

## Marian Golka

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

# Głód autentyzmu

**STRESZCZENIE** Tekst dotyczy rozumienia i poszukiwania autentyzmu/autentyczności. To poszukiwanie jest dostrzegalne w różnych sferach życia, lecz może najbardziej we współczesnej turystyce. Rozważania mają charakter bardziej teoretyczny niż empiryczny. Obecne są w nich dwie tezy. Jedna dotyczy tego, że niezwykle trudno uchwycić znaczenie autentyzmu, któremu zaprzecza nieprawda, kłamstwo, obłuda i pretensjonalność, udawanie i pozór, nieszczerłość i nienaturalność, podrabianie i kopiowanie. Dziś wiele wytworów kultury ma taki właśnie mało autentyczny i powierzchowny charakter. Druga teza mówi, że najbardziej uporczywe poszukiwanie autentyczności dokonuje się w czasach mało autentycznych – czyli w nowoczesności – a więc w świecie skądinąd niemal zupełnie sztucznym, upozorowanym.

### SŁOWA KLUCZOWE

AUTENTYZM,  
AUTENTYCZNOŚĆ,  
TURYSTYKA,  
NOWOCZESNOŚĆ,  
KULTURA WSPÓŁCZESNA

W tekście tym podejmuję zagadnienia dotyczące rozumienia i poszukiwania autentyzmu/autentyczności. W związku z tym, że bardzo wyraźnie kwestie te są widoczne w turystyce, ewentualne przykłady będą jej dotyczyły. Esej ma jednak charakter bardziej teoretyczny niż empiryczny. Choć nie zawiera

jednoznacznej konkluzji, wynikają z niego dwa przesłania. Jedno, dość oczywiste, dotyczy tego, że niezwykle trudno uchwycić znaczenie autentyzmu. Drugie mówi, że najbardziej uporczywe poszukiwanie autentyczności dokonuje się w świecie i czasach mało autentycznych.

## 1

Pierwsze pytanie, jakie się w tym kontekście nasuwa, dotyczy tego, **co to jest autentyczność** i jak można ją pojmować. Pragnę przy tym podkreślić, że określenia „autentyczność” i „autentyzm” traktuję tu równoznacznie.

Podróżny łaknie autentyczności – którą skądinąd też sobie wcześniej jakoś wyobraził. A także oryginalności i rodzimości tego, co jedzie oglądać. I czasem znajduje je w dawnej lokalnej architekturze, w założeniach urbanistycznych, w trudno nieraz uchwytnym tle kulturowym. Znajduje je też w miejscowych muzeach i skansenach (jeżeli takie tam istnieją) – niezależnie od tego, że wytwory kultury w nich umieszczone zostały wyrwane z autentycznego kontekstu. Podróżny niekiedy pragnie jednak czegoś więcej. Pragnie spożywać miejscowe autentyczne rodzime dania przygotowane z miejscowych surowców przez autentycznych rodzimych i miejscowych kucharzy. Pragnie kupić autentyczną galabiję czy autentyczne sari uszyte przez autentycznych miejscowych krawców. Pragnie słuchać autentycznej miejscowej muzyki wykonywanej przez autentycznych miejscowych twórców na autentycznych i oryginalnych miejscowych instrumentach. Pragnie kupić autentyczną i oryginalną rzeźbę, którą wykonał autentyczny miejscowy artysta. No cóż, od oczekiwania czy poszukiwania tej autentyczności nasz turysta może dostać autentycznego zawrotu głowy. A przede wszystkim autentycznego rozczarowania.

