

AGNIESZKA ZDUNIAK

## EVENT JAKO PONOWOCZESNA FORMA UCZESTNICTWA W ŻYCIU SPOŁECZNYM

### WSTĘP

W krajach Europy Zachodniej zjawiska określane anglojęzycznym terminem *event* są już od dłuższego czasu przedmiotem żywego zainteresowania socjologów. Mówi się nawet o swoistej „karierze” tego słowa w zachodniej socjologii. Coraz częściej podkreślana jest potrzeba i przydatność socjologicznej i kulturoznawczej analizy zjawisk określanych tym terminem. W analizach tych *eventy* jawią się jako zjawiska charakterystyczne dla postnowoczesnej kultury. Wskazuje się na zmiany zachodzące w strukturze i funkcjonowaniu nowoczesnych społeczeństw, które prowadzą do tego, że zyskują one coraz większe znaczenie w rozmaitych dziedzinach życia społecznego: w sferze ekonomicznej, kulturowej, politycznej, a także w sferze religii. Dlatego też zrozumienie i próba wyjaśnienia społecznych tendencji rozwojowych, które prowadzą do „eventyzacji” współczesnej kultury, jest ważnym zadaniem stojącym przed współczesną socjologią.

Również w Polsce termin *event* jest używany, jednakże rzadko w kontekście socjologicznym, pozostając wciąż w głównej mierze składnikiem żargonu marketingowego. Nie wszedł on dotychczas do języka potocznego, tak jak stało się to już jakiś czas temu na przykład w krajach niemieckojęzycznych. Należałoby więc najpierw zastanowić się nad tym, czy istnieje w ogóle potrzeba odwoływania się do tego terminu w polskiej socjologii. Mam tu na myśli nie tyle potrzebę analizowania sytuacji społecznych określanych tym

pojęciem – bo ona wydaje się bezsporna, jeśli wziąć po uwagę rosnącą popularność zjawiska – ile potrzebę przeszczepiania samego anglojęzycznego terminu na grunt polski. Łatwo przewidzieć sprzeciw językowych purystów przeciwko pochopnemu odwoływaniu się do obcojęzycznych wyrażań, które można by z powodzeniem zastąpić zwrotami rodzimymi.

Problem jednakże polega na tym, że trudno znaleźć w języku polskim określenie, które w pełni oddawałoby znaczenie terminu *event*. Jeśli przyjrzyć się temu, jakie sytuacje społeczne zaliczane są do tej kategorii, to zauważyć można, że są to niektóre: „imprezy”, „festyny”, „pokazy”, „parady”, „obchody”, „uroczystości”, „premiery”, „koncerty”, „pikniki”, „festiwale”, „złoty”, „zjazdy”, „spotkania”, „wystawy światowe”, „olimpiady” i wiele innych. Jest rzeczą oczywistą, że żadne z tych określeń nie wyczerpuje zakresu pojęcia. Niektóre imprezy są *eventami* – ale impreza urodzinowa w gronie przyjaciół z pewnością *eventem* nie jest. Światowe Spotkania Młodzieży niewątpliwie zaliczają się do tej kategorii, ale spotkania klasowe w kolejną rocznicę ukończenia szkoły nie mają już z nią wiele wspólnego.

Do oznaczenia tego typu sytuacji społecznych można by wprowadzić próbować zastosować słownikowy odpowiednik tego terminu, czyli po prostu *wydarzenie*. Ma on jednak charakter zbyt ogólny i przez to mylący. Z pewnością nie każde wydarzenie jest *eventem*; co więcej, większość z przychodzących na myśl desygnatów pojęcia *wydarzenie* to wcale nie *eventy*. W większości wypadków dość trafnym odpowiednikiem znaczeniowym byłoby określenie *wielka impreza masowa*. Stosuje się ono do większości *eventów*, jednakże nie do wszystkich. Słowo *impreza* kojarzy się bowiem dość jednoznacznie z dziedziną rozrywki i komercji, tymczasem nie wszystkie *eventy* są wydarzeniami komercyjnymi.

Wydaje się więc, że używanie terminu *event* w polskiej socjologii, w sytuacji obecnego braku jego precyzyjnego odpowiednika, jest uzasadnione. W niniejszych rozważaniach pragnę zastanowić się nad tym, czym właściwie jest *event*, jakimi cechami wyróżnia się na tle innych sytuacji społecznych oraz jaką funkcję pełni w ponowoczesnym społeczeństwie. Postaram się również odpowiedzieć na pytanie, jakie tendencje rozwojowe współczesnego społeczeństwa doprowadziły do ogromnej i wciąż rosnącej popularności tego zjawiska.

## 1. CECHY ZJAWISKA

Wydarzenia określane jako *eventy* zaobserwować można dziś niemal w każdej dziedzinie życia społecznego. Charakter *eventów* przybierają zarówno imprezy kulturalne (te z dziedziny kultury popularnej i tzw. kultury „wysokiej”), uroczystości religijne, wydarzenia polityczne, imprezy sportowe i komercyjne. *Eventyzacja* to nie tylko trend czy też moda; jest ona coraz częściej warunkiem sukcesu, ponieważ tylko odpowiednio nagłośnione i perfekcyjnie zorganizowane „wydarzenia” mają szansę zaistnieć w świadomości odbiorcy, wyróżnić się w natłoku niezliczonych ofert spędzania czasu wolnego, jakie oferuje współczesna kultura. Tak rozumiana *eventyzacja* w pewnym sensie staje się koniecznością, bo bez niej coraz trudniej jest nie tylko dotrzeć do nowych grup odbiorców, lecz często również utrzymać zainteresowanie dotychczasowych.

Czym więc jest sytuacja społeczna określana jako *event*? Dość obszernie zjawisko to definiują W. Gebhardt i R. Hitzler. Ich zdaniem *eventy* to wydarzenia wyodrębniające się wyraźnie z życia codziennego. Mają one charakter interaktywny, masowy, zorganizowany i najczęściej komercyjny. Oferują rozrywkę związaną z przeżywaniem silnych emocji, doświadczenia wrażeń oddziałujących na wszystkie zmysły i jako takie stanowią przeżycie „totalne”. Są wielkimi spektaklami jednoczącymi w sobie rozmaite elementy estetyczne zaczerpnięte z różnych kultur. Celem organizatorów jest wywołanie w uczestnikach pozytywnych emocji, od uczucia przyjemności po euforię, a także sprzyjającego im wrażenia przynależności do wspólnoty związanej wspólnymi przeżyciami, zainteresowaniami czy światopoglądem<sup>1</sup>. Ponadto W. Gebhardt za zasadnicze cechy *eventów* uważa: perfekcyjną organizację, niepowtarzalność, synkretyzm, rolę sensotwórczą, charakter wspólnotowy i monotematyczność<sup>2</sup>.

Przyglądając się cechom wymienionym w przytoczonych wyżej definicjach, dochodzi się do wniosku, że żadna z nich nie stanowi cechy charakterystycznej tylko dla *eventu*, lecz może równie dobrze odnosić się do wielu innych sytuacji społecznych. Jednakże z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić można, że mamy do czynienia z *eventem* wówczas, gdy dane wydarzenie

---

<sup>1</sup> *Arbeitspapier zur Tagung Soziologie der Events* – cyt. za: H. Willems, *Events: Kultur – Identität – Marketing*, w: *Events. Soziologie des Außergewöhnlichen*, Hrsg. W. Gebhardt, R. Hitzler, F. Liebl, Opladen 2000, s. 53.

<sup>2</sup> *Feste, Feiern und Events*, w: *Events*, s. 19-22.

lub sytuacja charakteryzuje się większością wymienionych cech. Najważniejsze z nich zasługują na nieco dokładniejsze omówienie:

a) *Masowość*

Jest to cecha potocznie kojarząca się z *eventem* i stanowiąca jednocześnie warunek konieczny do zaliczenia danej sytuacji społecznej do tej kategorii. Aby mógł zaistnieć *event*, konieczne jest zebranie się w tym samym miejscu i czasie większej liczby uczestników. Masowość jest kryterium sukcesu i miernikiem atrakcyjności wydarzenia. Trudno natomiast dokładniej określić, ilu uczestników powinno brać udział w danym wydarzeniu, żeby można je było określić jako *event*. Zdaniem H. Knoblaucha można to uczynić wówczas, gdy zbiór uczestników jest większy niż grupa, na tyle duży, żeby mógł stanowić reprezentację określonych środowisk społecznych, wreszcie gdy składa się z osób nie znających się nawzajem, a spotykających się wyłącznie na gruncie wspólnych zainteresowań czy poglądów<sup>3</sup>. Oczywiście, masowość nie jest warunkiem wystarczającym. Nie każda sytuacja fizycznej współobecności setek czy tysięcy osób to *event*. Tłumy ludzi w upalny dzień na plaży nie czynią jeszcze *eventu*, podobnie tysiące turystów zwiedzających codziennie najważniejsze zabytki świata. Żeby można było mówić o zaistnieniu *eventu*, muszą zostać spełnione jeszcze inne warunki.

b) *Profesjonalna organizacja*

*Eventy* są wydarzeniami dokładnie zaplanowanymi oraz starannie zorganizowanymi. Planowanie dotyczy zarówno wymowy i interpretacji wydarzenia, która ma ściśle odzwierciedlać zamierzenia organizatora, jak też jego przebiegu, w którym nie ma z reguły miejsca na przypadkowość i spontaniczność. *Eventy* mają pewien ustalony, przynajmniej do pewnego stopnia, przebieg, stanowiący sekwencję działań, często o charakterze rytualnym<sup>4</sup>. Ich organizacją zajmuje się specjalnie do tego celu powołana profesjonalna kadra, dysponująca wieloma nowoczesnymi środkami technicznymi. W zależności od charakteru organizatorami mogą być firmy, związki i stowarzyszenia lub Kościoły.

