

Sławomir Doległo

Uniwersytet Jagielloński

ORCID: 0000-0003-0555-3272

Partyzantka semiotyczna. Historyczne analogie i dekonstrukcje w praktykach medialnych turbo- i softpatriotów

Streszczenie

Ostentacyjne przywoływanie patriotyzmu i narodowych symboli, ich polityczna instrumentalizacja i indoktrynacja odbywają się dziś w atmosferze permanentnego sporu tożsamościowego. Rezerwuar postaci i symboli historycznych dostarcza jego obu stronom instrumentów do manifestacji swoich idei i reprodukcji podstawowej antropologicznej dychotomii: „my” *versus* „oni”. Historyczne analogie służą usprawiedliwianiu obywatelskiego nieposłuszeństwa, a pamięć zbiorowa jest powszechnie włączana w repertuar praktyk kontestacyjnych, szczególnie przez przedstawicieli młodego pokolenia, którzy skutecznie korzystają z nowych technologii komunikacyjnych i kodów popkultury. Dążąc do ustanowienia własnej reprezentacji symbolicznej, przechwytyują postawy i narzędzia reprezentowane przez oficjalny dyskurs pamięci, dekonstruują narodowe mity i obalają uprzywilejowane wzorce patriotyzmu. Artykuł ukazuje, w jaki sposób „turbopatriotyzm” i „softpatriotyzm” stały się osiami polskiej debaty o symbolicznym głównym nurcie i peryferiach, a także, jak młodzi Polacy podważają hegemoniczne wzorce świadomości historycznej.

Słowa kluczowe: turbopatriotyzm, softpatriotyzm, pamięć kulturowa, przeciw-pamięć, reprezentacja symboliczna.

Semiotic Guerilla. Historical Analogies and Deconstructions in Media Practices of Turbo- and Softpatriots

Abstract

Currently, ostentatious evocation of patriotism and national symbols, their political instrumentalization and indoctrination exists in an atmosphere of permanent identity dispute. The reservoir of historical figures and emblems provides its both sides with instruments to manifest their ideas and multiply the basic anthropological dichotomy: ‘we’ *versus* ‘they’. Historical analogies are used to justify civil disobedience. Collective memory is commonly included in the repertoire of contestation practices, especially by the members of young generation, effectively using new communication technologies and codes of pop culture. Striving to establish their own symbolic representation, they intercept the attitudes and tools represented by the official memory discourse, they deconstruct national myths, and subvert privileged patriotic patterns. The article presents how so-called ‘turbopatriotism’ and ‘softpatriotism’ become the axis of Polish debate about

the symbolic mainstream and periphery and how young Poles discredit hegemonic patterns of historical awareness.

Keywords: turbopatriotism, softpatriotism, cultural memory, counter-memory, symbolic representation.

Wprowadzenie

W 2016 roku ukazały się dwie ważne książki podejmujące problematykę polskiego patriotyzmu i jego współczesnych kulturowych, społecznych i politycznych (re)prezentacji: analityczne opracowanie *Jaki patriotyzm?* Anny Wiłkomirskiej i Adama Fijałkowskiego oraz *Kulturowe analizy patriotyzmu* pod redakcją Katarzyny Kulikowskiej i Cezarego Obrachta-Prondzyńskiego. Obie powstały w cieniu okrągłych rocznic (siedemdziesiątej piątej zakończenia drugiej wojny światowej, siedemdziesiątej wybuchu powstania warszawskiego, dwudziestej piątej częściowo wolnych wyborów i początku transformacji ustrojowej) i niepokojących wyzwań współczesności (neoimperialnej polityki Rosji, załamania integracji europejskiej i eskalacji kryzysu migracyjnego). W obu wyrażone zostały obawy o polityczną instrumentalizację postaw patriotycznych, radykalizację nacjonalistycznej retoryki i wykluczający potencjał historycznych analogii.

Autorzy pierwszej, obserwując „hałas, ostentację, częstotliwość przywoływania patriotyzmu i narodowych symboli [...]”¹ wskazywali, że w ostatnich dekadach nie były one przedmiotem refleksji i analiz polskich filozofów, socjologów, psychologów i pedagogów, a głosu tych ostatnich brakuje dziś najbardziej – „do obowiązków naukowych oraz społecznych pedagogów należy bowiem refleksja nad wartościami ważnymi społecznie, a także nad procesami budowania orientacji moralnych”². Redaktorzy drugiej podkreślali z kolei, że

[...]akademickie, naukowe analizy nie są i nigdy nie będą głównym aktorem czy głosem w debacie o patriotyzmie i w debacie patriotycznej. Ta debata toczy się wokół nas – w mediach, w sztuce, na ulicach i stadionach. Toczy się w sposób, który nas fascynuje, intryguje, cieszy, ale też smuci i przeraża [...]³.

Nawiązując do medialnych doniesień o tożsamościowych nadużyciach i nacjonalistycznych ekscesach Kulikowska i Obracht-Prondzyński podkreślali, że

głęboka refleksja nad patriotyzmem jest możliwa. I nie musi się ona toczyć w rytm bojowych okrzyków oraz odpalanych rac. Co nie oznacza, że my właśnie jako naukowcy, badacze, socjolodzy, antropolodzy, politolodzy, literaturoznawcy, historycy i tak dalej nie powinniśmy pytać i badać, kim są ci, którzy „dyskutują” za pomocą kamieni i rac. Kim są ci, którzy stoją obok i im kibicują? Kim są ci, którzy z nimi się zgadzają? Którzy najchętniej zakazaliby

¹ A. Wiłkomirska, A. Fijałkowski, *Jaki patriotyzm?*, Difin, Warszawa 2016, s. 8.

² *Ibidem*, s. 10.

