

Małgorzata
Bogunia-Borowska

**Kon-
sump-**

**cja na amerykań-
skiej prowincji**

*Zmiany kulturowe
i społeczne w ame-
ryce lat 80. i 90.*

*XX wieku w filmie
„Co gryzie Gilber-
ta Grape’a” Lassego
Halströma*

Nowe środki konsumpcji spowodowały wielkie zmiany
w charakterze relacji społecznych.

(GEORGE RITZER, 2004: 81)

Zmiany społeczne i kulturowe – ich znaczenie dla ludzi i zbiorowości

Małgorzata Bogunia-Borowska – dr hab. Socjolog, kulturoznawca i medioznawca. Kierownik Zakładu Badań Kultury Współczesnej w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego.

W roku 1991 Peter Hedges wydał w Stanach Zjednoczonych książkę *Co gryzie Gilberta Grape'a*. Dwa lata później powstał film o tym samym tytule w reżyserii Lassego Hallströma. Zarówno książka, jak i film, do którego scenariusz napisał autor książki, zostały bardzo dobrze przyjęte. Historia jest autentyczna i poruszająca. Proponuję jednak spojrzeć na nią w kontekście zachodzących w tym czasie w Stanach Zjednoczonych przemian oraz znaczenia i ekspansji ideologii konsumpcji, która w dużym stopniu te zmiany determinowała. Książka i jej filmowa adaptacja przenikliwie opisują ważne dla Ameryki i Zachodu tego okresu procesy społeczne, ekonomiczne i kulturowe. Procesy cywilizacyjne zostają pokazane z punktu widzenia peryferii – z perspektywy amerykańskiej prowincji i ludzi, którzy w zmianie upatrują dla siebie szansę bądź zagrożenie. To tam dochodzi w pewnym momencie do zderzenia dwóch politycznych, gospodarczych, społecznych i ekonomicznych modeli amerykańskich wartości i stylów życia.

Celem niniejszej analizy jest próba ukazania uniwersalnego mechanizmu zmiany oraz reakcji na nią. Zmiana pojawia się zazwyczaj w chwilach przełomowych dla danego kraju i społeczeństwa. Wiąże się z modyfikacjami polityki czy ustroju, rozwojem i postępem lub rewolucją, której towarzyszą przeobrażenia cywilizacyjne, społeczne, kulturowe, obyczajowe. Zmiany są immanentnym elementem życia społecznego. Raz zachodzą szybciej, innym razem nieco wolniej. Rozwój społeczny może dokonywać się w sposób dynamiczny i rewolucyjny albo powolny i ewolucyjny. Poza tym zmiany o charakterze instytucjonalnym następują szybciej niż te, które dotyczą mentalności ludzi i ich kultury życia codziennego. Zmiany o charakterze instytucjonalno-organizacyjnym, między innymi prawnym, gospodarczym czy ekonomicznym, przebiegają zdecydowanie szybciej. Im zresztą fachowa literatura socjologiczna poświęca najwięcej miejsca. W jednym z artykułów Piotr Sztompka stwierdza, że właśnie na zmienne „twarde” pada główny akcent analiz związanych z wielką zmianą, przy stosunkowo mniejszym zainteresowaniu zmiennymi „miękkimi”, związanymi z kulturą, mentalnością i świadomością: „[...] proces transformacji ma charakter wielowymiarowy i o jego ostatecznym przebiegu decyduje interakcja między poziomem organizacyjno-instytucjonalnym a mentalno-kulturowym [...]” (Sztompka, 1999: 266–267). Zmiany dokonujące się w zakresie zmiennych miękkich są trudniejsze do zbadania i opisanie. Wynika to w dużym stopniu z tego, że dokonują się wolniej i dotyczą postaw ludzi, ich systemów wartości, kompetencji, sytuacji osobistej, w jakiej akurat się znajdują. Z tego też powodu całościowa ocena zmian dokonująca się zarówno na płaszczyźnie organizacyjno-instytucjonalnej, jak i mentalno-kulturowej jest możliwa jedynie w długim czasie. Niemniej, gdy pojawia się możliwość zmiany, która wyraźnie stwarza nową płaszczyznę działania i znaczeń oraz konfrontuje zastany porządek społeczny z nową ofertą społeczno-kulturową, ludzie przyjmują wobec niej określone postawy i strategie reagowania.