---

<sup>3</sup> *Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events*, w: *Events*, s. 47.

<sup>4</sup> Tamże, s. 36.

### c) Charakter wspólnotowy

*Eventy* mają charakter więziotwórczy, zdają sobie sprawę z tego zarówno ich organizatorzy, którzy czynią wszystko, aby stworzyć ku temu dogodne warunki, jak i uczestnicy, dla których możliwość przeżywania nastrojów radości i uniesienia wspólnie z innymi jest jednym z głównych czynników motywujących ich do uczestniczenia w *evencie*. Komunikacja zachodząca pomiędzy uczestnikami podczas *eventu* ma nie tylko charakter językowy. Zachodzi również za pomocą takich środków wyrazu, jak gesty, obrazy, taniec, sposób ubierania się, różnego rodzaju rekwizyty, sposób organizacji przestrzeni itp. Komunikacja ta ma charakter egalitarny, różnice wynikające z pełnionych ról, zajmowanych pozycji, przynależności klasowej czy warstwowej nie odgrywają żadnej roli. Nieistotne są różnice wiekowe, narodowościowe czy kulturowe. Wśród uczestników *eventu* wykształca się poczucie jedności, bycia „wśród swoich”, szczególnego porozumienia, którego podstawą są wspólne zainteresowania, poglądy, pasje, podobieństwo zachowań i wyglądu zewnętrznego. Poprzez uczestniczenie we wspólnocie sobie podobnych jednostka doświadcza wzmocnienia i społecznego potwierdzenia własnej tożsamości.

### d) Niecodziennność

*Event* ze swego założenia ma być wydarzeniem niezwykłym i jedynym w swoim rodzaju. Efekt niepowtarzalności osiągany jest za pomocą rozmaitych środków, takich jak organizowanie spotkań w miejscach, które już same z siebie mają niepowtarzalną atmosferę, duże odstępy czasowe między nimi, dążenie do zaoferowania większej ilości atrakcji, przeżyć i wrażeń niż inne porównywalne wydarzenia. Niepowtarzalność i atrakcyjność *eventu* jest szeroko nagłaśniana na długo przed samym wydarzeniem, co ma wywołać zainteresowanie w jak najszerszych kręgach potencjalnych odbiorców. Odpowiednio rozpropagowany *event* staje się tematem rozmów, dyskusji i planów, czymś, o czym „się mówi” i co „wypada znać”, a to z kolei, na zasadzie społecznego dowodu słuszności, przekonuje niezdecydowanych i pobudza wyobraźnię również tych, którzy w innych warunkach być może nie przejawialiby większego nim zainteresowania. Przygotowania do wydarzenia, które rozpoczynają się na długi czas przed nim, dodatkowo wzmagają postrzeganie jego atrakcyjności i sprzyjają wzmocnieniu intensywności doznań w momencie, gdy ono już nastąpi. Wydarzenie oczekiwane z niecierpliwością przez

tygodnie, a nawet miesiące, ma większą szansę zapaść w pamięć jego uczestników jako wydarzenie niezwykle, całkowicie odmienne od wszystkiego, co przeżywają w codziennym życiu, jako wydarzenie otwierające dostęp do innej rzeczywistości, pozwalające spojrzeć na świat z zupełnie innej perspektywy.

e) *Przekaz medialny*

H. Knoblauch zauważa, że istotną cechą *eventów* jest fakt, iż stanowią one symboliczną reprezentację również tych, którzy nie biorą w nich bezpośrednio udziału, a dzielą podobne zainteresowania, styl życia czy światopogląd. Jest to możliwe, ponieważ większość tzw. wydarzeń jest transmitowana przez media. W związku z tym są one obserwowane niejako na dwóch poziomach: temu, co dzieje się na scenie, przyglądają się obecni w tym samym miejscu i czasie uczestnicy, którzy na ogół biorą w nim aktywny udział, natomiast całe wydarzenie – zarówno to, co dzieje się na scenie, jak i reakcje publiczności oglądają widzowie zgromadzeni przed telewizorami. Transmisja medialna nie pozostaje bez wpływu na uczestników *eventu*, dla których świadomość, że będą obserwowani, stanowi nierzadko dodatkową motywację do uczestnictwa. Przekaz medialny jest rodzajem nobilitacji: we współczesnej kulturze obrazu fakt, że dane wydarzenie jest warte tego, aby pokazywać je w mediach, stanowi często swoisty „znak jakości”, dowód na to, że cieszy się ono społecznym zainteresowaniem, a więc zasługuje na uwagę<sup>5</sup>. Człowiekowi ponowoczesnemu to, co przedstawiane jest w mediach, jawi się jako bardziej rzeczywiste, autentyczne. Media potwierdzają prawdziwość i intersubiektywność przeżyć uczestników.

f) *Zawartość ideologiczna*

Zarówno imprezy komercyjne, jak i wydarzenia artystyczne czy sportowe, nie mówiąc już wydarzeniach o charakterze religijnym, mają zazwyczaj swoją „ideę przewodnią”, główny wątek, zasadniczą treść przekazu, wokół której koncentrują się wszystkie działania i interakcje podejmowane zarówno przez twórców, jak i odbiorców *eventu*. Ta ideologia z jednej strony umacnia poczucie wspólnoty uczestników, z drugiej zaś stanowi uzasadnienie szczególnego charakteru *eventu*, jego ważności i niepowtarzalności. Może odwoływać

---

<sup>5</sup> Tamże, s. 45-46.

się zarówno do tradycyjnych treści światopoglądowych – np. w wypadku uroczystości religijnych – jak i do treści subkulturowych – w wypadku niektórych wydarzeń muzycznych<sup>6</sup>.

g) *Zogniskowany charakter interakcji*

*Eventem* można nazwać jedynie sytuacje społeczne, w których zachodzące interakcje mają charakter zogniskowany, a więc można w nich bez trudu wskazać pewne centrum, na którym koncentruje się uwaga uczestników i ich działania. *Eventy* mają charakter inscenizacji, a to oznacza, że ważnym elementem każdego *eventu* jest występowanie ogniskującej uwagę uczestników sceny i obecność publiczności. Bardzo istotne jest również to, iż publiczność nie występuje w roli biernego obserwatora, lecz uczestniczy aktywnie w wydarzeniu, a nawet je współtworzy.

h) *Dominacja formy nad treścią*

Cechą *eventów* jest łączenie w jedną całość elementów różnych tradycji kulturowych i różnorodnych estetycznych środków wyrazu. Mniej istotna jest ich spójność pod względem treści; chodzi głównie o dostarczenie odbiorcy jak najbardziej różnorodnych impulsów, zaskakiwanie go, tak aby wydarzenie, w którym wziął udział, pozostało mu na długo w pamięci. Wiele *eventów* łączy w sobie muzykę, taniec, rozmaite efekty dźwiękowe i świetlne, fajerwerki, pokazy teatralne, akrobatyczne i wszystko, co rzuca się w oczy i nosi znamiona niezwykłości. To wszystko ma nieustannie przykuwać uwagę, nie dopuszczając ani na chwilę do znużenia i nudy. Odwoływanie się do różnych, często egzotycznych elementów kulturowych ma na ogół bardzo luźny związek z treścią samego *eventu*. Ma raczej ubarwić wydarzenie, nadać mu charakter bardziej nowoczesny, świadczyć o otwartości organizatorów oraz uczestników na bogactwo innych kultur i obyczajów. Dzięki tym efektom *event* nabiera charakteru „przeżycia totalnego”, którego celem jest wywołanie w odbiorcy doznań nie tyle przemawiających do intelektu, ile obejmujących wszystkie zmysły<sup>7</sup>.

Podczas gdy ideologia nowoczesności utożsamiała to, co autentyczne, z tym, co racjonalnie uzasadnione i dowiedzione, człowiek ponowoczesny

---

<sup>6</sup> G e b h a r d t, *Feste, Feiern und Events*, s. 19-22.

<sup>7</sup> G e b h a r d t, *Einleitung*, w: *Events*, s. 10-11.

autentyczność rozumie inaczej: autentyczne jest to, co przemawia do wszystkich aspektów jego osobowości, w tym również, a może nawet przede wszystkim, do jego zmysłów i emocji. Ch. Scharnberg podkreśla, że to, iż *eventy* oddziałują na swych uczestników nie poprzez treść, lecz przez formę, jest bardzo istotnym czynnikiem wzmacniającym skuteczność przekazu: „Na festiwalu *reggae* zgodnie z oczekiwaniami śpiewa się o braterstwie wszystkich ludzi i wizjonerskim uczuciu wolności. Ale to przesłanie staje się dla uczestników *eventu* autentyczne dopiero wówczas, gdy tańcząc, bez oporów mogą rzucać się sobie w ramiona i gdy krążący *joint* obudzi w nich odprężenie i zaufanie, które działa wyzwalająco. «Treść» *reggae* jest więc odczuwana poprzez dotyk, smak, taniec i to, czego się słucha. Inaczej niż w przypadku wykładu o podobnej treści, który opierałby się przede wszystkim na percepcji intelektualnej, treści *eventu* są odczuwane wszystkimi zmysłami. W ten sposób zyskują silne zakotwiczenie w zasobie doświadczeń uczestników, tak że obie rzeczywistości mieszają się ze sobą: zainscenizowana rzeczywistość *eventu* jest doświadczana tak samo intensywnie i w czasie rzeczywistym, jak codzienność”<sup>8</sup>.

