



Coraz częściej słuchamy muzyki albo nagranych książek jadąc metrem albo samochodem.

W biegu

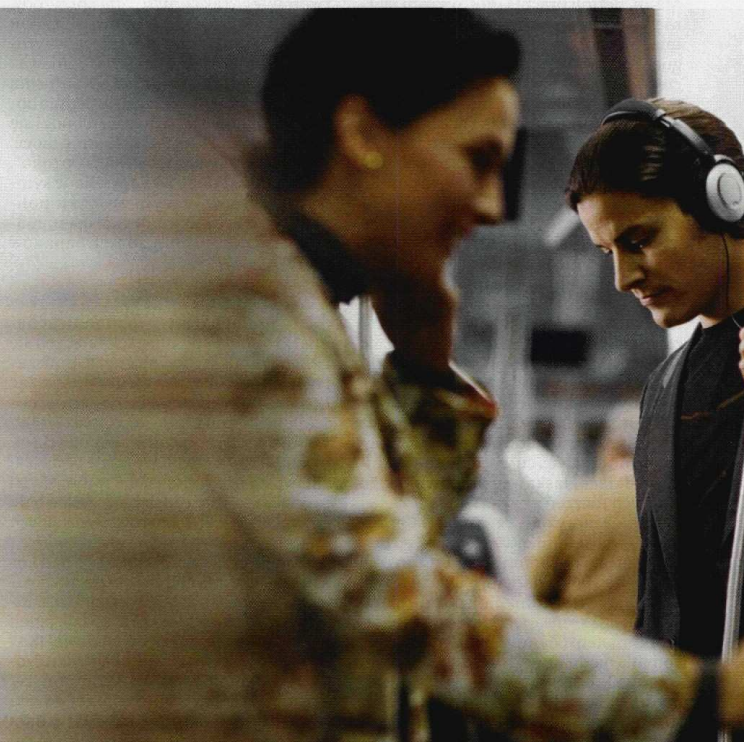
MIROŚLAW PĘCZAK

Terminu „kultura transportowa” użył prof. Wojciech Burszta podczas panelu na ostatnim Kongresie Kultury Polskiej. Panel dotyczył codzienności, a główna teza wypowiedzi profesora była taka, że Polacy nie traktują kultury wyłącznie w kategoriach odświętnych, ale często konsumują jej treści czysto użytkowo, bez celebry. Co więcej, takie nastawienie generuje podaż rozmaitych produktów, które umożliwiają bądź ułatwiają korzystanie z kultury niejako przy okazji. Widzimy to w pociągu, samolocie, na ulicy.

W przygotowanym przez zespół prof. Burszty „Raportie o stanie i różnicowaniach kultury miejskiej” czytamy: „Rewolucja kulturowa już się dokonuje: nie tylko uczestnictwo, lecz i samo środowisko kulturowe się zmienia. Nowym zjawiskiem jest m.in. kultura transportowa, której symbolem mogą być zadarte w kierunku ekranu, zasłonięte prasą lub książką, zaopatrzone w słuchawki głowy pasażerów warszawskiego metra lub podmiejskich pociągów”. Zauważyli to już twórcy reklam. Na eksponowanych na warszawskim Dworcu Centralnym plakatach reklamujących usługi kolei między Warszawą a Wrocławiem mamy stacje: „gazeta, drzemka, Internet, książka”. Zwyczaj czytania w środkach transportu słusznie uważamy za oczywisty.

Pogardliwy termin „literatura wagonowa” używany był już przed wojną. Nie przypadkiem. W latach 30. ubiegłego wieku niemieckie wydawnictwo Albatross, a za nim brytyjskie Penguin Books weszły na rynek z książkami w miękkich okładkach. Od tej pory książka stała się nie tylko tańsza, ale można było ją wygodnie czytać również w podróży, na przykład w pociągu. W połowie lat 30. na londyńskim dworcu Victoria księgarnie i stragany oferowały już niemal wyłącznie tego typu książki, zaś niedługo później Amerykanie wprowadzili odpowiednio zmniejszony format i pojawiła się „książka kieszonkowa” (*pocket book*).

Amerykański pomysł wziął się z prostej obserwacji. Zauważono mianowicie, że podróżujący metrem przeglądają prasę, ale sporo kłopotu sprawia im kartkowanie zbyt dużych stron gazet i czasopism. Lepsza jest oczywiście



książka, trzeba było tylko dostosować jej wielkość do sytuacji. Książkę zmniejszono, faktycznie można ją było zmieścić w kieszeni. Francuski socjolog literatury Robert Escarpit w swojej „Rewolucji książki” dostrzegł w tym przełom cywilizacyjny: lektura przestała być czynnością wyodrębnioną z rytmu dnia, stała się za to poręcznym źródłem rozrywki.

Dziś książka jest jednym z wielu źródeł rozrywki, no i – jak widzimy – stanowić może część wyposażenia człowieka podróżującego. Ważna uwaga: pierwsze książki kieszonkowe dokładnie wypełniały definicję „literatury wagonowej” jako czytadła dla niewybrednych: w USA najpopularniejszymi książkami w miękkich okładkach były wszak krwawe kryminały Mickeya Spillane’a. Teraz w trakcie podróży czyta się wszystko.