Zderzenie dwóch porządków społecznych i kulturowych rodzi zazwyczaj dwa typy postaw. Jedni przyjmują je jako szansę na rozwój, poprawę jakości własnego życia, wniesienie w monotonię codzienności energii niezbędnej do podejmowania działań. Zmiana jest przez nich traktowana jako okazja

do aktywności, do osiągnięcia jakiegoś celu, do brania udziału w rozwoju, a nawet awansu społecznego. Z kolei drudzy dostrzegają w zmianie zagrożenie dla istniejącego porządku społecznego i systemu wartości, który jest im bliski. Są świadomi swojej bezproduktywności i czują, że wszystko, co było im znane i bliskie, właśnie się kończy. Nie potrzebują zmiany, nie chcą jej, pragną jedynie spokojnego życia w znanej im dotychczas rzeczywistości. Zmianie towarzyszą w tym przypadku różnego rodzaju lęki i obawy. Można powiedzieć, że pierwsi oczekują sukcesu, drudzy porażki. Dla pierwszych jest to początek czegoś nowego, dla drugich koniec. U jednych zmiana wyzwala radość i energię, zaś u drugich smutek i stagnację.

Książka *Co gryzie Gilberta Grape'a* oraz jej filmowa adaptacja przedstawiają moment zmiany, w którym muszą skonfrontować się bohaterowie zamieszkujący amerykańską prowincję. Umieszczenie akcji właśnie na peryferiach Ameryki pozwala ukazać uniwersalny mechanizm społecznego rozumienia i dostosowywania się do zmian lub odrzucania ich w sposób uproszczony, ale także nieco żartobliwy, a nawet ironiczny. Oprócz niewątpliwego uniwersalizmu tego obrazu właśnie forma prezentacji radości i lęków, zaangażowania i wątpliwości bohaterów umożliwia zrozumienie tej sytuacji pod wieloma szerokościami geograficznymi.

Z pewnością pozostaje jeszcze jedna kwestia, która nadaje temu obrazowi uniwersalny charakter, a mianowicie fakt, że zmiana wyrażona jest w tym przypadku przez ideologię konsumpcji. To konsumpcja jako siła napędowa gospodarki i rozwoju Ameryki, a w konsekwencji także krajów Europy Zachodniej, przynosi zmianę do miasteczka Endora w stanie Iowa. Niecałe dwie dekady później ta sama ideologia dotrze do krajów Europy Środkowo-Wschodniej i także tutaj ludzie przyjmą wobec niej różne postawy.

Polska premiera filmu Hallströma odbyła się w 1993 roku, spotkał się on z bardzo dobrym przyjęciem. Trafił na ekrany dokładnie w momencie, gdy zaczynała do Polski docierać ideologia konsumpcji, która nieco łagodziła rewolucyjne zmiany ustrojowe oraz te wynikające z reform gospodarczo-ustrojowych związanych z planem Balcerowicza. Na początku lat 80., wraz ze zmianami ustrojowymi i gospodarczymi, obserwuje się proces adaptowania wzorców kultury zachodniej. Proces ten jest określany jako implantowanie wzorców i wytworów kultury zachodniej na grunt polski. Nasilił się on jeszcze po roku 1989. Implanty kulturowe, czyli filmy, seriale, reklamy, kolorowa prasa, prasa modowa, parki rozrywki, multipleksy, galerie handlowe, fast foody, zachodnie korporacje, biura maklerskie, sklepy, marki odzieżowe dostarczały określony styl życia i modele zachowań. Procesowi implantowania towarzyszyły także inne społeczne zjawiska związane z kształtowaniem się nowych form znakowania prestiżu, kompetencji, sposobów spędzania czasu wolnego. Wszystkie te zmiany dotyczyły codzienności ludzi, którzy przechodzili przyspieszoną edukację (Bogunia-Borowska, 2003: 179).