#### i) Krótkotrwałość oddziaływania

Jest to najbardziej paradoksalna cecha *eventów*, która zdaje się stać w sprzeczności z pozostałymi ich cechami, zwłaszcza z ich charakterem więziotwórczym. Uczestnictwo w *evencie* związane jest na ogół z bardzo intensywnym przeżywaniem wspólnoty z innymi uczestnikami. Jednakże doznania te, choć silne i bardzo pozytywnie nacechowane emocjonalnie, nie mają na ogół większego wpływu na życie osób, które brały udział w wydarzeniu. Uczestnictwo w *evencie* najczęściej nie zmienia niczego w dotychczasowym rytmie życia, rzadko też powoduje jakiegokolwiek trwałe zmiany w sferze postaw czy wyznawanego światopoglądu. Ten efemeryczny charakter *eventów* Z. Bauman podsumowuje następująco: „Wydarzenia, podobnie jak wszystkie inne towary konsumpcyjne z prawdziwego zdarzenia, mają swoją „datę ważności”: ich twórcy i promotorzy nie powinni zatem snuć zbyt dalekosiężnych planów [...] Zamiast tego powinni myśleć o tym, by – jak to

---

<sup>8</sup> Was ist ein Event?, <http://www.kirche-am-ball.de/index.php?id=84> dostęp 18 III 2009.

celnie ujął George Steiner – „zrobić jak największe wrażenie i zaraz potem zniknąć”<sup>9</sup>.

## 2. KONTEKST SPOŁECZNY

Próba wyjaśnienia przyczyn popularności *eventów* wymaga zastanowienia się nad tendencjami społecznego rozwoju, które powodują wzrost zapotrzebowania na ten rodzaj sytuacji społecznych. Najistotniejszymi spośród tych tendencji wydają się być: rozpad tradycyjnych więzi społecznych, fragmentaryzacja życia prowadząca do problemów współczesnego człowieka w określaniu swojej tożsamości, wzrastająca skłonność do odrzucania zobowiązań, poczucie niepewności i zagrożenia prowadzące do poszukiwania oparcia w nowych formach uspołecznienia, wreszcie upowszechniający się nowy typ racjonalności, określany przez niektórych badaczy jako „racjonalność doznań”.

### a) *Rozpad tradycyjnych środowisk społecznych*

Człowiek współczesny żyje w świecie, w którym zachodzą wielkie zmiany dotyczące niemal wszystkich sfer życia. Dotyczą one zarówno warunków egzystencji, jak i relacji międzyludzkich, systemów wartości i ról społecznych. Przemiany te powodują rozpad stabilnych środowisk społeczno-swiatopoglądowych i zastąpienie ich nowymi formami uspołecznienia, w których jednostka staje przed zadaniem indywidualnego kształtowania własnej biografii. Ta tendencja rozwojowa społeczeństwa określana jest mianem indywidualizacji.

W tradycyjnym społeczeństwie jednostka była postrzegana zawsze jako część większej całości. Wynikało to z tego, iż całe życie większości ludzi upływało w tej samej społeczności, która poszczególnym swoim członkom dokładnie wyznaczała ich statusy i zakres pełnionych ról. Homogeniczne otoczenie społeczne i związana z nim jednolita moralność ułatwiały budowanie stabilnej struktury osobowości<sup>10</sup>. W modernizującym się społeczeństwie, jak zauważył już G. Simmel na początku XX w., na skutek przyspie-

---

<sup>9</sup> *Kultura płynnej nowoczesności*, w: *Bauman o popkulturze*. Wypisy, wybór M. Halawa, P. Wróbel, Warszawa 2008, s. 65-66.

<sup>10</sup> T. L u c k m a n n, *Persönliche Identität, soziale Rolle und Rollendistanz*, w: *Identität*, Hrsg. O. Marquard, K. Stierle, München 1979, s. 294.

szanego rozwoju gospodarczego i technicznego następuje rozpad tradycyjnych więzi społecznych. Jednostka należy już nie do jednego, lecz do wielu kręgów społecznych. Ich sprzeczne wymogi przyczyniają się do wzrostu jej poczucia odrębności, stąd też coraz większą rolę zaczyna odgrywać dążenie do autonomii i samorealizacji<sup>11</sup>.

Ekonomizacja i biurokratyzacja stosunków społecznych powodują stopniową erozję stosunków międzyludzkich. Tracą na znaczeniu społeczności lokalne, rodzina oraz środowiska sąsiedzkie. Do rozpadu tych tradycyjnych środowisk społecznych przyczynia się również wzrost poziomu wykształcenia, zwiększenie mobilności związane z pracą zawodową oraz wpływ mediów. Zanikowi poczucia solidarności towarzyszy wzrost anonimowości i poczucie osamotnienia. Człowiek współczesny tęskni za stabilnymi relacjami międzyludzkimi w swoim najbliższym otoczeniu, które mogłyby stać się dla niego punktem odniesienia, zarazem jednak coraz częściej nie jest w stanie ich budować. Skutkiem tego jest coraz większa nietrwałość stosunków międzyludzkich. Dlatego, mimo że postęp techniczny otwiera przed ludźmi wciąż nowe możliwości komunikowania się, człowiek ponowoczesny staje się coraz bardziej wyobcowany. Dochodzi do tego również poczucie dezorientacji wywołane tym, że w kulturze nowoczesnej brak wzorców dobrego życia, które wykraczałyby poza granice poszczególnych sfer funkcjonalnych i związanych z nimi ról. Zamiast nich propagowane są aktualnie modne i szybko przemijające style życia.

#### b) *Fragmentaryzacja życia społecznego a problem tożsamości*

Modernizujące się społeczeństwo ulega postępującej segmentalizacji, czyli podziałowi na względnie autonomiczne dziedziny życia, pozbawione jednolitej, spajającej je zasady. Jednostka, należąc w poszczególnych sferach swojego życia do wielu bardzo luźno ze sobą powiązanych grup odniesienia, w każdej z nich musi przestrzegać odmiennych, często wzajemnie sprzecznych zasad. Normy postępowania obowiązujące na przykład w rodzinie nie są tymi samymi, których przestrzegać należy w miejscu pracy, szkole czy grupie rówieśniczej. W każdej grupie odniesienia człowiek spotyka innych ludzi w specyficznych rolach i musi dostosowywać się do wciąż nowych sytuacji. Utrudnia to budowanie stabilnej struktury osobowości, ponieważ

---

<sup>11</sup> V. K r e c h, *Georg Simmels Religionstheorie*, Tübingen 1998, s. 259.

zasady, które w jednej sytuacji społecznej obowiązują i są skuteczne, w innej przestają obowiązywać, a nawet mogą okazać się szkodliwe. Zwraca na to uwagę P. L. Berger: „To, co w jednym sektorze życia społecznego jest prawdą, w innym może okazać się pomyłką. To, co w jednym stadium społecznej kariery jednostki i zostaje uznane za dobre i prawdziwe, w następnym stadium staje się fałszywe. W takim układzie stopień zagrożenia anomią jest niezwykle wysoki”<sup>12</sup>.

W takiej sytuacji szczególnej wagi nabiera problem określenia własnej tożsamości. Podczas gdy w społeczeństwach tradycyjnych biografia jednostki była niejako z góry określona przez fakt przyścia na świat w danej grupie, warstwie społecznej czy wspólnotie wyznaniowej, a jednostka w ciągu swojego życia, poza nielicznymi wyjątkami, nie miała możliwości zmiany swojego otoczenia społecznego i warunków, w jakich żyła, to obecnie sytuacja zmieniła się diametralnie. Przejście od „losu” do „wyboru” w życiu społecznym sprawiło, że coraz mniejsze znaczenie w biografii jednostki odgrywają statusy przypisane, dziedziczone, natomiast decydującą rolę zaczynają odgrywać pozycje, które jednostka może osiągnąć dzięki swoim zdolnościom i pracy. Wybrać sobie można właściwie wszystko – religię, środowisko życia, miejsce zamieszkania, pracę, narodowość, a w niektórych przypadkach nawet płeć.

Nowoczesne społeczeństwa nie zajmują się jednak problemem pogodzenia instytucjonalnie wyznaczonych ról i modeli postępowania w różnych sferach życia społecznego z problematyką indywidualnego sensu życia. Tożsamość jednostki nie tylko nie jest kształtowana przez porządek społeczny, ale również indywidualne próby jej poszukiwania nie są przez ten porządek wspierane<sup>13</sup>. Dlatego człowiek współczesny przy podejmowaniu decyzji musi kierować się stworzonymi przez siebie samego kryteriami i samodzielnie wybranymi wzorami życia.

Kształtowanie tożsamości w takich warunkach sprawia, że nie jest już ona określona raz na zawsze, lecz najczęściej modyfikowana w zależności od sytuacji. Przeszłość jednostki traci na znaczeniu, a obecne wybory nie muszą już być dokonywane w nawiązaniu do dawniejszych. Bardziej niż konsekwen-

---

<sup>12</sup> P. L. B e r g e r, B. B e r g e r, H. K e l l n e r, *Das Unbehagen in der Modernität*, Frankfurt 1975, s. 159.