Przede wszystkim nie bardzo wiemy, w jakich kategoriach to pojęcie umiejscowić, ponieważ mamy uzasadnione poczucie, że nie pasuje ono tylko do jednej. Jest to bez wątpienia kategoria ontologiczna, gdyż poprzez nią przypisujemy jakieś cechy jednemu rodzajom bytu, a innym tego odmawiamy. Choć oczywiście jednoznaczny podział świata na byty autentyczne i pozbawione autentyzmu trudno byłoby udowodnić, już przypisywanie poszczególnym bytom mniejszej czy większej porcji autentyczności dałoby się, przynajmniej teoretycznie, przeprowadzić, gdy ułoży się je w postaci kontinuum. Rzecz jasna, że wcześniej należałoby dysponować jakimiś żelaznymi kryteriami odróżniania tego, co autentyczne, od tego, co pozbawione autentyzmu, a o takie jednoznaczne kryteria, jak się za chwilę okaże, wcale nie jest łatwo (oczywiście, gdy pominiemy kryterium autentycznej „marki” w wyrobach handlowych, co tutaj, jako problem nieważny pod względem teoretycznym, jest niemal całkowicie pominięte w rozważaniach).

Może więc autentyzm/autentyczność to kategoria poznawcza, to sposób rozumienia świata, (a może przy okazji także rozumienia samego siebie), dzięki której udaje nam się dostrzegać złożoność świata, jego niejednorodność i niespójność właśnie w kwestiach obecności w nim jakiejś prawdy czy jej braku? A może jest to kategoria estetyczna wyrosła z przekonania, że ludzkie wytwory (bo tylko o nich można w tym kontekście mówić) są mniej lub bardziej piękne ze względu na to, ile w nich autentyczności, a ile pozorów? No i wreszcie można uznać, że jest to kategoria etyczna, ponieważ przejawia się w wartościowaniu rzeczy (ale i ludzi), dostrzeganiu w nich większego lub mniejszego dobra z uwagi na to, ile jest w nich autentyzmu. Pozostając w sferze etyki, należy przypomnieć znaną sugestię Charlesa Taylora głoszącego, że autentyczność to wierność sobie, to własne

spełnienie i samorealizacja, to także swoiste samostanowienie. Ta kwalifikacja nie jest pozbawiona słuszności, choć nie będę jej dalej rozwijał.

Wszystkie te kategorie można zamknąć w jednej: społeczno-kulturowej – uznając, że samo pojmowanie autentyzmu, jego wyobrażenia, kryteria, które przyjmuje się w odniesieniu do niego, są oczywistym wytworem życia społecznego, edukacji i kultury. Istotny problem, jaki z tym się wiąże, to kwestia tego, czy autentyzm to coś obiektywnego, czy jedynie subiektywne wyobrażenie, subiektywny stosunek do rzeczy i ludzi. Zakładając, że jest to wytwór życia społecznego i tym samym wytwór kultury, nie można inaczej sądzić, niż uznając jego subiektywność. Jednocześnie nie można zakładać, że jest to jakaś subiektywność jednostkowa, całkowicie indywidualna. Nie, jest ona w jakimś stopniu upowszechniona w pewnych kręgach społecznych, w pewnych grupach, których skład i genezę można tu wszak pominąć w analizie.

Próbując odpowiedzieć na pytanie o to, czym jest autentyczność, nie sposób uniknąć zestawienia pojęcia autentyzmu/autentyczności z innymi pojęciami – domniemanie przeciwstawnymi.

Autentyczność to zaprzeczenie nieprawdy. Czym jest jednak nieprawda? A czym jest prawda? Tutaj każdy, kto choćby odrobinę otarł się o tradycyjny sceptycyzm czy przejął się współczesnymi sugestiami postmodernizmu, szybko zamilknie, unikając odpowiedzi. Jeżeli już podejmie się rozważań, to będzie próbował ogólnikowo i wymijająco twierdzić, że prawda to zaprzeczenie fałszu albo, inaczej mówiąc, jest to zgodność myśli i rzeczy, albo że jest to wewnętrzna spójność jakiegoś twierdzenia, albo że jest to zgodność jakiegoś bytu z jego „istotą”. Chcąc uniknąć pisania w tym miejscu obszernego traktatu, należałoby w tym momencie przerwać wywód, poprzestając na prostym spostrzeżeniu, że prawdą jest właśnie autentyczność – czyli można powiedzieć, że także autentyczność jest prawdą. Ciągle jednak mamy poczucie jakiegoś niedosytu, bo słusznie czujemy, że nie każda prawda musi być autentyczna. Wszak na przykład pomyłka może być autentyczna – szczególnie gdy jest szczerą.