³ C. Obracht-Prondzyński, K. Kulikowska, *Kulturowe analizy patriotyzmu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016, s. 10.

im robienia takich rzeczy? I ci, którym jest to obojętne? Jednym słowem, kim jesteście my wszyscy? Bo pytanie o patriotyzm jest pytaniem o nas⁴.

Badacze wskazywali również, że żyjemy w czasie „wielkich ambiwalencji” – obok fali patriotycznego uniesienia obserwujemy równie wielką falę rozczarowania, rozgoryczenia, wręcz niechęci do swoich wspólnot. „Widzimy masy ludzi, którzy porzucają swoje ojczyzny i uciekają przed wojną, przed przemocą, biedą i korupcją. Widzimy ludzi, którzy buntują się przeciwko temu, jak są urządzone ich kraje”⁵.

Ambiwalencje, o których wspominali Kulikowska i Obracht-Prondzyński, opisał szczegółowo semiotyk Marcin Napiórkowski w książce *Turbopatriotyzm*, tworząc dychotomiczny obraz dwóch konkurujących ze sobą projektów polskiego „umiłowania ojczyzny”. Tytułowemu patriotyzmowi opartemu na waloryzowaniu przeszłości, lęku przed obcością i utratą tożsamości przeciwstawił patriotyzm prospektywny, ale łatwo popadający w samozachwyty i ignorancję. W swoich rozważaniach dowiódł, że areną walki pomiędzy tymi dwoma modelami nie jest partyjna polityka, ale zmediatyzowana popkultura. Jej szczególnymi konsumentami są przedstawiciele młodego pokolenia, którzy biegle posługują się nowoczesnymi narzędziami komunikowania i jeszcze bieglej wykorzystują kody kultury popularnej we współczesnych sporach ideologicznych. Są kreatywnymi, sprytnymi i błyskotliwymi użytkownikami mediów – sprawnie wyszukują pożądane treści, a dzięki partycypacyjnym narzędziom dostosowują je do swoich indywidualnych potrzeb, a także agendy subkultury, neoplemienia, ugrupowania politycznego, grupy społecznej czy towarzyskiej, z którymi się utożsamiają. Tworzone przez nich analogie, transformacje i resemantyzacje służą komunikacji lub polemice – prowadzą do porozumienia z innymi, albo wyrażają sprzeciw wobec znormalizowanych wartości, konwencji i ideologii.

W artykule zostaną zaprezentowane aktualne praktyki tworzenia historycznych analogii oraz dekonstruowania faworyzowanych politycznie wzorców patriotyzmu i kontestowania hegemonicznych obiegu pamięci przez młodych użytkowników polskich mediów. Do ich charakterystyki posłużą wspomniane koncepcje turbo- i soft-patriotyzmu, a także zakorzeniona w filozofii Michela Foucaulta idea „przeciw-pamięci” odnosząca się do alternatywnych reprezentacji przeszłości i epistemologii oporu, mających na celu delegitymizację uprzywilejowanych stosunków władzy.

Poetyka późnego kapitalizmu

„Problem funkcjonalności przeszłości w teraźniejszości ma coraz większe znaczenie polityczne, społeczne, kulturowe” – zauważa kulturoznawczyni Magdalena Saryusz-Wolska, wskazując, że „historia staje się coraz istotniejszym elementem sfery publicznej,

⁴ *Ibidem*, s. 11.

⁵ *Ibidem*, s. 10.

mediów masowych, a nawet rynku⁶. Rozważając o statusie badań pamięci, badaczka przywołuje postać niemieckiego historyka Reinharta Kosellecka, krytycznie odnoszącego się do ekspansji tak zwanego *memory boom* i jego naukowych implikacji. Przestrzegając przed traktowaniem pamięci jako arbitralnego narzędzia do opisu współczesnej kultury, postulował on, aby w swoich badaniach zawsze zadawać trzy fundamentalne pytania: kto pamięta?, co jest pamiętane? oraz jak jest pamiętane? Saryusz-Wolska uzupełnia tę listę o jeszcze jedno: dlaczego?, i przekonuje, że ta prosta reguła „pozwała zachować analityczny porządek i dyscyplinę myślenia w mglistym obszarze badań pamięci⁷”. Triada Kosellecka okazuje się jednak nie tylko ważnym rozwiązaniem metodologicznym, lecz także kluczem do interpretacji aktualnych konfliktów społecznych i pokoleniowych systemów wartości.

Obserwując nowe obiegi pamięci, Marcin Napiórkowski dochodzi do wniosku, że w coraz mniejszym stopniu składa się ona z dat i faktów historycznych, natomiast w coraz większym – z identyfikacji wizualnej, haseł i różnorodnych praktyk komunikacyjnych, które tworzą popularne marki i regulują nasze zachowania konsumenckie. Jego zdaniem język boomu pamięciowego koresponduje z językiem współczesnego globalnego kapitalizmu, który dla większości z nas staje się naturalnym środowiskiem komunikacji.

Gdy nauczyliśmy się jako społeczeństwo budować swoją tożsamość z marek – poprzez dobór koszulek i tenisówek, jedzenia i samochodów – to umiejętność tę z łatwością przekładamy na inne sfery życia, oznaczając «swoich» i «obcych» także poprzez urynkowane znaki pamięci⁸

– przekonuje badacz. W swoich rozważaniach odwołuje się do ustaleń brytyjskiego kulturoznawcy Tima Edensora⁹ na temat (re)prezentacji, performatyki i materializacji tożsamości narodowej przez kulturę popularną. Posługując się zróżnicowanymi przykładami, obejmującymi przede wszystkim zwyczaje i dobra konsumenckie, ukazuje, w jaki sposób idee i wartości patriotyczne wnikają w materię codzienności, ulegając społecznej internalizacji, popkultura i jej przemysły zaś stwarzają warunki dla konstruowania afirmatywnej wizji wspólnoty narodowej. W takich okolicznościach kapitalistycznymi nośnikami zbiorowej tożsamości stają się nie tylko narodowe symbole, panteon bohaterów czy kanon utworów literackich i pieśni patriotycznych, lecz także „zmitologizowane postaci, które uważamy za istotne, i smaki tradycyjnych potraw i codzienne rytuały, które przyjmujemy za własne¹⁰”.