<sup>13</sup> U. O e v e r m a n n, *Strukturmodell von Religiosität*, w: *Religiöse Individualisierung oder Säkularisierung. Biographie und Gruppe als Bezugspunkte moderner Religiosität*, Hrsg. K. Gabriel, Gütersloh 1996, s. 25.

cja i stałość zaczynają liczyć się takie cechy, jak elastyczność i umiejętność dostosowania się do wymogów różnych sytuacji. W coraz szybciej zmieniającym się świecie jest to zresztą jedna z zasadniczych cech umożliwiających sprawne funkcjonowanie w społecznych strukturach.

Rosnące zainteresowanie problemem tożsamości jednostki uwarunkowane jest również daleko idącymi zmianami w systemie wartości. Niegdyś cenione protestanckie cnoty, takie jak spełnianie obowiązku, pracowitość, oszczędność, zostały zastąpione przez takie wartości, jak dążenie do samorealizacji, samostanowienia, wolność, dążenie do maksymalizacji przyjemności. W tak ukształtowanej strukturze społecznej indywidualne działania jednostki odgrywają coraz większą rolę. Warunki życia w coraz mniejszym stopniu są zależne od zbiorowości, do której się przynależy, liczy się raczej indywidualna aktywność, przedsiębiorczość, zdolność do podejmowania szybkich i trafnych decyzji. W ten sposób z jednej strony mamy do czynienia ze wzrostem autonomii jednostki, powiększeniem zasobu jej praw i możliwości wyboru, z drugiej zaś strony towarzyszy temu wzrost jednostkowej odpowiedzialności, a co za tym idzie, również indywidualnego ryzyka.

Anonimowość, jakiej człowiek współczesny doświadcza w większości sfer życia społecznego, sprawia, iż poszukiwania swojej tożsamości coraz częściej przenoszone są do sfery prywatnej. Istnienie sfery prywatności stanowi kompensację deprywacji, doświadczanej w zetknięciu z wielkimi, anonimowymi strukturami nowoczesnego społeczeństwa. Życie prywatne stanowi źródło wsparcia emocjonalnego i sensu, którego nie można doświadczyć w sferze życia publicznego<sup>14</sup>.

### *c) Niechęć do podejmowania zobowiązań*

Człowiek ponowoczesny, stykając się nieustannie z różnymi, często wzajemnie sprzecznymi wymaganiami i oczekiwaniami normatywnymi kierowanymi do niego ze strony różnych podsystemów funkcjonalnych społeczeństwa, w sposób nieuchronny popada wciąż w konflikty lojalności. Może sobie z nimi poradzić, tylko świadomie dystansując się od nadmiernych wymagań poszczególnych instytucji, nie identyfikując się całkowicie z żadną z nich, tylko to bowiem umożliwia samodzielne kierowanie własnym życiem. Taka potrzeba zachowania dystansu wobec wymogów otoczenia społecznego jest

---

<sup>14</sup> B e r g e r, B e r g e r, K e l l n e r, dz. cyt., s. 160.

wyjaśnieniem zaznaczającego się w społeczeństwie wyraźnego trendu do unikania zobowiązań na całe życie bądź na czas dłuższy. Świadczą o tym takie zjawiska, jak coraz częstsze ociążanie się z zakładaniem rodziny i formalizacją związków partnerskich, spadek liczby osób zaangażowanych w Kościołach, partiach czy związkach zawodowych. Unikanie podejmowania trwałych zobowiązań nie oznacza jednak niechęci do jakiegokolwiek zaangażowania. Wiele osób jest wciąż skłonnych do poświęcenia się różnorodnym przedsięwzięciom, często zupełnie bezinteresownie, pod warunkiem wszakże, że będzie to zaangażowanie tylko na pewien z góry określony czas. Człowiek współczesny unika podejmowania trwałych zobowiązań również dlatego, że współczesna kultura konsumpcyjna przyzwyczaiła go do nieskrępowanego korzystania z niezliczonej liczby ofert, propozycji i możliwości oferowanych w różnych dziedzinach życia społecznego.

Z. Bauman stwierdza, że człowiek ponowoczesny podobny jest do turysty, który nie zatrzymuje się nigdzie na dłużej, ponieważ rości sobie prawo do niczym nieskrępowanej wolności i niezależności, również wolności od moralnych zobowiązań. Nie przywiązuje się zbyt do ludzi i miejsc, nie opowiada się raz na zawsze za żadną ideą. Jego wędrówka nie ma ściśle określonego celu. Tym, co popycha go do działania, jest ciekawość, niezaspokojony nigdy głód wrażeń. Tak rozumiana turystyka przestaje być już tylko chwilowym oderwaniem od rutyny dnia codziennego, pomagającym lepiej znosić obciążenia codzienności, lecz stopniowo dla coraz szerszych kręgów społecznych zastępuje ową codzienność, stając się stylem życia<sup>15</sup>.

#### d) *Koncentracja na doznaniach*

Społeczeństwo ponowoczesne zapewnia jednostce zaspokojenie jej podstawowych potrzeb egzystencjalnych. Ludzi żyjących w krajach wysoko rozwiniętych nie zaprzatają już kwestie bezpośrednio związane z przetrwaniem. Tam, gdzie zaspokojone zostały potrzeby podstawowe, do głosu dochodzą potrzeby wyższego rzędu: samorealizacji, twórczości, wolności. Jednak w codziennym życiu nie ma zbyt wielu okazji do ich realizacji. Rutynowa organizacja życia codziennego nie sprzyja doznaniom gratyfikującym. Racjonalizacja poszczególnych dziedzin życia społecznego, nowoczesny podział pracy, dominacja wielkich organizacji i międzynarodowych koncernów sprawia, że czło-

---

<sup>15</sup> *Etyka ponowoczesna*, Warszawa 1996, s. 330-331.

wiek ponowoczesny coraz częściej traci poczucie sprawstwa, czuje się jedynie wykonawcą poleceń, biernym uczestnikiem sytuacji, na które nie ma żadnego wpływu. Powoduje to często poczucie zagubienia i bezsilności, a w sferze zawodowej nierzadko utratę satysfakcji z pracy i poczucie monotonii. Skłania to do poszukiwania wrażeń, które tę monotonię mogłyby przełamać, do poszukiwania zajęć i sposobów spędzania czasu, które byłyby wynikiem własnej, niewymuszonej decyzji, wolnego wyboru. Człowiek współczesny ma taką możliwość, ponieważ dysponuje coraz większą ilością czasu wolnego i środków materialnych, które pozwalają mu spożytkować ten czas w sposób zgodny z indywidualnymi potrzebami i zainteresowaniami.

Rosnące znaczenie czasu wolnego i różnych sposobów jego spędzania nie jest dziełem przypadku, lecz pochodną przemian zachodzących w strukturach społecznych i gospodarczych oraz w sferze światopoglądowej. Jak zauważył Bauman, w społeczeństwie nowoczesnym człowiek miał być przede wszystkim wytwórcą dóbr, a centralną kategorią kształtującą biografię jednostki, decydującą o jej tożsamości i leżącą u podstaw społecznej integracji, stanowiła praca. W społeczeństwie ponowoczesnym podstawowe funkcje, do pełnienia których socjalizowane są jednostki, to już nie funkcje wytwórcze, lecz spożywczo-ludyczne. Oznacza to, że człowiek ponowoczesny ma być przede wszystkim konsumentem oraz „człowiekiem zabawy”: „Człowiek jest w pierwszym rzędzie organizmem doświadczającym, poszukującym nowych doznań i przeżyć, zawsze chłonnym i opornym na efekty znużenia czy przesycenia wrażeniami – a więc zdolnym do ciągłej, a jeszcze lepiej rosnącej, absorpcji wrażeń; [...] wzorem idealnym konstrukcji udanej jest zatem sprawność raczej niż «zdrowie». «Sprawność» oznacza cielesną i duchową zdolność wchłaniania rosnącej masy wrażeń i twórczego na nie reagowania”<sup>16</sup>.

Postawa konsumencka, objawiająca się nieustannym dążeniem do korzystania z jak największej ilości dóbr i usług oraz kolekcjonowania przyjemnych doznań, nie jest więc, jak się często sądzi, produktem ubocznym ponowoczesnego społeczeństwa, lecz stanowi warunek jego sprawnego funkcjonowania. Rozwój nowoczesnego przemysłu i zaawansowanych technologii sprawia, że coraz większa ilość towarów może być wyprodukowana przy udziale coraz mniejszej liczby ludzi bezpośrednio zaangażowanych w proces produkcji. Aby tak zorganizowany system gospodarczy mógł funkcjonować, rynek potrzebuje nie tyle wytwórców, ile nabywców, a więc ludzi czerpiących satysfakcję

---

<sup>16</sup> *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń 1995, s. 54.

z konsumpcji, poszukujących wciąż nowych atrakcji, goniących za przyjemnością. Proces socjalizacji w społeczeństwie ponowoczesnym zmierza właśnie w tym kierunku<sup>17</sup>.

Życie człowieka epoki ponowoczesności nie jest więc już ukierunkowane na konkretny cel, do którego należy dążyć za pomocą wszelkich dostępnych sił i środków. To, co obecnie liczy się najbardziej, to kolekcjonowanie pięknych przeżyć i doznań. Nie polega ono tylko na przyjmowaniu tego, co życie oferuje, lecz na aktywnym poszukiwaniu, na celowym stwarzaniu okazji do przeżywania i wzmacniania doznań fizycznych i psychicznych. Szczęście to już nie akceptacja rzeczywistości takiej, jaka jest, lecz stylizowanie, inscenizowanie swojego życia w taki sposób, żeby wydobywać z niego to, co najlepsze. Dla człowieka ponowoczesnego „świat istnieje po to, by czerpać zeń przyjemność; możliwość czerpania przyjemności nadaje światu sens”<sup>18</sup>.