A więc autentyczność jest zaprzeczeniem kłamstwa – czyli świadomego, intencjonalnego wprowadzania w błąd. Jeżeli jednak uznamy, że kłamstwo, okłamywanie czy konfabulowanie są jedną z najpowszechniejszych ludzkich sytuacji komunikacyjnych, a przy okazji jedną z najoczywistszych, choć stosunkowo łagodnych opresji ludzkiej kondycji, to choćby z racji tej powszechności trudno mu odmawiać prawa istnienia. Wszak zaprzeczanie kłamstwu czy jego nadmierne krytykowanie samo byłoby jakimś jego wcieleniem i spełnieniem, pominąwszy fakt, że nie byłoby skuteczne. Trzeba by też zastanowić się tu nad motywami kłamstwa i uznać, że niektóre z nich (np. cudze dobro, samoobrona czy żart) są na swój sposób autentyczne.

Natychmiast nasuwa się przypuszczenie, że autentyczność jest zaprzeczeniem obłudy czy hipokryzji. No tak, taki rodzaj oszukańczego kłamstwa trudno akceptować, ponieważ pewnie zawsze wynika ono z jakichś negatywnych pobudek: próżności, chęci postawienia się w lepszym świetle czy pragnienia zyskania jakichś dóbr w rodzaju uznania, powodzenia, miłości. Ponadto płącze się tu też podejrzenie, że autentyczność nie może żyć w zgodzie z pretensjonalnością, którą można rozumieć jako taki rodzaj obłudy, który ma pomóc w budowaniu własnego prestiżu społecznego mającego podnosić w hierarchii różnicowania międzyludzkiego. Czujemy jednak, że autentyczność, choć może być przeciwstawiona obłudzie i pretensjonalności, jakoś nie chce się z nią spierać, że raczej jest obojętna wobec

niej albo przynajmniej udaje, że jej to nie obchodzi. No właśnie. Pojawiło się tu słowo „udawanie”, może więc to jest dobry trop do zrozumienia autentyczności?

Tak, można uznać, że autentyczność jest właśnie zaprzeczeniem udawania i pozorów rzeczy. Co jednak począć, gdy uznamy, że rację mieli ci autorzy (przede wszystkim Jean Baudrillard), którzy słusznie dostrzegali we współczesnym świecie tak wiele zjawisk nazwanych mianem *simulacrum*. Autentyczność słusznie kojarzy się ze szczerością, z brakiem fałszu, problem tkwi jednak w tym, że nie wiadomo gdzie i w jaki sposób je zidentyfikować. Natychmiast też pojawia się kolejny: o co tu chodzi – o cechy etyczne czy estetyczne? Czy chodzi o coś, co tkwi w człowieku, czy o coś, co tkwi w wyglądzie rzeczy? Żeby jeszcze bardziej sprawę skomplikować, można zapytać, czy w sposób udawany, poprzez działania pozorowane można zrealizować autentyczny przedmiot, lub odwrotnie – czy człowiek autentyczny może wytwarzać rzeczy sztuczne? Już teraz możemy odpowiedzieć, że oczywiście tak.

To nie koniec długiej listy wzajemnych relacji autentyczności i innych stanów rzeczy, a przy okazji dalszego zawikłania w pojmowaniu autentyczności.

Jak się ma autentyczność wobec nieszczeroci? Oczywiście, nie mogą być w zgodzie, gdyż nie sposób wyobrazić sobie, aby to, co uznajemy czy chcemy uznać za autentyczne, nie musiało też być szczere. Ale co to znaczy szczerość? To wiele z tych przejawów, a przynajmniej ich odcieni, o których wyżej wspomniano. Tu już jednak nie mamy wątpliwości, że chodzi o postawę moralną, w której dostrzegamy zgodność działania człowieka z jego przekonaniami, z jego poglądami na świat, z jego dotychczas głoszonymi zasadami. I to nie tylko głoszonymi, lecz także wyznawanymi, odczuwanymi.