W roku 1994 Piotr Sztompka tak opisywał te zjawiska:

[...] zmienia się cały świat życia codziennego. Najpierw widzimy, jak ludzie masowo ustawiają na ulicach przenośne stoliki i zaczynają coś sprzedawać, potem coraz to otwierają nowe sklepy, potem stoją w wielogodzinnych kolejkach pod biurami maklerskimi. Inaczej się ubierają i co innego jedzą. Co innego czytają i chodzą na inne filmy. Gdzie indziej jeżdżą na wakacje i inne prezenty kładą pod choinkę. (Sztompka, 1994: 12)

Dokonywała się „milcząca rewolucja”, jak określił to zjawisko Ronald Inglehart (Inglehart, 1977). Spora część społeczeństwa pragnęła wówczas partycypować w tym nowym, wyczekiwanym, kolorowym świecie kultury materialnej. Część jednak dostrzegała w nim pułapkę w postaci rosnącej rywalizacji, wyraźnego wzbogacania się grupy beneficjentów zmian, znikania oswojonego świata znanych reguł. Świat zaczął się zmieniać¹.

Proces znikania świata i dokonywania się transformacji standaryzującej i formalizującej nie tylko przestrzeń, ale także interakcje międzyludzkie stał się doświadczeniem bohatera książki i filmu *Co gryzie Gilberta Grape'a*, a także obywateli innych peryferii cywilizowanego świata. Zderzenie starej i nowej wizji i organizacji społeczeństwa stawia ludzi przed trudnymi wyborami, ale też wpływa na zmiany w makroskali, takie jak atomizacja, erozja stosunków międzyludzkich².

Konsumpcja – idea i dylemat współczesności

Paradygmat konsumpcji czy konsumeryzmu ma dosyć długą historię, która sięga XIX wieku w Ameryce. Analizująca rozwój amerykańskiego konsumpcjonizmu Aldona Jawłowska wyróżnia jego cztery etapy. Pierwszy przypada na koniec XIX wieku i trwa do połowy lat 20. XX wieku. Drugi – od schyłku lat 20. aż do zakończenia drugiej wojny światowej. Trzecia faza to lata powojenne do 1960 roku, a ostatni etap liczy się od lat 60. do współczesności (Jawłowska, 1981: 24).

Pierwszy z etapów wiązał się z koniecznością wprowadzenia pewnych regulacji konsumenckich, co wynikało z większego zapotrzebowania na żywność. To czas rozwoju konsumenckich organizacji pozarządowych, które miały za zadanie kontrolę żywności i procesu jej produkcji. Warto zauważyć, że ten okres pojawił się na skutek rozwoju w drugiej połowie XIX wieku kapitalizmu przemysłowego, który doprowadził do zwiększenia liczby mieszkańców miast, wyłonienia się klasy pracującej zatrudnionej w fabrykach i zapotrzebowania

- 1 Doskonałym przykładem takiej fizycznej i estetycznej zmiany przestrzeni, która całkowicie zmieniła także stosunki i relacje międzyludzkie, jest historia Dworca Centralnego w Warszawie, który przez długi czas opierał się homogenicznej estetyzacji czasów społeczeństwa konsumpcyjnego. Transformację Dworca Centralnego, która może posłużyć jako przykład ogólnych przemian tego czasu, opisuje Magdalena Kurenda: „handlarze zarządzający lokale «po swojemu» udomawiali je podkreślając swoją indywidualność, sprzeciwiając się standaryzacji, a być może całemu systemowi panującemu «na górze», działającemu na zasadzie rachunku kosztów. Wydaje się, że podziemie miało swoich stałych klientów i bywalców, że tworzyło społeczność różnicującą swojego od obcego, że było miejscem [...] wyznaczającym tożsamość i relacje międzyludzkie” (Kurenda, 2016: 60).
- 2 Zderzenie tradycji z modernizmem i nowoczesnością jest tematem często podejmowanym w literaturze i filmie. W polskiej kinematografii jednym z najpiękniejszych filmów, które podejmują ten wątek, są *Paciorki jednego różańca* (1979) Kazimierza Kutza. Modernizacja oznacza tam elektryfikację, budowę osiedli z wielkiej płyty, powszechny dostęp do bieżącej wody oraz do telewizji. Wszystko to powstaje na starych górniczych osiedlach, gdzie panowały tradycyjne wartości, ludzie się znali, żyli ze sobą w bliskości od pokoleń. Karol Habryka, bohater filmu, odrzuca nowy zmodernizowany świat i wygodę życia, za którymi kryją się zmiany obyczajowe oraz zmiany systemowe wartości relacji międzyludzkich. Habryka wie, że kończy się jego świat, w którym najważniejsza jest rodzina, ale także honor, solidna praca, lojalność i uczciwość wobec sąsiadów i ludzi oraz miłość i współzycie ze zwierzętami. Kazimierz Kutz ukazuje uniwersalizm mechanizmu zmiany oraz tego, jakie postawy wobec tej zmiany zajmują ludzie – podobnie jak w *Co gryzie Gilberta Grape'a*.

na żywność. To czas rozwoju technologii, które umożliwiają zwiększanie produkcji.