Według Napiórkowskiego „historię postrzega się jako markę, którą należy promować i o której rozpoznawalność trzeba dbać, ponieważ przynosi to korzyści zarówno moralne

⁶ M. Saryusz-Wolska, *Przeszłość i przyszłość badań pamięci. Czy potrzebujemy nowej dyscypliny?*, „Politeja” 2020, t. 65, nr 2, s. 22.

⁷ *Ibidem*, s. 21.

⁸ M. Napiórkowski, *Kod kapitalizmu. Jak Gwiezdne Wojny, Coca-Cola i Leo Messi kierują twoim życiem*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2019, s. 211–212.

⁹ T. Edensor, *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*, przekł. A. Sadza, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.

¹⁰ M. Napiórkowski, *Kod kapitalizmu...*, s. 193.

(uznanie cierpienia czy heroizmu), jak i ekonomiczne”¹¹. W tym sensie wzorem skutecznego konstruowania pamięciowej marki (a nawet franczyzy kulturowej) w Polsce stało się powstanie warszawskie. Jak zauważa badacz, od 2004 roku

Wprowadza [ono] na polskie ulice nową kulturę pamięci, a wraz z nią nowe praktyki celebrowania historii, ściśle powiązane z rynkiem. W przestrzeni publicznej powstanie istnieje na tej samej zasadzie co Nike, Pokemony czy Gwiezdne wojny. Nie chodzi tu w żadnym wypadku o podważanie jego historycznej prawdziwości albo samą tylko komiksową stylistykę, lecz o materialne nośniki i praktyki, poprzez które do powstania odwołują się ci, którzy uczestniczą w jego zbiorowej pamięci. [...] Powstanie materializuje się poprzez niezliczone, bardzo zróżnicowane przedmioty, tworzące rozproszoną chmurę rzeczy, zdarzeń i wyobrażeń. W postaci tatuaży, koszulek czy nalepek na zderzakach powstanie wyróżnia pamiętających z tłumu, pozwalając na autoidentyfikację i wzajemne rozpoznanie. Jako gra planszowa bawi, uczy i wychowuje do patriotyzmu młode pokolenie. Jako muzeum – przyciąga turystów, zapewnia edukację i rozrywkę. Powstanie pojawia się w książkach i filmach, na płytach i w komiksach; jednoczy uczestników podczas masowych wydarzeń kulturalnych i ceremonii upamiętniających¹².

Choć taka perspektywa może na pierwszy rzut oka wydawać się obrazoburcza, Napiórkowski podkreśla, że powstanie warszawskie podlega dziś prawom rynku, w sensie nie tyle ekonomicznym, ile kulturowym. Wydarzenie to, będące centralnym węzłem polskiego dyskursu pamięci, posiada nawet własną identyfikację wizualną i unikalną estetykę.

W swoich rozważaniach Napiórkowski opisuje późny kapitalizm jako uwarunkowany ekonomicznie system obiegu wyobrażeń. Zakładając, że przyzwyczailiśmy się postrzegać to pojęcie przez pryzmat produkcji i konsumpcji dóbr, wskazuje, że

materiał dla naszych fantazji i światopoglądów także się akumuluje, produkuje przemysłowo, reklamuje i sprzedaje. [...] Późny kapitalizm jest w tym sensie określeniem nie systemu ekonomicznego, lecz raczej czegoś w rodzaju epoki literackiej czy formacji kulturowej, na tej samej zasadzie co oświecenie czy romantyzm¹³.

Wyznacza bowiem określone wzorce estetyczne, reguły logiczne i kanony wartości, które znajdują wyraz w produktach popkultury, przekazach medialnych i codziennych praktykach ich użytkowników. Podkreślając nieuchronny wymiar tak rozumianego systemu wyobrażeń, badacz wyjaśnia, że za pomocą jego kodu budujemy także naszą tożsamość, uczucia, więzi społeczne, a nawet obraz przeszłości i fantazje o przyszłości.

W ten sposób współtworzymy świat, w którym na wielu poziomach niemożliwe staje się jednoznaczne odróżnienie rzeczywistości od reklamy – orzeczenie, co jest spontanicznym działaniem, a co kampanią marketingową, co jest fabułą filmu, a co dodanym do niej *product*

¹¹ *Ibidem*, s. 209.

¹² *Ibidem*, s. 210.

¹³ *Ibidem*, s. 30.

placement, gdzie kończy się radość z używania produktu, a zaczyna nieświadomy udział w akcji promocyjnej¹⁴.

Język historycznych analogii

Trybunał Konstytucyjny 22 października 2020 roku orzekł o niezgodności z polską ustawą zasadniczą prawa do aborcji w przypadku ciężkiego i nieodwracalnego upośledzenia płodu, kwestionując tak zwany kompromis aborcyjny wypracowany w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Zaostrzenie prawa aborcyjnego doprowadziło do masowych protestów w obronie praw kobiet, które odbyły się na ulicach polskich miast i miasteczek, mimo obostrzeń sanitarnych wynikających z przeciwdziałania rozpowszechnianiu się pandemii SARS-CoV-2. Ich uczestnicy, w głównej mierze przedstawiciele młodego pokolenia, domagali się nie tylko prawa do decydowania o swoim ciele, lecz także poszanowania zasad praworządności.