A co z wzajemnymi relacjami pomiędzy autentycznością a naturalnością? Trzeba by jednak znowu wyjaśnić, jak pojmowana jest naturalność. Można uznać, że jest to postępowanie zgodne z czystymi, naturalnymi odruchami. Zgoda, lecz wtedy na przykład odruch agresji musimy uznać za naturalny, a więc i autentyczny, a już świadome powstrzymanie się od tego odruchu, na przykład w imię ładu społecznego, powstrzymanie oczywiście nabyte w procesie wychowania, nie byłoby naturalne. Czy ta linia rozumowania zaprowadzi nas dokądś? Tak, zaprowadzi, lecz na jeszcze bardziej rozstajne drogi niż te, po których dotąd się poruszaliśmy.

A jeszcze trzeba zwrócić uwagę na powierzchowność, którą tutaj można rozumieć jako rodzaj politory, lakieru, może też mistyfikacji, spreparowania. Zakładamy, że „powierzchnia” powinna w jakimś stopniu sygnalizować „zawartość”, i gdy mamy wątpliwości co do ich wzajemnej zgodności, natychmiast powątpiewamy też w autentyczność obiektu. Powierzchnia stiuku przypomina marmur, lecz nim nie jest, podobnie jak powierzchnia jakiegokolwiek przedmiotu wykonanego z *papier mâché* czy rzekomo złotego przedmiotu wykonanego z tombaku. A przecież przedmioty wykonane z tych materiałów nabierają jakiejś własnej tożsamości i autentyczności – pod warunkiem, że znana jest ich budowa i skład.

Ciągle też płącze nam się rozróżnienie kryterium wyglądu (czy oglądu) rzeczy i kryterium jej genezy, pochodzenia, swoistego rodowodu. Wszak oceniamy autentyczność poprzez to, co widzimy, jak i poprzez to, co wiemy o rzeczy, człowieku czy zjawisku. Jedno przypisanie miary autentyczności wcale nie musi iść w zgodzie z drugim, gdyż coś może nie sprawiać wrażenia imitacji, a mieć pochodzenie „z nieprawego łoża”. I odwrotnie: szlachetny rodowód może nie zapewniać autentycznego efektu. Pomijając zawile sytuacje w licznych dynastiach królewskich i książęcych, wiemy, że wiele kopii i falsyfikatów dzieł sztuki

uchodziło (i często nadal uchodzi) za oryginalne prace twórców, a te oryginalne niekiedy błąkają się gdzieś po strychach i magazynach.

Nie ma też końca poszukiwanie wzajemnych powinowactw pomiędzy autentyzmem a innymi cechami – na przykład kopiami, podróbkami, replikami, naśladownictwami, implan-tami kulturowymi itd. Także wszystko to, co sygnalizował Walter Benjamin, zastanawiając się nad sytuacją dzieł sztuki w dobie „reprodukcji technicznej”, musi budzić w nas refleksję. Patrzymy wszak na wydruk reprodukcji obrazu (a tym bardziej czarnej grafiki), na fak-symile starej mapy czy jakiegoś dokumentu, i wiedząc o tym, że nie są to oryginały, mo-żemy mieć głębsze odczucia i przeżycia w kontakcie z nimi, niż gdybyśmy drżącymi ręko-ma dotykali autentyku. Kto ma prawo odmówić miana autentyczności naszym przeżyciom w kontakcie z tymi replikami? Kupujemy produkt, który nie jest markowy, lecz wygląda identycznie jak markowy i ma takie same cechy, ba – mógł zostać nawet wykonany w tej samej chińskiej fabryce przez tych samych pracowników. I co? Jest on gorszy od marko-wego, a jeżeli tak, to w czym? Oczywiście, odmienne tu będą punkty widzenia właścicie-la marki i użytkownika.

## 2

Jak łatwo zauważyć, teoretyczne rozumienie autentyzmu/autentyczności sprawia wiele kło-potów. Będzie ich jeszcze więcej, gdy zwrócimy uwagę na **konkretne przykłady**.