Nieskończona ilość możliwości wyboru sprawia, że muszą istnieć jakieś kryteria podejmowania decyzji. Takim kryterium coraz częściej staje się hedonistyczne dążenie do maksymalizacji subiektywnej przyjemności. Dawniej leżące u podstaw życiowych decyzji rozróżnienie „dobro–zło” coraz częściej zastępowane jest przez kryterium „przyjemność–brak przyjemności”, ewentualnie „większa–mniejsza przyjemność”. Weberowskie pojęcie racjonalności musi więc zostać rozszerzone – to już nie „racjonalność ze względu na cel” ani też „racjonalność ze względu na wartość” jest tym, co popycha ludzi do działania, lecz „racjonalność doznań”<sup>19</sup>.

Współczesne społeczeństwo to *Erlebnisgesellschaft* – społeczeństwo doznań, dla którego charakterystyczne jest nieustanne dążenie do gratyfikacji i jak największej intensyfikacji przeżyć gratyfikujących. Emocjonalne doświadczenie ma tu większą wartość niż racjonalne poznanie. Człowiek staje się kolekcjonerem wrażeń, bodźców pozwalających odczuć, że żyje naprawdę. Liczy się nie tylko skala atrakcji, lecz również ich jakość, mierzona oddziaływaniem na możliwie wszystkie zmysły człowieka. Takie doświadczenia, zgodnie ze sformułowaną przez V. Kavolisa koncepcją „logiki szczytowych doznań”, mają umożliwić odkrycie swego autentycznego „ja”, ponieważ jaźń pojmowana jest tu jako ukryta struktura, która dochodzi do głosu tylko w szczególnych momentach najsilniejszych, najbardziej intensywnych doznań

<sup>17</sup> Z. B o k s z a ń s k i, *Tożsamości zbiorowe*, Warszawa 2005, s. 245.

<sup>18</sup> B a u m a n, *Etyka ponowoczesna*, s. 329.

<sup>19</sup> Por. G. S c h u l z e, *Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart*, Frankfurt 1992.

(tzw. doświadczeń szczytowych – *peak experiences*)<sup>20</sup>. Z. Bokszański zwraca uwagę na to, iż na skłonność do takiego pojmowania jaźni wpływają takie czynniki, jak emocjonalna deprywacja, niezadowolenie z własnego statusu społecznego, brak jasnej identyfikacji z konkretnymi strukturami socjokulturowymi, świadomość kryzysu i poczucie zagubienia w obliczu zbyt gwałtownych zmian społecznych i kulturowych<sup>21</sup>.

Podobnego zdania jest R. Turner, który stwierdza, że w społeczeństwie ponowoczesnym punkt odniesienia dla jaźni stanowią nie regulacje instytucjonalne, lecz sfera dominacji impulsu. W takim ujęciu zachowania normatywnie regulowane, zgodne ze społeczno-kulturowymi standardami, uchodzą za nieautentyczne, sztucznie narzucone. Natomiast prawdziwe „ja” ujawnia się dopiero wówczas, gdy jednostka czyni spontanicznie to, czego w danym momencie naprawdę pragnie, niezależnie od ogólnie przyjętych standardów dobra, piękna czy przyzwoitości<sup>22</sup>.

Wielkie możliwości, jakie otwierają się przed współczesnym człowiekiem, sprawiają, że uważa on, że jest w jego mocy uczynić swoje życie szczęśliwym, że szczęście da się „odnaleźć”, „spotkać”, a jeśli na to spotkanie przyjdzie czekać zbyt długo, można je ewentualnie „osiągnąć”, „wypracować” lub nawet „kupić”. Stąd też akceptacja cierpienia nie jest cechą współczesnej kultury. Wręcz przeciwnie: cierpienie jest odrzucane, o jego istnieniu próbuje się zapomnieć na wiele sposobów. We współczesnej koncepcji „udanego” i „pięknego” życia w zasadzie nie ma na nie miejsca.

Dążenie do szczęścia samo w sobie nie jest niczym nowym, od zawsze było celem i zamiarem ludzkiego życia. Nowością jednak czasów współczesnych jest silne i dość powszechne przekonanie o tym, że stan szczęścia naprawdę da się osiągnąć i utrzymać; co więcej – że jedynie życie szczęśliwe ma jakąś wartość. Dlatego dążenie do niego stało się w pewnym sensie kulturowym przymusem. Niegdyś na możliwości osiągnięcia szczęścia zapatrywano się sceptycznie. Na przykład zdaniem S. Freuda program osiągnięcia szczęścia „w ogóle jest nie do zrealizowania, sprzeciwia się temu cała organizacja wszechświata; chciałoby się powiedzieć, że zamiar «uszczęśli-

---

<sup>20</sup> *Logics of Selfhood and Modes of Order. Civilizational Structures for Individual Identities*, w: *Identity and Authority*, red. R. Robertson, B. Holzner, Basil Blackwell, Oxford 1980 – cyt. za: B o k s z a ń s k i, dz. cyt., s. 198.

<sup>21</sup> Tamże.

<sup>22</sup> Tamże, s. 204, por. R. H. T u r n e r, *The Real Self: from Institution to Impulse*, „American Journal of Sociology” 81(1976), nr 5.

wienia» człowieka nie leży w planie stworzenia. To, co określa się mianem szczęścia [...] podług swojej natury może być jedynie jako zjawisko epizodyczne. [...] Nic dziwnego, że pod presją ewentualności cierpienia ludzie mają zwyczaj temperować swe roszczenia do szczęścia<sup>23</sup>.

Tymczasem cechą współczesnej kultury wydaje się to, że większość ludzi nie tylko nie ma ochoty „temperować” swoich roszczeń, ale również jest od tego odwodzona – otwarcie lub w sposób zakamuflowany. Kultura konsumpcyjna na wszelkie możliwe sposoby przekonuje, że każdy ma prawo do szczęścia i że szczęście to coś, co znajduje się w zasięgu ręki niemal każdego człowieka. A ponieważ jest ono zjawiskiem epizodycznym, najlepiej jest zadbać o to, aby tych epizodów było jak najwięcej, by trwały jak najdłużej i były jak najbardziej intensywne. Stąd postnowoczesny pęd do poszukiwania wrażeń. Człowiek współczesny coraz częściej kolekcjonuje właśnie wrażenia, a nie rzeczy materialne, bo one, gdy staną się już przedmiotem posiadania, nowych wrażeń nie dostarczają. Lepiej jest bez żalu pozbywać się rzeczy, aby zrobić miejsce dla nowych – bo to oznacza nowe, przyjemne doznania. Wartość użytkowa spada na dalszy plan – przedmioty i usługi mają przede wszystkim być źródłem przyjemności. Przeżywanie szczęścia obwarowane jest pewnym warunkiem: jego epizody muszą być coraz bardziej intensywne, inaczej nie będą odczuwane jako szczęście. Przed człowiekiem nowoczesnym staje więc nie tylko zadanie kolekcjonowania takich epizodów, lecz również ich intensyfikacja. Widać tu wyraźnie echa myślenia w kategoriach postępu: „lepiej, wyżej, dalej” to hasło odnoszące się już nie tylko do wyników w sporcie, lecz do całego projektu życia współczesnego człowieka.

#### e) *Tęsknota za wspólnotą*

Według D. Hervieu-Léger nowoczesne społeczeństwo, afirmując autonomię jednostki i podważając autorytety, paradoksalnie wyzwala tendencje do poszukiwania poczucia bezpieczeństwa w pewnym porządku narzuconym z zewnątrz. Człowiek zmuszony do poszukiwania indywidualnej odpowiedzi na pytanie o sens swojej egzystencji pragnie bowiem potwierdzenia jej wiarygodności: „Aby powstał «efekt sensu» niezbędne jest, by w jakimkolwiek momencie pojawiło się zbiorowe dzielenie sensów. Trzeba, by znaczenie

---

<sup>23</sup> *Kultura jako źródło cierpień*, Warszawa 1995, s. 20-21.

skonstruowane indywidualnie zostało poświadczane przez innych. Musi ono zostać w taki czy inny sposób społecznie potwierdzone”<sup>24</sup>.

Właśnie leżące w naturze człowieka dążenie do społecznego potwierdzenia indywidualnych znaczeń tłumaczy fakt dążenia jednostek do stowarzyszania się z podobnymi sobie, do dobrowolnego angażowania się w różnego rodzaju wspólnoty i identyfikacji z nimi. W obliczu osłabienia tradycyjnych środowisk społecznych, które niegdyś ułatwiały kształtowanie własnej tożsamości i dokonywanie wyborów, jednostka, nie chcąc być zdana sama na siebie, musi aktywnie poszukiwać struktur, na których mogłaby się w swoich wyborach opierać, bądź też takich, które mogłyby potwierdzić słuszność podjętych już decyzji. Takim potwierdzeniem mogą być ludzie prowadzący podobny tryb życia, o podobnych zainteresowaniach, wyznający podobne poglądy. Ich fizyczna obecność, możliwość naocznego i namacalnego upewnienia się o ich istnieniu, jest jednocześnie upewnieniem się o tym, że indywidualnie wybrany styl życia się sprawdza. Społeczne okazje do takich spotkań stwarzają *eventy*.