Symbolem protestów stała się czerwona błyskawica, która przez niektórych polityków i hierarchów kościelnych została skojarzona z emblematami Hitlerjugend i SS. Ich oskarżenia o propagowanie nazistowskich wzorców spotkały się z krytyką środowisk kombatanckich, których przedstawiciele przypominali, że symbolu do złudzenia przypominającego logo Strajku Kobiet używały w czasie okupacji Grupy Szturmowe Szarych Szeregów. Trzeciego dnia protestów w mediach społecznościowych pojawiły się wizualizacje, będące trawestacjami ikonicznego plakatu Tomasza Sarneckiego, używanego do wzięcia udziału w częściowo wolnych wyborach z 1989 roku. Postać Gary'ego Coopera, wcielającego się w rolę szeryfa Willa Kane'a w westernie *W samo południe*¹⁵, została na nich zastąpiona wizerunkami bohaterki kina akcji, a logo Solidarności – wulgaryzmem wyrażającym stosunek protestujących do sprawujących władzę.

Piątego dnia do protestów odniósł się lider obozu rządzącego Jarosław Kaczyński. Jego sześciominutowe wystąpienie, udostępnione również za pomocą *social mediów*, zostało zestawione z archiwalnym nagraniem z 13 grudnia 1981 roku, w czasie którego generał Wojciech Jaruzelski ogłasza wprowadzenie na terenie Polski stanu wojennego, sam zaś Kaczyński stał się bohaterem internetowych memów i wirali. Intertekstualne nawiązania na ośmieszających rząd transparentach, stanowiących oprawę demonstracji przywołały skojarzenia z antykomunistyczną Pomarańczową Alternatywą lat osiemdziesiątych. W takich okolicznościach, na przełomie października i listopada 2020 roku, zabierając głos na temat ważnych kwestii społecznych, po raz kolejny posługiwaliśmy się językiem historycznych analogii. Dostrzeżenie ich znaczenia w definiowaniu bieżących kryzysów – gospodarczych, politycznych czy militarnych według Napiórkowskiego „pozwała pokazać bezpośredni związek między pamięcią a decyzjami dotyczącymi teraźniejszości i przyszłości”¹⁶.

¹⁴ *Ibidem*, s. 32.

¹⁵ „W samo południe” 1952, reż. F. Zinnemann, USA.

¹⁶ M. Napiórkowski, *Polityka pamięciowych analogii*, „Res Publica Nowa” 2017, t. 229, s. 7.

Jesienne protesty z 2020 roku stały się kolejną odsłoną sporu ideologicznego, jaki toczy się w Polsce od kilkunastu lat i którego uczestnicy ochoczo sięgają do narodowego imaginarium, dobierając z niego symbole zgodne z bieżącymi, partykularnymi intencjami. Rezerwuar historycznych postaci, emblematów i sentencji dostarcza obu stronom instrumentów do demonstracji swoich poglądów i manifestacji podstawowej antropologicznej dychotomii: MY *versus* ONI. Historyczne analogie służą do wyrażania obywatelskiego nieposłuszeństwa, a pamięć coraz powszechniej zostaje wpisywana w repertuar praktyk kontestacji. Podczas próby zaostrenia prawa aborcyjnego w 2016 roku uczestniczki tak zwanego Czarnego Protestu posługiwały się transparentami, na których znak Polski Walczącej (objęty ochroną prawną na mocy ustawy z 2014 roku) został przekształcony przez dorysowanie dwóch kropek, przywołujących skojarzenie z kobiecymi piersiami. „Polka Walcząca” stała się wymownym symbolem sprzeciwu wobec ograniczania praw kobiet i okazją do przypomnienia ich zasług w walce o niepodległość ojczyzny¹⁷. Inne uczestniczki Protestu unosiły nad głowami transparenty z hasłem „Macice wyklęte”, jednoznacznie nawiązując do działalności polskiego podziemia niepodległościowego, którego fenomen „odegrał istotną rolę w procesie budowania tożsamości obozu prawicy [...], a także wpłynął na jej podwójne zwycięstwo wyborcze w roku 2015”¹⁸. Jak zauważają publicyści, opowieść o Żołnierzach Wyklętych zawładnęła umysłami wielu Polaków, utrwalając mit antysystemowości, której stali się symbolem. W czasie Czarnego Protestu pravicowa narracja o niezłomnych bohaterach została jednak zdekonstruowana przez środowiska feministyczne, które zreżymowały ją do własnych celów.

Podobne praktyki wyznaczają *modus operandi* funkcjonującej w mediach społecznościowych inicjatywy Progresywny Nacjonalizm. Jej twórcy, dekonstruując ksenofobiczne hasła towarzyszące manifestacjom środowisk nacjonalistycznych, ośmieszają stosowaną przez nie mowę nienawiści i promują pozytywne postawy obywatelskie. Na stworzonych fotomontażach „narodowcy noszą tęcze flagi, głoszą hasła równości i tolerancji, a nawet namawiają do badań prostaty”¹⁹. Kształtują wrażliwość ekologiczną („Śmieć wrogiem ojczyzny”), przypominają o zasadach bezpieczeństwa („Kamizelki odbłaskowe chronią życie narodowe”), promują czytelnictwo („Dobra książka, orzeł biały to są nasze ideały”) i dbają o dobrostan zwierząt („Dobry patriota adoptuje psa lub kota”). Tym postulatom patronuje postać husarza (to motyw szczególnie popularny w komunikacji wizualnej tak zwanych środowisk narodowych) otoczona tęczą

¹⁷ O pomijaniu wątków feministycznych przez oficjalną historiografię wypowiada się m.in. Weronika Grzebalska w pracy *Płeć powstania warszawskiego*, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 2013.

¹⁸ K. Mazur, *Gra o pamięć. Nowe rozdanie*, „Plus Minus” 2017, 25–26 II, nr 8, s. 10.