Interesującym przypadkiem może być choćby ogromny spiżowy konny pomnik Marka Aureliusza, stojący na rzymskim Kapitolu, dzisiaj podziwiany przez miliony turystów, któ-rzy chętnie się obok niego fotografują. Pominąwszy fakt, że pomnik ten tylko dlatego się ostał z czasów antycznych, iż kiedyś władze kościelne sądziły, że jest to pomnik zasłu-żonego dla chrześcijaństwa cesarza Konstantyna, dzięki czemu nie został przetopiony – a obiekt podziwiany przez turystów jest kopią. Oryginał znajduje się kilkadziesiąt metrów dalej, wewnątrz Muzeów Kapitolińskich w Palazzo dei Conservatori, i gdy mu się dobrze przyjrzeć, zauważy się w nim pewne skazy powstałe wskutek upływu czasu – czego oczy-wicie nie widać w kopii stojącej na zewnątrz. Takich obiektów jest znacznie więcej, choć-by słynny posąg Dawida dłuta Michała Anioła na Piazza della Signoria we Florencji. Ten, który podziwiają turyści, jest kopią – oryginał od 1873 roku znajduje się w zbiorach Galle-ria dell'Accademia. Także piękna marmurowa fontanna Fonte Gaia na Piazza del Campo w Sienie, której oryginał z początku XV wieku jest schowany, a my, w większości nieświadomi, podziwiamy dziewiętnastowieczną kopię. Jak widać, autentyczność jako kategoria poznawcza, czy raczej dostrzeganie autentyczności lub jej braku, wymaga pewnej wiedzy i kompetencji, a ta jest cechą z zupełnie innego już zestawu.

Jako wyraz, wręcz symbol tego, co bardzo autentyczne, uchodzi fotografia. Rzeczywi-ście, często wręcz traktowana jest jak dokument – szczególnie w stosunku do obrazu malarskiego czy rysunku. Tymczasem od samego początku istnienia fotografii możliwo-ści jej retuszowania, stylizowania czy mistyfikowania zaprzeczały tej rzekomo dokumen-talnej właściwości – tym bardziej gdy okazało się, że nawet najbardziej znane zdjęcia (jak choćby osławiony *Upadający żołnierz* Roberta Capy) są efektem manipulacji. Epoka cy-frowego *photoshopu* dokonała pełnej destrukcji pojmowania fotografii jako autentyczne-go dokumentu.

To, co z jednego punktu widzenia może uchodzić za nieautentyczne (np. gej, a tym bardziej transwestyta, w oczach heteroseksualnego mężczyzny o szowinistycznych nastawieniach),

z innego może być nader autentyczne (ów transwestyta jako człowiek ze swoimi problemami i przejściami, może i nieraz dramatami).

### 3

Spróbujmy przyjąć jakieś **konkluzje dotyczące pojmowania autentyczności**. Jak widać, jest to pojęcie nader mgliste, a poszukiwanie jego znaczenia przypomina poszukiwanie ścieżek na piaszczystej pustyni. Niby każda może być właściwa, jednak żadnej dobrze nie widać, nie mówiąc już o tym, że każda może też być szybko zawiana piaskiem. Nie sposób stwierdzić jednoznacznie, że wiemy, czym jest autentyczność, a jednocześnie – mimo tej niepewności – nie możemy odrzucić tego pojęcia, tak jak nie możemy uznać, że pewne przedmioty (a może i ludzie) przejawiają pewną porcję autentyzmu lub, przeciwnie, że są go pozbawione. Ta cecha nie jest jednoznacznie widoczna, raczej przypomina migotanie blików świetlnych na listowiu poruszonym wiatrem: raz jest widoczna, a za chwilę nie. Jest trudna do uchwycenia jak energia bądź masa w kwancie. Czujemy, że autentyzmowi/authentyczności zaprzecza nieprawda, kłamstwo, obłuda i pretensjonalność, udawanie i pozór, nieszczerłość i nienaturalność, podrabianie i kopiowanie. Jednocześnie złapać to wszystko na gorącym uczynku jest bardzo trudne. A jeszcze trudniej udowodnić winy.