Drugi etap rozwoju konsumeryzmu związany był z bardzo dobrze rozwijającą się gospodarką amerykańską tego okresu (lata 20. XX wieku). Postępowała industrializacja, motoryzacja, rozwijały się metropolie oraz rosła masowa konsumpcja produktów kultury materialnej. Zwiększała się w tym czasie także świadomość konsumencka dotycząca jakości towarów. Przed wybuchem pierwszej wojny światowej, wraz z rozwojem miast powstały także centra handlowe, które sprzyjały rozwojowi masowej konsumpcji. To wówczas dywersyfikują się dress code'y różnych grup społecznych. Słabością tego okresu były stosunkowo niskie zarobki pracowników najemnych, którzy nie mogli sobie pozwolić na zakup zbyt wielu dóbr konsumenckich. Pewną nowością było wprowadzenie w życie idei Henry'ego Forda, który podniósł pracownikom płace, aby ci mogli kupować i spłacać przez lata wyprodukowane w jego fabryce w Detroit auta (fordyzm). Pomysł Forda ze zwiększeniem zarobków pracownikom własnej firmy pobudził w efekcie popyt rynkowy na samochody i zwiększył dochody właściciela fabryki. Fordyzm cechował się zestandaryzowaną, masową produkcją na masowy konsumencki rynek. Warto dodać, że w tym czasie rozwijały się także techniki sprzedaży, pojawiały się nowe marki, rozwijała się reklama, powszechne stawały się systemy ratalne i rozwijała się ideologia życia na kredyt, która przybierze na sile w latach 50. i 60. XX wieku.

W kolejnych fazach zwraca się uwagę na wciąż rosnącą ochronę praw konsumentów. John Fitzgerald Kennedy w przemówieniu wygłoszonym w Kongresie stwierdził, że „wszyscy jesteśmy konsumentami” i zwracał uwagę na fundamentalne prawa konsumenckie, takie jak prawo do bezpieczeństwa, bycia informowanym, wyboru i bycia wysłuchanym (Malczyńska-Biały, 2012: 104–105). Lata 50. i 60. XX wieku przynoszą też pewne znużenie konsumpcją masową i takimiz produktami. Powoli pojawiają się symptomy rodzenia się kultury indywidualizmu. Konsumenci, którzy niedawno dążyli do homogenicznego stylu życia i dla których ideałem był dom na przedmieściu i zaparkowany przed nim ford, zapragnęli zmian. Nie oznacza to, że ideologia konsumpcji się wypaliła. Pojawiło się jednak zainteresowanie produktami unikalnymi i wyróżniającymi ludzi, dzięki czemu popularność zyskiwały limitowane serie. Od końca lat 60. wskazuje się na nowy etap w zakresie ideologii konsumpcji, określanej jako postfordyzm (Ritzer, 1997: 254). Jest on silnie widoczny w latach 70. i 80. XX wieku. Równoległe zatem do produkcji masowej pojawiło się zapotrzebowanie i popyt na produkty bardziej unikatowe.