¹⁹ MS, „Śmieć wrogiem ojczyzny”. *Tylko tam narodowcy noszą tęcze flagi i namawiają do badań prostaty*, „Newsweek”, 18.05.2018, <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/progresywny-nacjonalizm-przerabia-transparenty-i-hasla-narodowcow/vy84nd0>, (dostęp: 14.10.2022).

i dwunastoma gwiazdami z flagi Unii Europejskiej²⁰. Tłumacząc swoje motywacje, twórcy profilu podkreślają, że

cała ta nacjonalistyczna idea niczemu nie służy. [...] Gdyby narodowcy w przeciwieństwie do «sierpem i młotem czerwoną hołotę» chodzili z takim transparentami jak «badaj prostatę» albo «badania onkologiczne dla wszystkich», miałyby to jakiś sens społeczny²¹.

Za pomocą swoich grafik przeciwstawiają się symbolicznym nadużyciom i instrumentalizacji patriotyzmu, wskazując na jego produktywny, obywatelski charakter.

Błyskotliwe „przechwytywanie” nacjonalistycznej mowy nienawiści przypomina skonwencjonalizowaną przez sytuacjonistów technikę *détournement* i anarchistyczną antykapitalistyczną praktykę *subvertisingu*. Jak przekonuje Małgorzata Lisowska-Magdziarz,

i tu, i tu chodzi o dokonywane z różnych pozycji resemantyzacje, dekonstruowanie czy wywracanie znaczenia tekstów o uznanym statusie w hierarchii kulturalnej, utrwalonym znaczeniu społecznym czy też jawnym charakterze perswazyjnym i ideologicznym²².

Medioznawczyni wiąże te praktyki z filozoficzną teorią Michela de Certeau, w której porządek społeczny wyraża się we współistnieniu strategii i taktyk.

Są zatem strategie: nakazy, zakazy, dyrektywy, normy, logika produktywności narzucana podporządkowanym przez panujących – i są podporządkowani odcinający się poprzez taktyki: kpinę, ironię, żarty, plotki, parodiowanie i wykorzystywanie dla własnych celów nieproduktywnych odpadów produkcyjnego systemu²³.

Sam Certeau postulował postrzeganie taktyki jako „sztuki oporu” i wskazywał, że zawsze dostosowuje się ona do określonej sytuacji, „korzysta ze «sposobności» i od nich zależy, nie posiadając bazy, w której mogłaby zdobywać przewagę, powiększać własność i planować ataki”²⁴. Dostrzegając kulturowe kompetencje jej praktyków, przekonywał,

²⁰ Na początku listopada 2020 roku w sieci pojawił się plakat promujący Marsz Niepodległości, organizowany co roku w Warszawie przez środowiska narodowe w celu demonstracji przywiązania do polskiej i katolickiej tradycji. Na plakacie wystylizowany na komiksową modłę husarz z białą-czerwonymi skrzydłami rozbija mieczem tęczę gwiazdę, jednoznacznie nawiązującą do symboliki środowisk LGBT. Nad husarzem twórcy grafiki umieścili hasło Marszu: „Nasza cywilizacja, nasze zasady”.

²¹ *Ibidem*.

²² M. Lisowska-Magdziarz, *O pociechach ze sztuki (przeobrażonej). Miniesej napisany w niezbyt dobrowolnym odosobnieniu [w:] Od modernizacji do mediosfery. Meandry transformacji w komunikowaniu*, red. A. Cieślakowa, P. Płaneta, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2020, s. 323.

²³ *Ibidem*, s. 322.

²⁴ M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 37.

że taktyka „to żart «słabego» w porządku ustalonym przez «silnego», sztuka robienia sztuczek w polu innego [...]”²⁵.

Z tej filozofii wyrasta tak zwany Mazurek Kapeli, za pomocą którego w 2015 roku lewicowy aktywista zmanifestował swój sprzeciw wobec antyuchodźczej polityki polskiego rządu. Trawestując hymn, postanowił wezwać do solidarności z ofiarami totalitarnych reżimów i konfliktów zbrojnych, poszukujących schronienia w Europie.

Jeszcze Polska nie zginęła, kiedy my żyjemy, nasza bieda już minęła, migrantów przyjmujemy.
Marsz, marsz uchodźcy, z ziemi włoskiej do Polski, za naszym przewodem, łączcie się z narodem²⁶

– brzmiały słowa prouchodźczego manifestu, z powodu którego Kapela spotkał się z zarzutami o znieważanie symboli narodowych i został uznany winnym przez sądy dwóch instancji. Dzięki interwencji Rzecznika Praw Obywatelskich jego sprawa znalazła rozstrzygnięcie w Sądzie Najwyższym, który pod koniec 2019 roku orzekł, że aktywista nie sprofanował hymnu, ale wręcz przeciwnie – wystąpił w ważnym interesie publicznym. „Tematyka uchodźców wymaga nagłośnienia, a w sposobie interpretacji Mazurka Dąbrowskiego przez obwinionego nie znajdujemy niczego nagannego” – uzasadniali sędziowie²⁷. Odnosząc się do tych słów, Kapela zapowiedział nagranie profesjonalnego teledysku dla swojego utworu, a także stworzenie jego kolejnych wersji – przede wszystkim dekonstruujących homofobiczną retorykę pravicowych polityków²⁸.