Można uznać, może nawet trzeba uznać, że wszystko, co istnieje, jest na swój sposób autentyczne. Nawet nieprawda, udawanie i pozór – bo co to jest „prawdziwe” istnienie, jako ewentualne zasadnicze odniesienie autentyczności? Trzeba przyjąć, że w pewnych warunkach nieprawda, kłamstwo, obłuda, udawanie, fałsz i nieszczerłość, nienaturalność stają się na swój sposób autentyczne. Co jest tym czynnikiem sankcjonującym autentyczność? Czy może nasza wiedza? A może przyjemność, jakiej dostarcza nam to coś, co kwalifikujemy jako autentyczne właśnie? A może funkcjonalność i użyteczność, których przekorne gry sprawiają, że samo pojęcie autentyczności tak nam filuternie migocze?

Przede wszystkim należy stwierdzić, że nie w każdych okolicznościach i nie w każdych warunkach człowiek rozważa i poszukuje istnienia autentyczności *versus* nieautentyczności. Te uwarunkowania i sytuacje są raczej szczególne i przypuszczalnie mają stosunkowo niedawny rodowód.

Słusznie zwracają uwagę niektórzy autorzy (np. Anna Wieczorkiewicz), że autentyczność to pojęcie istotne dla świata nowoczesnego, kiedy uświadomiono sobie zarówno brak autentyczności, jak i jej nieco przekorne pożądanie i poszukiwanie. To w nowoczesności rozpełdziły się takie procesy, jak mobilność, zmiany kulturowe, odrywanie wytworów kultury od rodzimego podłoża oraz od natury. One przyczyniają się do poczucia, że owo pojęcie z jednej strony traci sens, skoro procesy zmian kulturowych, dyfuzyjnych zapożyczeń są tak silne i tak powszechne, że niewiele już jest wytworów w pełni autentycznych i oryginalnych – z drugiej zaś strony pojawił się tak wyraźny jej głód. Prawdę mówiąc, aby spotkać „autentyczną autentyczność”, należałoby pewnie dotrzeć do człowieka jaskiniowego. Tymczasem większość wytworów kulturowych jest jedynie mniej lub bardziej stylizowana, mniej lub bardziej zgodna z jakąś tradycją, a przy tym zawiera liczne zapożyczenia i naśladownictwa. Oczywiście, poszukiwanie tego, co jest bardziej zgodne z tradycją, co może być bardziej oryginalne, jest nader zasadne, jednakże docieranie do tego, co rzekomo jest „prawdziwie autentyczne”, okazuje się albo nader trudne, albo złudne. I tego złudzenia nie zmieniają, a jedynie je utrwalą zawodowi podróżnicy prezentujący się w telewizji, zapewniający, że je znaleźli. Jedynym dobrym ubocznym skutkiem tych poszukiwań autentyczności jest przypomnienie i ożywienie miejscowych wzorów odtwarzanych i produkowanych na

potrzeby turystów – wzorów, które bez tych mechanizmów niejednokrotnie uległyby pełnemu zatraceniu.

Kolejny problem dotyczy tego, dlaczego ludzie z obszaru cywilizacji zachodniej – to oni wszak głównie są dziś turystami – tak łakną owej autentyczności. Paradoksalnie, cywilizacja, która w wyjątkowo pośpiesznym w ostatnich dwóch stuleciach ciągu zmian doprowadziła u siebie do zagubienia i zapomnienia tego, co autentyczne, zaczęła ostatnio stymulować i inspirować jej wyławianie gdzie indziej. A tymczasem już od ponad stu lat trudno znaleźć cokolwiek autentycznego także gdzie indziej, niemal wszystko zostało bowiem odnalezione, przyswojone i oswojone. I przywiezione do Europy i Ameryki w formie trofeów muzealnych lub przetworzone zgodnie z wymogami masowej kultury medialnej.

Może jest też tu jakaś paradoksalna prawidłowość, że najmniej autentyczni ludzie najbardziej pragną autentyczności i najbardziej skwapliwie poszukują jej domniemanych przejawów? I skwapliwie fotografują tę odnalezioną rzekomą autentyczność, a przede wszystkim siebie z nią czy obok niej. Na koniec rodzi się wątpliwość, czy w tych zabiegach jest cokolwiek autentycznego, a przede wszystkim czy autentyczne jest samo pragnienie jej znalezienia. Na marginesie można zauważyć, że jeżeli podróżny ma dużo szczęścia, to może jednak znaleźć autentyczność prawdziwie autentyczną, choć głęboko ukrytą w nim samym. Nie jest ona jednak ani łatwa do odkrycia, ani zbyt fotogeniczna.