### 3. FUNKCJE *EVENTÓW*

Wzrost społecznego znaczenia *eventów*, upoważniający do mówienia o „eventyzacji” współczesnej kultury, świadczy o tym, że ich znaczenie nie ogranicza się tylko do sfery rozrywki. *Eventy* odgrywają w społeczeństwie ważną rolę, ponieważ stanowią odpowiedź na potrzeby współczesnego człowieka, które nie są zaspokajane lub też są zaspokajane w niewystarczającym stopniu przez inne elementy struktury społecznej. Na pierwszy plan w świadomości zarówno ich uczestników, jak i obserwatorów wysuwa się zazwyczaj funkcja ludyczna oraz ekspresywna, ale częstą motywację do uczestnictwa stanowi również funkcja komunikacyjna i więziotwórcza *eventów*. Oprócz tego nie mniej istotne są pozostałe spełniane przez nie funkcje: selekcyjna, konstytuowania tożsamości, kosmizacyjna oraz dystansująca wobec rzeczywistości. Nietrudno zauważyć, że trzy ostatnie z nich to funkcje tradycyjnie przypisywane religii.

---

<sup>24</sup> *Religia jako pamięć*, Kraków 1999, s. 134.

### a) Funkcja ludyczna

Uczestnictwu w *eventie* towarzyszy wiele pozytywnych emocji – od poczucia relaksu i rozładowania napięcia, poprzez satysfakcję, radość, dumę, aż do entuzjazmu i euforii. Te emocje wynikają z wielu czynników. Jednym z nich jest możliwość fizycznego i mentalnego zdystansowania się od sfery instytucjonalnie określonych obowiązków i norm życia codziennego, co daje poczucie wewnętrznej wolności. Drugim – świadomość realizacji własnych pragnień i kierowania się własnymi motywacjami, a nie tymi narzuconymi z zewnątrz. Trzeci czynnik, również bardzo istotny, to wrażenie bliskości i wspólnoty z innymi, którzy również znaleźli się w tym samym miejscu i czasie, kierując się podobnymi motywacjami i upodobaniami, którzy przeżywają te same emocje i podobnie je uzewnętrzniają<sup>25</sup>.

### b) Funkcja selekcyjna

Każdy *event* niesie ze sobą przesłanie, wokół którego jednoczą się jego uczestnicy. Nawet wydarzenia o charakterze typowo komercyjnym zawierają w sobie jakąś ideologię. Pełni ona, jak zauważył już S. Ossowski, funkcję selekcyjną<sup>26</sup>. Potencjalni uczestnicy *eventu* mogą z dużą dozą prawdopodobieństwa przypuszczać, że większość współuczestników stanowić będą nie osoby przypadkowe, lecz właśnie „wyselekcjonowane” pod kątem wspólnych zainteresowań i poglądów. To podobieństwo stylu życia, sposobów spędzania wolnego czasu, niejednokrotnie również wyglądu zewnętrznego, stanowi samo w sobie niezwykle istotny czynnik przełamujący bariery nieufności. Jest rzeczą naturalną, że większym zaufaniem obdarzamy zwykle ludzi do nas podobnych.

*Eventy* dokonują podziału świata na „my” i „oni”, umożliwiając swoim uczestnikom wykształcenie i zmanifestowanie, choć na krótki czas, swojej społecznej tożsamości. „My” to uczestnicy *eventu*, złączeni wspólnymi zainteresowaniami, dysponujący wiedzą o tym, co jest „na czasie” bądź jest „naprawdę ważne”, jakie zachowania, styl ubierania się i zachowania, poglądy i upodobania są nam wspólne i zapewnią nam akceptację i uznanie innych uczestników. „Oni” to wszyscy pozostali, którzy nie biorą w tym udziału, ponieważ mają inne zainteresowania i styl życia.

---

<sup>25</sup> B o k s z a ń s k i, dz. cyt., s. 212.

<sup>26</sup> *Z zagadnień psychologii społecznej*, Warszawa 2000, s. 144-145.

Spółeczność uczestników *eventu* ma do pewnego stopnia charakter ekskluzywny. Jest to związane z tym, że choć tego rodzaju wydarzenia mają w większości charakter teoretycznie otwarty dla wszystkich, to jednak uczestnictwo w nich związane jest na ogół z koniecznością poniesienia pewnych nakładów finansowych, a niejednokrotnie również z pokonywaniem dużych odległości. Sprawia to, że nie każdy może w nich uczestniczyć. Dlatego też radości z uczestniczenia w *eventie* towarzyszy niejednokrotnie poczucie szczególnego wyróżnienia, przynależności do kulturalnej czy finansowej elity.

### c) Funkcja komunikacyjna i więziotwórcza

W społeczeństwach tradycyjnych ludzie nie potrzebowali pretekstu do tego, by przebywać razem. Wystarczyła do tego bliskość zamieszkania, wspólnie podejmowane zajęcia, wspólnota pokrewieństwa. W społeczeństwie ponowoczesnym, w którym do rangi wysoko cenionych wartości podniesione zostały wolność i prawo do prywatności, nawiązywanie relacji z innymi jest utrudnione. Racjonalizacja większości dziedzin życia społecznego sprawia, że relacje międzyludzkie nabierają charakteru coraz bardziej funkcjonalnego. Coraz rzadziej traktowane są jako wartość sama w sobie, a motywację do ich podtrzymywania stanowi sama przyjemność obcowania z drugim człowiekiem. Więzi międzyludzkie, traktowane instrumentalnie, stają się coraz bardziej nietrwałe. Szczególnie w środowiskach wielkomiejskich rzeczą naturalną staje się całkowity brak zaangażowania w życie społeczności lokalnej. Człowiek pozostaje jednak istotą społeczną, która do zaspokojenia potrzeby bezpieczeństwa i przynależności potrzebuje możliwości przebywania z innymi. W świecie, w którym ani wspólna praca, ani zamieszkiwanie blisko siebie nie stanowi już okazji do tego, aby nawiązać kontakt z drugą osobą, potrzebne są specjalnie stworzone i społecznie usankcjonowane „okazje”, które umożliwiają zniesienie barier komunikacyjnych. Takie „okazje” stanowią właśnie *eventy*.

Ich atrakcyjność polega w dużej mierze na tym, że jego uczestnicy mogą na pewien czas porzucić role, jakie zwykle odgrywają w środowiskach, w których przebywają na co dzień. Z tą sytuacją zawieszenia ról wiąże się o wiele większa niż zwykle swoboda nawiązywania kontaktów. *Event*, podobnie jak karnawał, należy do sytuacji, które E. Goffman określa jako „obszary otwarte, gdzie uczestnicy mają prawo nie tylko angażować wszystkich obecnych, ale także inicjować zaangażowanie, przedstawiając się innym [...] Założenie wzajemnego szacunku i dobrej woli, immanentne dla obszarów

otwartych, pozwala nie brać pod uwagę potencjalnej niewłaściwości kontaktu między nieznanymi; to jedna z podstaw dostępności towarzyskiej”<sup>27</sup>.

d) *Funkcja ekspresyjna*

Racjonalizacja życia społecznego doprowadziła do tego, że w sferze publicznej nie ma miejsca na okazywanie emocji. Nawiązując do typologii Weberowskiej, można stwierdzić, że oczekiwane są przede wszystkim zachowania o charakterze racjonalnym, zachowania tradycyjne odgrywają coraz mniejszą rolę, natomiast zachowania afektywne dopuszczalne są przede wszystkim w sferze prywatnej i właściwie nigdzie poza nią. Gdzie więc miejsce na przeżywanie wraz z innymi emocji tak, aby nie spotykało się to ze społecznymi sankcjami w postaci dezaprobaty, krytyki czy nawet sankcji prawno-porządkowych? Właśnie *eventy* stanowią czas i miejsce, gdzie swoje emocje można przeżywać i dawać im wyraz w sferze publicznej, wraz z innymi, i nie tylko nie należy obawiać się za to sankcji, lecz wręcz przeciwnie: zachowania motywowane emocjonalnie, które gdzie indziej zostałyby społecznie napiętnowane, w sytuacji *eventu* są nie tylko akceptowane, ale wręcz wskazane. Świadczą bowiem o zaangażowaniu w przebieg wydarzenia i budują więź z innymi jego uczestnikami.

e) *Funkcja konstytuowania tożsamości*

Sytuacja *eventu* daje możliwość wyrażenia siebie, otwartego manifestowania swoich poglądów, pragnień, swojej odrębności, która w codziennych sytuacjach społecznych mogłaby być uznana za przejaw dziwactwa czy nawet skutkować społecznym wykluczeniem. Uczestnik *eventu* ma prawo się spodziewać, że taka autoprezentacja podejmowana w otoczeniu osób podzielających wspólne zainteresowania nie tylko będzie tolerowana, ale spotka się z akceptacją, zaspokajając w ten sposób jego potrzebę społecznego uznania. Nie bez znaczenia jest, współgrające z postnowoczesnym kultem wolności i wolnego wyboru, prawo jednostki do wybierania społecznych okazji, jakimi są *eventy*, pod kątem indywidualnych oczekiwań, i wyboru takich okazji, które dadzą jej największe szanse zaprezentowania się innym z jak najlepszej strony:

---

<sup>27</sup> *Zachowanie w miejscach publicznych*, Warszawa 2008, s. 150-151.