Przyglądając się, w jaki sposób symbole historyczne funkcjonują w kulturze popularnej (na odzieży patriotycznej, tatuażach i muralach, w komiksach, powieściach i kinie), a także jak zostają zagospodarowane w czasie bieżących sporów ideologicznych, Napiórkowski przekonuje, że „obramowanie przeszłych wydarzeń w struktury podkreślające tożsamość uczestników analogiczną ze współczesnością pozwala na ich wykorzystanie jako skutecznych narzędzi mobilizacji społecznej”²⁹. Według badacza każde historyczne wydarzenie służące za analogię dla współczesności zostaje zredukowane do kilku prostych cech, co umożliwia zestawienie aktualnych i minionych zdarzeń w parę na zasadzie podobieństwa/powtórzenia lub przeciwstawienia/odwrócenia. „Dzięki temu «pouczamy chwalebny tradycję» bądź «uczmy się na błędach», a nawet «naprawiamy historyczne winy»”³⁰. Odwołując się do założeń strukturalizmu, Napiórkowski podkreśla, że historyczne analogie nie działają bezpośrednio, lecz poprzez określone toposy umożliwiające podniesienie minionych wydarzeń do rangi pewnych uniwersalnych zjawisk, a następnie przekształceniu ich w paradygmat dla interpretacji bieżących zagrożeń.

²⁵ *Ibidem*, s. 40.

²⁶ *Mazurek Kapeli – Polacy witają uchodźców*, https://www.youtube.com/watch?v=dA-X4vJiO9Aw&feature=emb_title, (dostęp: 14.10.2022).

²⁷ A. Łukaszewicz, *Przeróbka hymnu go nie znieważa – wyrok SN*, „Rzeczpospolita” 15.10.2019, <https://www.rp.pl/Dobra-osobiste/310159990-Przerobka-hymnu-go-nie-zniewaza---wyrok-SN.html>, (dostęp: 14.10.2022).

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ M. Napiórkowski, *Polityka pamięciowych analogii...*, s. 7.

³⁰ *Ibidem*, s. 8.

Jego zdaniem można traktować je jako przykład myślenia magicznego – „objaśniają one nieznanne za pomocą tego, co oswojone”³¹. W takich warunkach przeszłość staje się rezerwuarem wrażeń i idei, „supermarketem pamięci”, z którego korzystamy zgodnie z aktualnym zapotrzebowaniem.

Retoryka przeciw-pamięci

Obserwując kolejne odsłony polskich sporów ideologicznych, Napiórkowski wprowadza do dyskursu dwie dychotomiczne kategorie pozwalające na charakterystykę odmiennych projektów polskości, które określa jako soft- i turbopatriotyzm. Wyprowadzając definicję tego drugiego z muzycznej historii Bałkanów (turbofolk to styl muzyczny, który rozwinął się na terenie byłej Jugosławii), ukazuje, w jaki sposób nacjonalizm,

a raczej stojące za nim konkretne grupy interesu skutecznie przechwytyują, wzmacniają i kontrolują emocje związane z nierównościami, rozczarowaniem i trudnościami w adaptacji do zmieniających się realiów, proponując narodową dumę zamiast konkretnych rozwiązań problemów³².

Według badacza turbopatriotyczna mitologia stanowi negatywną reakcję (*backlash*) na to, co działo się w głównym nurcie debaty publicznej od początku transformacji ustrojowej, na perspektywną wizję zakładającą, „że jedynym celem i przeznaczeniem Polski jest radosny marsz na Zachód; że wszystkim będzie coraz lepiej, a stare opowieści o Polsce, zwłaszcza o heroicznej walce o niepodległość, są już niepotrzebne”³³. Wskazując na turbopatriotyczne niezadowolenie, Napiórkowski sięga po narzędzia Lacanowskiej psychoanalizy i wyjaśnia, że ma ono źródła zarówno w Realnym (nierówności społeczne, różne formy wykluczenia, zależność od zagranicznego kapitału itd.), jak i w Wyobrażonym czy Symbolicznym (poczucie niedoceny, bycia traktowanym z wyższością itd.). O ile turbopatrioci poprawnie diagnozują Realne problemy, o tyle proponowane przez nich rozwiązania dotyczą wyłącznie sfery Wyobrażonego i Symbolicznego. Turbopatriotyzm zastępuje bowiem aspiracje poczuciem dumy narodowej, wielkościowym i nieskazitelnym obrazem narodu,

przez marsze, koszulki czy dzieła popkultury tworzy przestrzeń symboliczną, w której niezadowoleni mają prawo się wyrażać, lecz nie mogą zmieniać swoich warunków bytowych; mogą wstać z kolan, lecz nie po to, by udać się w jakimś konkretnym kierunku³⁴.

Kiedy softpatrioci, opierając swoje patriotyczne powinności na sumiennej realizacji obowiązków obywatelskich, kasują bilety w komunikacji miejskiej, segregują śmieci i starają się ograniczyć skutki globalnego ocieplenia przez stosowanie energooszczędnych

³¹ *Ibidem*.

³² M. Napiórkowski, *Turbopatriotyzm*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2019, s. 24.

³³ M. Napiórkowski, *Opowieści z twierdzy*, rozm. J. Podgórska, „Polityka” 2019, nr 34, s. 21.

³⁴ M. Napiórkowski, *Turbopatriotyzm...*, s. 48.

żarówek, turbopatrioci osadzają swoje praktyki w sferze czysto symbolicznej, sprzeciwiając się politycznej poprawności i wskazując na zagrożenia dla tożsamości narodowej oraz suwerenności ojczyzny. „Stąd kluczowa dla patrioty okazuje się figura wroga: odwiecznego, jak Niemiec, Rosjanin czy Żyd, ale też współczesnego, którym stać się może feministka, neomarksista, Ukraińiec, unijny biurokrata czy imigrant-terrorysta”³⁵. Wskazując, że turbopatrioci budują wokół wspólnoty narodowej poczucie obłąkania, Napiórkowski podkreśla: „dominantą naszego patriotyzmu stała się obsesja niepodległości, poczucie, że jest ona nie tylko wartością najwyższą, lecz także nieustannie zagrożoną przez obce, wrogie nam siły zewnętrzne i wewnętrzne”³⁶. Według semiotyka DNA polskiego patriotyzmu budują płótna Matejki, poezja Mickiewicza czy powieści Sienkiewicza. „Trzeba jednak pamiętać, że dostarczają one raczej symboli, metafor czy obrazów niż gotowych przepisów [...]”³⁷.