Można pokusić się o tezę, że we współczesnym świecie, w jego życiu społeczno-kulturowym przejawia się coraz mniej spontaniczności w powstawaniu wytworów kulturowych, a przede wszystkim w ich upowszechnianiu. Mechanizmy rynkowe sprzyjają „społeczeństwu spektaklu” (żeby przywołać głośnie określenie zaproponowane przez Guya Deborda) w lansowaniu tego, co upozorowane. Mimo przypisywaniu wielkiej roli wolności, mimo nawet fetyszowania wolności, w kulturze współczesnej, szczególnie w kulturze medialnej (a ta dominuje), więcej sterowania i manipulowania niż spontaniczności i uczciwości wobec wartości artystycznych, estetycznych czy intelektualnych, także wobec jakiegokolwiek prawdy. Marketing kultury, jak wszelki inny marketing, rzadko kiedy ma inne intencje niż zysk.

Zawodowi podróżnicy w swych telewizyjnych opowieściach i książkach, które skądinąd bardziej przypominają komiksy, gdyż więcej w nich fotografii (zresztą zazwyczaj doskonałych pod względem technicznym) niż tekstu, przekonują, jak to dotarli do autentycznych kultur, kuchni, religii. Także do autentycznych ludzi. I tylko to ostatnie jest w miarę prawdziwe, gdyż w końcu każdego człowieka trzeba uznać za osobę autentyczną (może za wyjątkiem zawodowego podróżnika). Aby to przekonanie było rzeczywiście przekonujące, w tych opowieściach o doznanych przygodach i doświadczeniach na wyjeździe mnożą się przymiotniki typu: „pierwotny”, „prymitywny”, „surowy”, „niezwykły”, „niebezpieczny”, „egzotyczny”, „tajemniczy”. Podróżnicze audycje telewizyjne muszą też obiecywać (a przy okazji ewokować) to, co „będzie ciekawe”, „wspaniałe”, „nieprawdopodobne”, „zdumiewające” oraz „odmienne niż u nas”.

Ale też mitologie turystów prywatnych i ich opowieści często zawierają obietnicę „autentyczności” i głęboką wiarę w nią. Też tkwią w nich przekonania, że podróżny gdzieś tam dotarł właśnie do świata „prawdziwego”, „starego” i „niezdeprawowanego” przez cywilizację, a przedmioty, które tam nabył, to autentyczne „swojskie rękodzieło”, dania, których spróbował, to niepowtarzalna „miejscowa” kuchnia, i rozmowy, które z miejscowymi prowadził, dostarczyły mu wzniosłych i niebanalnych prawd o świecie.

Wszyscy – zarówno zawodowi podróżnicy, jak i amatorzy – starają się dowiedzieć, że ich podróże przebiegały „poza utartymi szlakami”, że nie przemieszczali się jak „zwykli turyści”,

lecz w sposób indywidualny i wyjątkowy oraz że to, co oni widzieli, tego „nie zobaczy się na kolorowych pocztówkach”. Także, przekonują, przeżyli zadziwiające i właśnie „autentyczne” przygody.

Pomijając ewentualne osobiste satysfakcje podróżnych, można zadać pytanie dotyczące tego, jakiego rodzaju gratyfikację otrzymują podróżujący z tytułu epatowania widzów czy słuchaczy mitologią autentyzmu? Dla zawodowych podróżników ta gratyfikacja jest oczywista: to wzrost nakładów książek, lepsze godziny oglądalności ich reportaży w telewizji, może też kontrakty na dłuższe cykle audycji. Słowem: rzekomy autentyzm przekłada się na prawdziwe pieniądze, bo to w końcu biznes. Natomiast gdy amator przekonuje znajomych, że maska kupiona przez niego w Kenii jest autentyczna, podobnie jak posążek Buddy kupiony w Tajlandii, to albo sam chce sobie poprawić samopoczucie tą mistyfikacją, albo chce zyskać podziw kolegów, którzy tam nie byli, a świat znają raczej tylko z telewizji.