„Wspólnota *eventu* tworzy scenę, oddziałującą na obraz siebie i tożsamość, na której jednostka może wytworzyć i zademonstrować przymioty, które w innych kontekstach systemowych nie byłyby interesujące, albo też których «rozwijanie» mogłoby przeszkadzać: przymioty ciała, «charakteru», zręczności, wyobraźni itd. W ten sposób każda «systemowa szara myszka» może zyskać w oczach innych wymiar dramatyczny i w takim też wymiarze postrzegać samą siebie»<sup>28</sup>.

f) *Funkcja kosmizacyjna*

*Eventy* mają charakter przeżycia totalnego, a więc oferują doznania obejmujące jednocześnie ciało, intelekt i emocje, łączą naukę z zabawą, elementy poważne z rozrywkowymi. Jest to oferta nadzwyczaj atrakcyjna dla człowieka współczesnego, żyjącego w świecie społecznym podzielonym na sfery życia funkcjonujące niezależnie od siebie, rządzące się oddzielnymi prawami, często sprzecznymi ze sobą. Znużony fragmentarycznością życia człowiek oczekuje, a coraz częściej również aktywnie poszukuje miejsc i okazji, w których będzie mógł doświadczyć poczucia jedności, pełni, a przez to również poczucia sensu i porządku świata oraz swojej w nim egzystencji. Takiego poczucia sensu trudno jest doświadczyć w zracjonalizowanej codzienności. *Eventy* umożliwiają doświadczenie „całości bytu” nieosiągalne w większości sfer życia. Funkcję tę, oczywiście, w większym stopniu pełnią *eventy* z założenia niosące ze sobą wyraźny przekaz światopoglądowy, jak te organizowane przez Kościoły i wspólnoty wyznaniowe, jednak również wydarzenia o charakterze czysto artystycznym czy nawet komercyjnym zawierają w sobie tego rodzaju elementy. Wspólne przeżywanie wraz z innymi uczuć radości, entuzjazmu, ekstazy, umożliwia doświadczenie jedności – w zależności od rodzaju *eventu* może to być poczucie jedności z innymi, z Bogiem czy też nawet z całym wszechświatem. W ten sposób *eventy* dokonują kosmizacji świata. Hans-Georg Soeffner mówi w tym kontekście o „wewnętrzświatowym zbawieniu”, którego nośnikiem stają się *eventy*<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Williams, *Events: Kultur – Identität – Marketing*, s. 55.

<sup>29</sup> *Zum Verhältnis von Kunst und Religion in der „Spätmoderne“*, w: *Wirtschaftsgesellschaft und Kultur*, Hrsg. D. Fritz-Assmus, Bern 1998, s. 246.

g) *Funkcja dystansująca wobec rzeczywistości*

Jak już zauważył Goffman, w różnych sferach życia społecznego człowiek współczesny nieustannie odgrywa różne role. Te „występy” są starannie reżyserowane, liczy się w nich nie tylko osoba aktora, lecz również „rekwizyty” i „kostiumy”, które w znacznej mierze decydują o sukcesie całego przedstawienia. Jednak sam aktor w większości sytuacji społecznych ma ograniczony wpływ na swoją rolę, jego indywidualne wyobrażenie o tym, jak należałoby ją odegrać, na ogół musi ustąpić pola społecznym oczekiwaniom. Nie zawsze też przypadają mu role, o których marzył, zgodne z jego wyobrażeniami o sobie samym. Często pojawia się w związku z tym poczucie nieadekwatności, nieautentyczności, przekonanie, że rola, którą się odgrywa, została napisana dla kogoś zupełnie innego. Obowiązki, powinności i normy instytucjonalne postrzegane są często jako coś narzuconego z zewnątrz, jako czynnik ograniczający lub wręcz uniemożliwiający wyrażanie własnej indywidualności i nawiązanie otwartych i autentycznych relacji z innymi ludźmi. Stąd przekonanie, że odkryć prawdę o sobie można dopiero wówczas, gdy człowiek zdystansuje się wobec instytucjonalnych oczekiwań.

Taki dystans od rzeczywistości, której wymogi uniemożliwiają autentyczną ekspresję siebie, umożliwia sytuacja *eventu* rządząca się własnymi prawami. Wprawdzie zbyt daleko idące byłoby stwierdzenie, że pozwala ona na samodzielne reżyserowanie swego „przedstawienia”, ale na pewno odgrywane tu role są przyjmowane dobrowolnie, i tylko na tak długo, jak długo chce się je odgrywać. Na czas *eventu* „aktorzy” sami decydują o wyborze scenografii, rekwizytów i kostiumów, a choć sama rola jest również w pewnym stopniu określona, to jednak wolność w decydowaniu o tym, w jaki sposób i z użyciem jakich środków wyrazu będzie odegrana, jest nieporównanie większa niż w innych sferach życia. Dlatego w jego trakcie uczestnicy doznają wrażenia, że rzeczywistość zostaje zawieszona, że na pewien czas mogą pozostawić za sobą obowiązki i problemy codzienności, aby bez przeszkód zanurzyć się we własnych przeżyciach i doznaniach. W ten sposób *eventy* stają się formą ucieczki od rzeczywistości, od banalności codziennego życia.

#### 4. EVENT – NOWY RODZAJ WSPÓLNOTY?

Procesy indywidualizacji i pluralizacji nowoczesnych społeczeństw doprowadziły do zasadniczych zmian w dotychczasowych formach uspołecznienia.

Zarówno tradycyjne wspólnoty typu *Gemeinschaft*, jak i charakterystyczne dla społeczeństw nowoczesnych stowarzyszenia (*Gesellschaft*) tracą swój dotychczasowy wpływ na strukturę społeczną. Dość rozpowszechnione jest w związku z tym przekonanie, że rozwój społeczny zmierza w kierunku stopniowego zaniku form uspołecznienia, co w sposób nieuchronny prowadzić będzie do atomizacji społeczeństwa i pociągnie za sobą wyizolowanie i osamotnienie jednostki. Takiemu pogładowi sprzeciwiają się badacze, którzy uważają, że skutkiem przemian wynikających z modernizacji jest raczej wykształcenie się nowych form uspołecznienia, lepiej niż dotychczasowe dostosowanych do tempa rozwoju społecznego i zmieniających się potrzeb współczesnego człowieka.

Bokszański zauważa, że w społeczeństwie nowoczesnym życie grupowe koncentrowało się wokół produkcji i organizacji pracy, natomiast w ostatnich dziesięcioleciach XX w., w związku z przemianami w sferze gospodarki oraz struktur społecznych, głównym czynnikiem więziotwórczym stała się konsumpcja. Tym, co integruje jednostkę z grupami społecznymi, nie jest już, jak niegdyś, współpraca, lecz wspólne spędzanie wolnego czasu, ekspresja własnych gustów, postaw, upodobań i emocji. Tylko ta sfera bowiem umożliwia odsłonięcie prawdziwego „ja”, uwolnionego z więzów instytucjonalnego przymusu<sup>30</sup>.

Podobnie uważa Gebhardt, który stwierdza, że stowarzyszenia oparte na wspólnocie przynależności do określonej klasy lub warstwy społecznej, a więc na podobnym położeniu społecznym, ustępują miejsca stowarzyszeniom opartym na podobieństwie celów życiowych, zainteresowań i stylów życia. Te nowe formy uspołecznienia określić można jako „środowiska” bądź, odwołując się do terminologii przyjętej w socjologii niemieckojęzycznej, jako „sceny”<sup>31</sup>.

Czym charakteryzują się owe środowiska i czym różnią się od tradycyjnych wspólnot czy nowoczesnych stowarzyszeń? Ich istotną cechą jest to, że zachodzące w ich obrębie interakcje mają charakter zogniskowany tematycznie. Komunikacja zachodząca wewnątrz „sceny” może koncentrować się na dowolnej, lecz wyraźnie określonej tematyce, obejmującej modę, sport, muzykę, religię, tematykę komputerowo-internetową itp. Jednakże komunikacja ta nie ogranicza się jedynie do wymiany wiedzy i poglądów na dany temat, co upodabniałoby je do tradycyjnych klubów i kół zainteresowań, lecz ma

---

<sup>30</sup> Dz. cyt., s. 208.

<sup>31</sup> *Feste, Feiern und Events*, s. 11.

daleko szerszy zasięg. Funkcjonowanie tak rozumianego środowiska opiera się bowiem na „społecznie aprobowanej wiedzy o «właściwych» zachowaniach, atrybutach, kodach, symbolach, rytuałach, postawach, zasobach wiedzy, hierarchiach ważności, kompetencjach”<sup>32</sup>, obejmuje więc to, co określić by można jako styl życia, gdyby nie to, że ujawnia się on nie na co dzień (bo wówczas należałoby raczej mówić o subkulturach), lecz dochodzi do głosu – i do świadomości społecznej – w określonych porach i miejscach. W porównaniu z przednowoczesnymi wspólnotami, do których przynależność miała charakter trwały, „sceny” charakteryzują się daleko idącą otwartością, niezobowiązującym charakterem i znacznie większą tolerancją różnorodności. W odróżnieniu od nowoczesnych stowarzyszeń, funkcjonujących na zasadzie formalnej przynależności, „sceny” mają charakter płynny, niestabilny i całkowicie nieformalny.

Jak więc w takim razie mogą wypełniać one funkcję, którą D. Hervieu-Leger określa jako „zbiorowe dzielenie sensów”? Odpowiedzi na to pytanie, zdaniem Gebhardta, szukać należy właśnie w zjawisku zwanym *eventem*. Uczestnictwo w masowych imprezach skierowanych do osób o podobnych zainteresowaniach sprawia, że ich uczestnicy mają okazję doświadczyć poczucia przynależności do grupy stanowiącej, choćby na krótki czas, wspólnotę poglądów i przekonań. W ten sposób co jakiś czas mogą upewnić się o właściwości swoich wyborów, których słuszności ma dowodzić to, że są podzielane przez setki czy tysiące innych ludzi<sup>33</sup>.

