaje się do tego doktor nauk humanistycznych, to nie będzie to większym wstydem dla mnie niż dla niego. Ten fakt staje się pretekstem, żeby spojrzeć na opisaną część polskiego społeczeństwa łagodniejszym okiem, gdyż samemu jest się po prostu jej częścią. Czy nigdy nie przemknęło nam przez myśl, żeby spróbować winogron, których kiść kupimy? Oczywiście, że tak. Nie robimy tego tylko dlatego, że boimy się kompromitacji

(oka ochroniarza lub kamery), a dzisiaj również posądzenia o bycie „typowym Januszem”. Czy nikt z nas nie stał w dwóch kolejkach przed upowszechnieniem narracji o „Polakach cebulakach”? Dzisiaj już tego nie będziemy robić (tak jak i ja tego już nie robię), gdyż skutecznie kontrolujemy samych siebie. W tym sensie można powiedzieć, że „januszowatość” w nas nie zostaje uzewnętrzniona, stajemy się ludźmi, w których psychice toczy się walka między kontrolowaniem samego siebie (swojej „januszowatości”) a uwewnętrznianiem kodów kultury „nie-Polaków cebulaków”, co jest jednak równoznaczne z egzorcyzmowaniem wiejskości — widać zatem, że zjawisko „Polaków cebulaków” nie jest tak jednoznaczne, jak może się wydawać, gdyż jest jednocześnie wewnątrzpsychicznym pozbywaniem się wstydu z wiejskiego pochodzenia (przez milczące przyznanie się do niego) i usuwaniem go poprzez samokontrolę narzuconą przez kody miejskie. Z kolei „typowy Janusz” to człowiek wolny, żaden więzień społecznego panopticonu — za nic ma kody nie swojej kultury. Jest taki, jaki jest, i jest mu z tym dobrze — nie przyjmuje postawy zdystansowanej względem swoich przekonań i zachowań, to jest bowiem udziałem tych, którzy podobnie jak ja, nie będąc „typowymi Januszami”, odkryli w sobie pokłady „januszowatości”.

Zakończenie. Figura „typowego Kuźniara”, czyli co naprawdę jest śmieszne

Znany dziennikarz TVN-u, Jarosław Kuźniar, w wywiadzie dla „Grazii” opisywał swoje rodzinne wakacje w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Stwierdził, że w podróż nie zabierał żadnych potrzebnych mu rzeczy, na przykład wianienki do kąpania dwuletniej córki, krzeselka czy fotelika samochodowego. Jak stwierdza: „Pojechaliśmy do Walmartu, kupiliśmy wszystko, co było nam potrzebne, a pod koniec podróży wszystko oddaliśmy, mówiąc, że nam nie pasowało”²⁵. W ten sposób oszczędzał nie tylko na lotniczym bagażu, ale na kupnie potrzebnych rzeczy, na które na pewno było go stać. Tym samym postąpił jak „typowy Janusz”, gdyż takie zachowanie, i jeszcze w dodatku publiczne pochwalenie się nim, jest kwintesencją „cebulowatości”. Co ciekawe, Kuźniar piętnował nieumiejętność zachowania się Polaków za granicą, a w opisanym przykładzie zdradził mocno w nim tkwiące pokłady „januszowatości”. Koniecznie trzeba przy tym odnotować, że nie pochodzi on ze wsi, nie jest w sensie społeczno-klasowym „typowym Januszem”, to wszak elita naszego społeczeństwa — nowoczesny, zadbany, dobrze zarabiający za swoją prestiżową pracę dziennikarz stacji kierującej swój przekaz do takiej właśnie części polskiego społeczeństwa.

²⁵ Po niefortunnej wypowiedzi Jarosław Kuźniar antybohaterem rekordowej serii wpisów na Twitterze, <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/po-niefortunnej-wypowiedzi-jaroslaw-kuzniar-antybohaterem-rekordowej-serii-wpisow-na-twitterze> (dostęp: 12.01.2020).