#### 4

Słusznie podkreślają niektórzy autorzy, że zarówno w natrętnym poszukiwaniu tego, co niby autentyczne, jak i przede wszystkim w zarzutach wobec tego, co rzekomo nie jest autentyczne, tkwi **wiele pretensjonalności, protekcjonalności i paternalizmu**. Ta postawa zawiera w sobie jednocześnie połączenie poczucia wyższości i wyniosłości, wszechwiedzy oraz skłonności do pouczenia. Dziwne jest to nader natrętne poszukiwanie, a przede wszystkim niby dostrzeganie i podkreślanie rzekomych czy wymaganych cech autentyzmu w świecie skądinąd niemal zupełnie sztucznym i upozorowanym.

W poszukiwaniu autentyzmu można się też dopatrzeć nastawienia kolekcjonerskiego, ale jednocześnie można się dopatrzeć nastawienia konsumpcyjnego. Jest to wszak postawa klienta, nabywcy, który chodzi po jarmarku i sprawdza towar, który chciałby kupić. Obmacuje, bierze w zęby, rozciąga i wygina, by sprawdzić, czy nie ma do czynienia z podróbką. I takie nastawienie można zrozumieć oraz usprawiedliwić, tylko nie wiadomo, czy ów nabywca sam płaci za ów towar prawdziwymi czy podrobionymi pieniędzmi.

Dean MacCannell (nawiązując do Ervinga Goffmana) słusznie zwrócił uwagę na to, że autentyczność i jej brak w jakiś sposób łączą się z podziałem na scenę i kulisę. Z kolei inni autorzy zauważają, że rozdział sfery publicznej i prywatnej nastąpił właśnie w nowoczesności. Czy tak naprawdę jest i czy to nastąpiło właśnie wtedy, trudno stwierdzić. Ważniejsze jest, że to, co jawi się na scenie, to, co prezentowane jest w sferze publicznej, bywa zazwyczaj nieautentyczne: jest udawane, kreowane, spreparowane. Tym bardziej że na tej scenie bierze się udział w spektaklu (żeby jeszcze raz przywołać koncepcję Guya Deborda), a wszak każda gra sceniczna z natury rzeczy jest udawaniem, które samo w sobie nie tylko może być lepsze lub gorsze, lecz także pod pewnymi warunkami, paradoksalnie, może nam się wydawać mniej lub bardziej autentyczne – niezależnie od tego, że zazwyczaj bywa nader tandetne.

Ktoś mógłby udowodnić, i miałby w swej przekorze wiele racji, że z pewnego punktu widzenia turystyka wcale nie jest autentycznym ludzkim zachowaniem. Jest nim praca, trud, posiłki, ubieranie się, wychowywanie dzieci – lecz nie turystyka. Tak, w nowoczesnym świecie pojawił się swoisty „dystans egzystencjalny” – czyli pewien odstęp pomiędzy realnym życiem, jego uwarunkowaniami i jego możliwościami a zmitologizowanymi jego medialnymi wersjami. Znalezienie autentyzmu ma pożywać nasze przekonanie, że tego dystansu wcale nie ma.



## **DESIRE FOR AUTHENTICITY**

**SUMMARY** The article deals with the question of how authenticity should be defined and looked for. The search for authenticity is visible in various spheres of life, but especially in tourism. The present analysis is rather theoretical than empirical, and contains two theses. According to the first one it is very difficult to discern the meaning of authenticity which is denied by untruth, lies, hypocrisy, pretentiousness, falsity, insincerity, artificiality, forging and faking. Nowadays, a lot of artefacts of culture are just like that: superficial and not authentic enough. According to the other thesis the search for authenticity is being carried out in the times that have hardly anything to do with authenticity; that is to say, in modern times the world is faked and completely artificial.

## **KEYWORDS**

AUTHENTICITY,  
TOURISM, MODERNITY,  
CONTEMPORARY CULTURE