Zdaniem H. Knoblauch *event* to posttradycyjna forma wspólnoty, która konstytuuje się poprzez okazjonalne spotkania, a członkostwo w niej polega wyłącznie na obecności w danym czasie i miejscu, natomiast nie łączy się z żadnymi zobowiązaniami wykraczającymi poza tę sytuację. Wspólnota poza spotkaniem nie istnieje. Natomiast w sytuacji spotkania więź między uczestnikami oraz poczucie przynależności wynika z podobieństwa postaw, zainteresowań czy światopoglądu. Podobieństwa te istnieją wprawdzie już wcześniej, ale mają charakter anonimowy, nie prowadzą także do stworzenia więzi między uczestnikami po zakończeniu spotkania. *Event* jest jedynym momentem umożliwiającym doświadczenie więzi z podobnymi sobie<sup>34</sup>.

H. Willems zwraca uwagę na to, iż główna różnica między tradycyjną wspólnotą a *eventem* polega na tym, że w wypadku *eventów* zanikają charak-

---

<sup>32</sup> Tamże, s. 12.

<sup>33</sup> G e b h a r d t, *Einleitung*, s. 12.

<sup>34</sup> *Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit*, s. 46-47.

terystyczne cechy tradycyjnej wspólnoty, a mianowicie społeczna identyfikacja oraz solidarność. Podstawy więzi, jaka wytwarza się między uczestnikami na czas *eventu*, stanowią ich wola, zainteresowania i pewne zobowiązania, ale wyłącznie przyjęte dobrowolnie i tylko na czas przebywania razem<sup>35</sup>.

Właśnie ten niezobowiązujący charakter wydaje się zasadniczą cechą odróżniającą *eventy* od dotychczasowych form uspołecznienia. Przynależność do tradycyjnych wspólnot czy nowoczesnych stowarzyszeń wymagała od jednostki zobowiązania. Deklaracja członkostwa była tylko jego częścią, i to wcale nie najważniejszą. Znacznie bardziej istotne było to, że jednostka, przynależąc do danej wspólnoty czy stowarzyszenia, zobowiązywała się do życia zgodnego z przyjętymi tam wartościami, regułami postępowania, wzorami zachowań. Zobowiązanie to obejmowało wszystkie sfery życia (wspólnota) lub tylko niektóre z nich (stowarzyszenie). W zamian jednostka doświadczała poczucia przynależności i bezpieczeństwa, budowała swoją społeczną tożsamość. Zobowiązania wynikające z członkostwa sprawiały jednocześnie, że jednostka nie mogła przynależeć do wielu wspólnot czy stowarzyszeń, ponieważ nie byłaby zdolna spełnić wymagań ich wszystkich, a poza tym normy i wartości wynikające z członkostwa w jednej wspólnocie wykluczały niejednokrotnie przynależność do innej, wyznającej odmienne normy i wartości.

Ponowoczesne formy uspołecznienia – *eventy* – są próbą zaoferowania „wspólnoty do natychmiastowego użytku” – nie wymagającej jakichkolwiek przygotowań, dostępnej dla wszystkich chętnych. Przynależność do niej nie jest obwarowana żadnymi warunkami i nie niesie ze sobą żadnych konsekwencji. Wolność wyboru jest tu niemal nieograniczona – jednostka może brać udział w dowolnie wielu *eventach*, bez względu na ich charakter, ograniczona jest jedynie czasem i możliwościami finansowymi. *Event* – powierzchownie rzecz biorąc – oferuje doznania wynikające z przynależności, znosząc jednocześnie ciężary zwykle z nią związane. Pełni rolę kompensacyjną, oferując osamotnionym jednostkom natychmiastowe i pewne doznanie bliskości z innymi. Obecność w tym samym miejscu i czasie setek, a nawet tysięcy osób potęguje emocje i wzmacnia doznania. Są one jednak krótkotrwałe, a więc muszą być niezwykle intensywne. Ta krótkotrwałość i intensywność zarazem wywołuje tęsknotę za kolejnymi tego typu doznaniem – a odpowiedzią na tę tęsknotę są kolejne *eventy*, zaspokajające i podtrzymujące zarazem głód wrażeń.

---

<sup>35</sup> *Events: Kultur – Identität – Marketing*, s. 54.

Podczas *eventów* wykorzystywany jest cały arsenał środków socjotechnicznych służących do wytworzenia wspólnoty. „W ten sposób jest łączone to, czego właściwie połączyć się nie da, i co z analitycznego punktu widzenia powinno istnieć oddzielnie: strategia i rytuał, wykalkulowane działanie i komunikacja, kult i organizacja. *Event* jest w pewnym sensie oksymoronem życia społecznego: w sposób strategiczny dąży się tu do celu, jakim jest stworzenie sytuacji, które nie poddają się strategicznemu planowaniu”<sup>36</sup>. Środki socjotechniczne służące wywoływaniu określonych zachowań i doznań nie są wprawdzie niczym nowym, nowością jest jednak to, że nie tylko organizatorzy, lecz również uczestnicy *eventów* doskonale zdają sobie sprawę z ich stosowania i nie tylko nie mają poczucia, że są manipulowani, lecz wręcz oczekują od organizatorów sprawnego posługiwania się dostępnymi im środkami socjotechnicznymi tak, aby zapewnić niezakłócony przebieg wydarzenia i oczekiwaną obfitość wrażeń.

Wspólnotowy charakter *eventów* jest przez ich organizatorów i uczestników podkreślany przez różnego rodzaju oznaki przynależności. Dla kibiców sportowych są to emblematy ich klubu: szaliki klubowe, flagi i transparenty, dla zwolenników różnego rodzaju muzyki – specyficzny sposób ubierania się, czesania i makijażu, dla uczestników imprez komercyjnych czy festynów wyborczych – rozmaite gadzety promocyjne rozprowadzane przez organizatorów. Służą one wzmacnianiu więzi ze wspólnotą poprzez stwarzanie warunków do postrzegania innych jej uczestników – mimo ich anonimowości – jako sobie podobnych, a także umożliwiają manifestowanie tożsamości wspólnotowej na zewnątrz.

*Eventy* są wyrazem chęci uspołecznienia, ale wspólnota nie jest celem samym w sobie, lecz jedynie środkiem prowadzącym do celu. Właściwym celem jest bowiem wywoływanie i intensyfikacja doznań. Doznania te są przeżywane wprawdzie jednocześnie z innymi, ale bardziej obok innych niż wspólnie z nimi. Jednostka nie służy, jak niegdyś, wspólnocie; to wspólnota ma posłużyć jednostce do zaspokojenia jej potrzeb. Nikt nie oczekuje od niej przywiązania czy konsekwentnego trzymania się raz dokonanego wyboru. Świadomość tymczasowości sprawia, że nie warto starać się o zacieśnianie więzi z innymi uczestnikami *eventu*, bo spotkanie z nimi z założenia ma być chwilowe i pozostać bez konsekwencji. Poza tym trudno jest skoncentrować się na innych w sytuacji, gdy głównym celem uczestnictwa są własne prze-

---

<sup>36</sup> K n o b l a u c h, *Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit*, s. 48.

życia. Inni są traktowani instrumentalnie: są potrzebni tylko po to, by można było doświadczyć oczekiwanych emocji.

Można więc powiedzieć, że w trakcie *eventu* wspólnota uczestników nie powstaje naprawdę, lecz jest inscenizowana. Ma charakter spektaklu, którego celem jest wywołanie w uczestnikach subiektywnego wrażenia bycia częścią wspólnoty, a nie przynależenie do niej w sposób obiektywny. Inscenizacja ta wydaje się przez jakiś czas rzeczywistością, ponieważ oddziałuje na wszystkie zmysły. Taka wspólnota bliskość duchową zastępuje bliskością fizyczną, otwiera swoich uczestników nie na siebie nawzajem, lecz na swoje własne doznania.

W ten sposób *event* staje się sytuacją doskonale wpasowującą się w oczekiwania człowieka ponowoczesnego, pragnącego wprowadzić bliskości z innymi i poczucia przynależności, ale jednocześnie chcącego uniknąć wysiłku włożonego w budowanie bliskich relacji i wynikających z nich konsekwencji. Uczestnictwo w *eventie*, mimo pozorów wspólnotowości, ma w gruncie rzeczy charakter egocentryczny. Dlatego wydaje się, że istotę tego zjawiska trafnie ujmuje Knoblauch, określając je jako „strategiczny rytuał kolektywnej samotności”<sup>37</sup>.

#### EVENT AS A POSTMODERNIST FORM OF PARTICIPATION IN SOCIAL LIFE

#### S u m m a r y

The article is devoted to the social-cultural phenomenon of eventization. Events, also called “great mass events”, gain ever greater significance in various domains of social life. The author tries to answer the questions about what in fact an event is, what characteristics distinguish it from other social situations, and what function it performs in the postmodernist society. She also analyzes developmental tendencies that have led to the great and ever increasing popularity of this phenomenon. Events are new forms of socialization, different from both traditional communities and modern associations. Their popularity results from the fact that they fit the expectations of the modern man better than other forms do. It is true that the modern man misses community, but at the same time he would like to avoid the effort and risk that are connected with building close inter-human relations.

*Translated by Tadeusz Karłowicz*

**Słowa kluczowe:** event, wspólnota, ponowoczesność, społeczeństwo doznań, czas wolny.

**Key words:** event, community, postmodernism, society of experiences, free time.

---

<sup>37</sup> Tamże, s. 49.