Przykład ten pokazuje, po pierwsze, że „wiejskość” jest ideologiczno-klasową fantazją, która wcale nie musi mieć związku z rzeczywistością społeczną, gdyż można zachować się jak „typowy Janusz”, będąc mieszkańcem wielkiego miasta, co z kolei potwierdza moją tezę, iż wszyscy mamy coś z Janusza. Po drugie, to już moja subiektywna opinia, nikt nie jest tak śmieszny jak nieświadomy kulturowo podmiot nierozpoznający w sobie pokładów „januszowości”, czyli „Polak cebulak” naśmiewający się z „Polaków cebulaków”, myślący, iż tym „Polakiem cebulakiem” nie jest.

Bibliografia

- Barthes R., *Mitologie*, Warszawa 2000.
- Burszta W.J., *Asteriks w Disneylandzie. Zapiski antropologiczne*, Poznań 2001.
- Eco U., *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa 1972.
- Eco U., *Semiologia życia codziennego*, Warszawa 1999.
- Godzic W., *Obciach — to, czego celebryci nie znają?*, [w:] *Moda na obciach*, red. J. Nowiński, Elbląg 2008, s. 55–77.
- Kamińska M., *Niečne memy: dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011.
- Krajewski M., *Przedmiot, który dyskredytuje. Obciach i kultura materialna*, [w:] *Moda na obciach*, red. J. Nowiński, Elbląg 2008, s. 201–213.
- Lewiński D., *Czas, media, zmiana. Uwagi o uczasowieniu nowoczesności*, [w:] *Zmiany, metamorfozy, rewolucje*, red. M. Czapiga, K. Konarska, Wrocław 2018, s. 95–107.
- Rydlewski M., *Nowi-starzy obcy w realnym kapitalizmie. Mieszkańcy polskiej wsi jako ofiary własnego stylu życia (na przykładzie wybranych obrazów medialnych)*, [w:] *Retro sentyment, retro moda, retro nadzieje*, red. M. Czapiga, M. Rydlewski, Wrocław 2020 [w druku].
- Rydlewski M., *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów*, Wrocław 2019.
- Sroka J., *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa 2014.
- Wasilewski J., *Język obciachu*, [w:] *Moda na obciach*, red. J. Nowiński, Elbląg 2008, s. 91–107.
- Wójcicka M., *Memy internetowe jako nośniki pamięci zbiorowej*, [w:] *Popkulturowe formy pamięci*, red. S. Buryła, L. Gąsowska, D. Ossowska, Warszawa 2018, s. 159–172.
- Wróblewski M., *Od kultury do tego, co kulturowe — o szkole z Birmingham*, [w:] *Kultura i hegemonia. Antologia tekstów szkoły z Birmingham*, red. M. Wróblewski, Toruń 2012, s. 13–45.
- Zaremska-Szatan K., *Uboga Madonna. Początki dokumentacji nierówności społecznych XX wieku*, [w:] *Słabo to widzę... Kultura wizualna a nierówności społeczne*, red. P. Ruta, M. Żurawska, Poznań 2016, s. 17–31.

Źródła internetowe

- Inteligent patrzy na chłopa. Z Izabellą Bukrabą-Rylską rozmawia Aleksandra Bilewicz*, „Nowe Peryferie — Magazyn Idei” 8.09.2014, <https://nowe-peryferie.pl/index.php/2014/09/inteligent-patrzy-chlopa/> (dostęp: 1.06.2015).
- Po niefortunnej wypowiedzi Jarosław Kuźniar antybohaterem rekordowej serii wpisów na Twitterze*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/po-niefortunnej-wypowiedzi-jaroslaw-kuzniar-antybohaterem-rekordowej-serii-wpisow-na-twitterze> (dostęp: 12.01.2020).
- Smolińska T., *Chamofobia ma się dobrze*, „Wyborcza.pl” 5.07.2012, http://wyborcza.pl/magazyn/1,127524,12080016,Chamofobia_ma_sie_dobrze.html (dostęp: 5.07.2013).