Książki się czyta albo się ich słucha, jesteśmy bowiem świadkami kolejnej zmiany poszerzającej repertuar kultury transportowej.

Oto coraz większą popularność zyskuje tak zwana książka mówiona, czy-

li audiobook. Takie książki nagrywa się w Polsce od lat 60. i początkowo adresowano je głównie do niewidomych. Teraz są sprzedawane również w formacie MP3, przez co stały się wygodnym umiłowaniem podróży. Wartość amerykańskiego rynku audiobooków przekroczyła już milion dolarów i stale rośnie. U nas książki takie coraz częściej kupuje się do odtwarzaczy samochodowych.

Oferta audiobooków, obok klasyki, obejmuje też bestsellery i nowości, w Polsce swoje powieści wydaje w tej formie m.in. Michał Witkowski. Można powiedzieć, że tym, czym na rynku książki był *paperback* i *pocket book*, na rynku muzyki stał się walkman, którego kontynuatorami są dziś odtwarzacz MP3 i iPod. Mobilne źródło dźwięku rzeczywiście dokonało rewolucji w latach 80. Walkman, wypuszczony na rynek w 1979 r. przez firmę Sony, całkowicie wyrugował przenośne magnetofony kasetowe. Był nie tylko wygodniejszy, ale oferował też lepszą jakość dźwięku. Co najważniejsze jednak



Zjawisku „kultury transportowej” warto przyrzeć się uważniej.



– wpłynął na kulturę codzienną. Muzyka mogła odtąd towarzyszyć nam przy każdej niemal czynności. Po walmkanie przyszedł discman (mobilny odtwarzacz płyt kompaktowych), a wreszcie MP3.

Dzisiaj odtwarzacz MP3 jest używany powszechnie: podczas spaceru, joggingu, jazdy rowerem, podróżowania po mieście i na długie dystanse.

O ile walkman dokonał przełomu w sferze okoliczności, w jakich słucha się muzyki, o tyle odtwarzacz MP3, zachowując wszelkie walory swojego analogowego protoplasty, zrewolucjonizował stosunek odbiorcy do odbieranych treści. Otóż każdy użytkownik MP3 nie tylko może swobodnie komponować zawartość pamięci swojego odtwarzacza, ale może również korzystać z nagrań, które są trudno dostępne albo wręcz niedostępne na płytach kupowanych w sklepach muzycznych. Obieg muzyki dzięki Internetowi jest dzisiaj niejako poza kontrolą, co z jednej strony ośmiela piratów, ale z drugiej otwiera możliwości

nieograniczonego gromadzenia pożądanych dźwięków.

Kolejnym kamieniem milowym w tej dziedzinie staje się iPod. Tu już na dobre wkraczamy w świat mobilnych multimedialnych, bo w tym wypadku możemy podczas podróży nie tylko słuchać muzyki, programu radiowego albo książki, ale również oglądać filmy. W dodatku nie trzeba ich wypożyczać ani kupować w tradycyjny sposób (czyli w sklepie), bo wystarczy ściągnąć odpowiedni plik z Internetu.

Szczytem technicznej mody jest oczywiście iPhone, ale użytkownicy komórek tradycyjnych od dawna mogą przecież korzystać z dostępu do Internetu. W rozmaitych badaniach socjologicznych, zarówno tych dotyczących uczestnictwa w kulturze, jak i tych, które pokazują przemiany jakości życia, pojawia się motyw cywilizacyjnych udogodnień w postaci technicznych gadżetów, choćby takich jak telefon komórkowy. MP3, iPody i telefony komórkowe nowej generacji, zaopatrzone w funkcje multimedialne, są rzeczami szczególnie pożądanymi przez młodzież.

Młodzi uwielbiają te gadżety zarówno w ich roli symbolicznej (są oznakami prestiżu), jak i praktycznej. Łatwo zauważyć, że są najlepiej przygotowani, a nawet już przyzwyczajeni do korzystania z kultury „w biegu”.

Dawno temu amerykańscy badacze telewizji próbowali przeanalizować tak zwaną sytuację komunikacyjną telewizora i w związku z tym starali się określić, ile i jakie czynności ludzie podejmują w trakcie oglądania programu. Okazało się, że czynności może być około setki, a są one najróżniejsze: od prasowania po uprawianie seksu. Nasi teoretycy (jeszcze za czasów PRL) też odkryli, że telewizję odbiera się „w stanie uwagi rozproszonej”, co stało się powodem debat nad mierną jakością kultury telewizyjnej.

Kiedy więc teraz mówimy o kulturze transportowej jako tej odbieranej przy okazji, nie powinniśmy popełniać podobnych błędów wynikających z uogólnienia i skłonności do ferowania łatwych ocen, ale raczej przyjąć antropologiczną perspektywę, która ustawi w swoim polu zainteresowania uczestnika kultury z jego nawykami, rytmem życia, wrażliwością i wolnością. Trzeba najpierw założyć, że z dostępnych treści kultury ludzie wybierają to, co im odpowiada, a odbierają to tak, jak im wygodnie, a dopiero potem zastanawiają się, dlaczego dokonują takiego własnego wyboru i co z tego wynika. ■