Najważniejszą zasadą turbopatriotyzmu, bez której nie sposób zrozumieć ani jego sukcesów, ani słabości, jest powszechne zastąpienie przyszłości przeszłością. W takim ujęciu jawi się on jako projekt tożsamościowy, uznający prymat celebracji i rekonstrukcji historii nad marszem ku lepszemu jutru. Podczas gdy softpatriotyzm wpisuje się w oświeceniową ideę postępu, mówiąc: najlepsze dopiero przed nami, wzrok turbopatriotów zwrócony jest nie naprzód, lecz wstecz, w myśl zasady – „najlepsze, co może nas spotkać w przyszłości, to powrót przeszłości”³⁸. Konflikt między tymi dwoma perspektywami okazuje się zatem starciem utopii i retrotopii³⁹. Mimo swoich konserwatywnych treści, turbopatriotyzm okazuje się jednak zaskakująco nowoczesny w formie. Choć często wyraża otwarty sceptycyzm wobec globalnego kapitalizmu, stanowiącego zagrożenie dla idei państw narodowych, bardzo skutecznie wykorzystuje jego mechanizmy, posługując się sprawnie nowymi technologiami komunikacyjnymi i kodami popkultury. Przejawszy softpatriotyczne techniki, zdobywa wprawdzie narzędzia docierania do szerokiej publiczności, ale zostaje także zaplątany w skomplikowane sieci finansowe i organizacyjne. Ostentacyjnie kontestując (re)prezentacje *mainstreamu*, sam staje się głównym nurtem. Mimo to „pragnie czuć się alternatywny, niszowy czy wręcz wyklęty”⁴⁰.

Według Napiórkowskiego kolejne odsłony walki softpatriotyzmu z turbopatriotyzmem układają się w skomplikowaną opowieść o „głównym nurcie” i peryferiach, o próbie symbolicznej marginalizacji postaw *mainstreamowych* i normalizacji postaw skrajnych. Turbopatriotyczna mitologia wyrastająca z poczucia buntu wobec hegemonicznych wzorców kultury stanowi zatem odpowiedź na softpatriotyczne manifestacje, którą formułują zapomniani, zwyciężeni, pozbawieni dostępu do dominującego dyskursu. Kulturowa prawica, dążąc do ustanowienia własnej reprezentacji symbolicznej, sprawnie

³⁵ *Ibidem*, s. 47.

³⁶ *Ibidem*, s. 38.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ *Ibidem*, s. 231.

³⁹ Z. Bauman, *Retrotopia. Jak rządzi nami przeszłość*, przeł. K. Lebek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.

⁴⁰ M. Napiórkowski, *Turbopatriotyzm...*, s. 54.

przejmuje postawy i narzędzia, które przez ostatnie dekady zostały zmonopolizowane przez lewicę: „opisuje świat w kategoriach hegemonii kulturowej, pozycjonuje się w roli obrońców uciskanych mniejszości, a przede wszystkim odkrywa interpretację jako podstawową broń w walce z ideologicznym wrogiem”⁴¹.

Paradoksalnie ten sam mechanizm znajduje zastosowanie w najróżniejszych praktykach kontestacji legitymizowanych dzisiaj wzorców turbopatriotyzmu. I tak, Progresywny Nacjonalizm ośmiesza uliczny nacjonalizm, Jaś Kapela przekształca hymn narodowy w prouchodźczy manifest, uczestnicy Młodzieżowego Strajku Klimatycznego skandują hasło „Bób, Hummus, Włoszczyzna”, trawestując wzniosłą dewizę Wojska Polskiego, a twórcy portalu Lewacka Szmata promują koszulki z wizerunkami socjalistycznych bohaterów, przeciwstawiając się monopolizacji rynku odzieży patriotycznej przez markę Red is Bad i podejmując próbę reaktywacji lewicowej tożsamości. Ta partyzantka semiotyczna staje się najważniejszym orężem dynamicznej, polisemicznej, dyskursywnej i zmediatyzowanej przeciw-pamięci, która według niemieckiej badaczki Aleidy Assmann ma na celu delegitymizację stosunków władzy przez podporządkowanych i opresjonowanych⁴². Zakorzeniona w filozofii Michela Foucaulta⁴³ przeciw-pamięć jako nieuprzywilejowana, niefaworyzowana forma wiedzy o przeszłości służy właśnie im, stając się sztuką oporu i odpowiadając na ich potrzebę powołania do życia takich form ekspresji, w których będą mogli wyrazić własne doświadczenia przeszłości. „Nowe, alternatywne narracje historyczne, tekstowe i obrazowe formy reprezentacji, a także nowe działania o charakterze performatywnym stają w ten sposób do rywalizacji z innymi modelami interpretacyjnymi. Stawką jest tu konstruowanie rzeczywistości społecznej”⁴⁴.

Podsumowanie

„Wychowali nas na romantyzowaniu powstań, a potem się dziwią, że protestujemy” – napisali na jednym z transparentów uczestnicy antyrządowych demonstracji w październiku 2020 roku. Na kolejnym podkreślali: „Nasi dziadkowie i babcie nie o taką Polskę walczyli”. Na tysiącach innych w błyskotliwy, przewrotny i intertekstualny sposób, niejednokrotnie dekonstruując elementy polskiego uniwersum symbolicznego, wyrażali swój bunt wobec tych, którzy uzurpują sobie prawo do decydowaniu o ich życiu. Obserwując ten „skarnawalizowany gniew młodych”⁴⁵, niektórzy obserwatorzy życia

⁴¹ *Ibidem*, s. 132.

⁴² A. Assmann, *Przestrzenie pamięci. Formy i przemiany pamięci kulturowej* [w:] *Pamięć zbiorowa i kulturowa. Współczesna perspektywa niemiecka*, red. M. Saryusz-Wolska, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2009.

⁴³ M. Foucault, *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1977.

⁴⁴ K. Bojarska, M. Solarska, *Przeciw-pamięć* [w:] *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2014, s. 400.

⁴⁵ P. Górka, M. Napiórkowski, *Niepodległość nieparlamentarna*, „Tygodnik Powszechny” 2020, nr 46, <https://www.tygodnikpowszechny.pl/niepodleglosc-nieparlamentarna-165572>, (dostęp:

publicznego mówią o tak zwanym pokoleniu Netflixia i podkreślają, że „gusta i poglądy najmłodszych pokoleń [...] kształtuje zglobalizowana popkultura”⁴⁶. Dostrzegają także, że ich mobilizacja wykracza poza sprzeciw wobec kolejnej próby zaostrzenia prawa aborcyjnego, stanowiąc siłę marginalizowanych, sprowadzanych do roli „nie-Polaków”, „elementów obcych” czy „zarazy”, zmęczonych turbopatriotyczną retoryką, która buduje dumę z samego faktu przynależności do narodu. Jak zauważają wielokrotnie cytowany Marcin Napiórkowski i psycholożka Paulina Górka, młodzi Polacy, będący główną siłą napędową jesiennych protestów A.D. 2020, „żądadają nie tyle kolejnego odwrócenia hierarchii, ile raczej unieważnienia głównych linii sporu organizujących polską debatę publiczną po roku 1989”⁴⁷. Choć do interpretacji ich praktyk bardziej uzasadnione wydaje się zastosowanie kategorii przeciw-pamięci, warto poszukać odpowiedzi na pytania zaproponowane przez Reinharta Kosellecka i Magdalenę Saryusz-Wolską (w tym przypadku z perspektywy medioznawczej). Kto pamięta? Młodzi Polacy – kolejna generacja postpamięci, którą na zasadzie literackich skojarzeń nazwać można późnymi wnukami, sprawni użytkownicy nowych technologii komunikacyjnych i kodów kultury popularnej, aktywni współtwórcy mediów funkcjonujący w kulturze partycypacji. Co jest pamiętane? Głębokie pokłady narodowych mitów, głęboko zinternalizowane w toku edukacji szkolnej, ugruntowane przez literaturę, sztukę i różnego rodzaju media. Jak jest pamiętane? Dynamicznie, polemicznie, przewrotnie, w sposób taktyczny, mający na celu delegitymizację hegemonicznych wzorców pamięci i patriotyzmu, przywrócenie głosu marginalizowanym i wykluczonym z dominującego dyskursu. Dlaczego? Ponieważ wyczerpują się turbo- oraz softpatriotyczne narracje i „potrzebny jest nam nowy patriotyzm, nieoparty na modelu oblężonej twierdzy i niewzmacniający kolektywnego narcyzmu”⁴⁸.

Bibliografia

- Assmann A., *Przestrzenie pamięci. Formy i przemiany pamięci kulturowej* [w:] *Pamięć zbiorowa i kulturowa. Współczesna perspektywa niemiecka*, red. M. Saryusz-Wolska, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2009.
- Bauman Z., *Retrotopia. Jak rządzi nami przeszłość*, przekł. K. Lebek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Bojarska K., Solarska M., *Przeciw-pamięć* [w:] *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2014.
- de Certeau M., *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przekł. K. Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- Edensor T., *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*, przekł. A. Sadza, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.

12.11.2020).

⁴⁶ *Ibidem*.

⁴⁷ *Ibidem*.

⁴⁸ *Ibidem*.

- Foucault M., *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1977.
- Górska P., Napiórkowski M., *Niepodległość nieparlamentarna*, „Tygodnik Powszechny” 2020, nr 46, s. 14–15.
- Grzebalska W., *Pleć powstania warszawskiego*, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 2013.
- Kulturowe analizy patriotyzmu*, red. K. Kulikowska, C. Obracht-Prondzyński, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016.
- Lisowska-Magdżarz M., *O pociechach ze sztuki (przeobrażonej). Miniesej napisany w niezbyt dobrowolnym odosobnieniu [w:] Od modernizacji do mediasfery. Meandry transformacji w komunikowaniu*, red. A. Cieślukowa, P. Płaneta, Kraków 2020.
- Łukaszewicz A., *Przeróbka hymnu go nie znieważa – wyrok SN*, „Rzeczpospolita” 15.10.2019.
- Mazur K., *Gra o pamięć. Nowe rozdział*, „Plus Minus” 2017, 25–26 II, nr 8.
- Mazurek Kapeli – Polacy witają uchodźców*, [online] https://www.youtube.com/watch?v=dA-X4vJiO9Aw&feature=emb_title, (dostęp: 14.10.2022).
- MS, *„Śmieć wrogiem ojczyzny”. Tylko tam narodowcy noszą tęczowe flagi i namawiają do badań prostaty*, „Newsweek”, 18.05.2018.
- Napiórkowski M., *Kod kapitalizmu. Jak Gwiezdne Wojny, Coca-Cola i Leo Messi kierują twoim życiem*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2019.
- Napiórkowski M., *Opowieści z twierdzy*, rozm. J. Podgórska, „Polityka” 2019, nr 34.
- Napiórkowski M., *Polityka pamięciowych analogii*, „Res Publica Nowa” 2017, t. 229.
- Napiórkowski M., *Turbopatriotyzm*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2019.
- Obracht-Prondzyński C., Kulikowska K., *Kulturowe analizy patriotyzmu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016.
- Saryusz-Wolska M., *Przeszłość i przyszłość badań pamięci. Czy potrzebujemy nowej dyscypliny?*, „Politeja” 2020, t. 65, nr 2.
- Wiłkomirska A., Fijałkowski A., *Jaki patriotyzm?*, Difin, Warszawa 2016.