Jak widać, konsumpcja ma wiele wymiarów i może być analizowana z wielu perspektyw teoretycznych. Warto zwrócić uwagę, że dotyczy wszystkich obszarów życia społecznego: polityki, ekonomii, gospodarki, kultury, obyczajowości, moralności, psychologii, kwestii społecznych. Może być rozpatrywana jako ideologia, jako czynnik kształtujący relacje mikro- i makrostrukturalne; może być elementem komunikacji, czynnikiem integrującym bądź dezintegrującym, może kształtować układy stratyfikacyjne, kreować systemy znaczeń, wartości i norm, może sprzyjać kreowaniu społecznych lęków albo wręcz przeciwnie – neutralizować je, może być czynnikiem zabiegów estetyzujących przestrzeń, pomagać budować indywidualne i zbiorowe tożsamości, umożliwiać sprawowanie władzy i kontrolę. Konsumpcja jest zjawiskiem wielowymiarowym i eklektycznym, a połączona z innym procesem zachodzącym we współczesnym świecie, jakim jest globalizacja, odgrywa fundamentalną rolę w procesach cywilizacyjnych. Wiele uwagi

poświęcał kwestiom konsumpcji już Karol Marks, opisujący zjawisko fetyszyzmu towarowego, personifikacji towarów, reifikacji, alienacji czy wartości przeobrażonej w hieroglif (Marks, 1951). Thorstein Veblen opisywał próżnowanie na pokaz i ostentacyjną konsumpcję (Veblen, 1971), Erving Goffman analizował zjawisko ukrytej konsumpcji (Goffman, 1981), Erich Fromm badał szkodliwą konsumpcję i jej odhumanizowany charakter (Fromm, 2000), zaś Mary Douglas traktowała konsumpcję jako system komunikacji społecznej (Douglas, 1979). Tych kilka przykładów, które nie wyczerpują w najmniejszym stopniu wątków i tematów związanych ze zjawiskiem konsumpcji, pozwala unaocznnić, jak wielu teoretyków współczesności próbuje je opisać i jakie ma ono znaczenie dla kształtu społeczeństw³.

Dla niniejszej analizy najważniejszy wydaje się wątek społeczny i kulturowy rozwoju konsumpcji. Jednak by usystematyzować to zagadnienie, warto wskazać, że konsumpcja jest kategorią deskryptywną w naukach humanistycznych i społecznych. Może być też traktowana jako wskaźnik dynamiki procesów ekonomicznych, a także wykorzystana do opisu ruchów konsumenckich i obrony praw konsumentów. Istnieją również takie zjawiska jak antykonsumpcja czy antykonsumpcjonizm, związane z ruchami społecznymi kontestującymi ideologię konsumpcji jako ekonomicznej, politycznej, społecznej i kulturowej siły napędowej współczesnych społeczeństw. Są to ruchy, które krytycznie ustosunkowują się do głównych cech współczesnej konsumpcji, takich jak powszechna standaryzacja, homogenizacja, estetyzacja czy umasowienie. Odrzucają one założenie, że ludzie dobrze funkcjonują i odnajdują się w społeczeństwie określonych reguł i gustów, przy czym gusta te charakteryzuje pewien stopień uśrednienia. Jedną z najbardziej znanych organizacji antykonsumpcyjnych jest Media Foundation założona w 1989 roku w Vancouver przez Kalle'a Lasna, która między innymi wydaje czasopismo „Adbuster” publikujące antyreklamy i organizuje akcje takie jak Dzień bez zakupów.

Pozostaje jednak pytanie, co się dzieje z konsumpcją w latach 80. i 90. XX wieku i jaki ma ona wpływ na funkcjonowanie społeczeństwa. Zgodnie z ustaleniami Aldony Jawłowskiej, czwarta faza konsumpcji wciąż trwa. Jestem w stanie zgodzić się z tym stwierdzeniem, jednak warto zauważyć, że idea konsumpcji w latach 80. i 90. przeżywała osłabienie. Jej żywotność i ciągłość mogła zapewnić jedynie ekspansja na nowe rynki i obszary peryferyjne. Naturalnym sprzymierzeńcem w tym procesie okazała się globalizacja oraz dynamiczny rozwój nowych technologii i transportu. Na obszarze politycznym zaś szansą dla hegemonicznej ekspansji ideologii i modelu społeczeństwa konsumpcyjnego było z jednej strony otwarcie nowych rynków na całym świecie, w tym w Europie Środkowo-Wschodniej, z drugiej zaś – czekające na zagospodarowanie peryferia wielkiej Ameryki.

3 Szczegółowa analiza teorii poświęconych w naukach społecznych i kulturoznawstwie konsumpcji, konsumpcjonizmowi i antykonsumpcjonizmowi stanowi część monografii *Globalizacja i konsumpcja. Dwa dylematy współczesności* pod redakcją Marty Ślebudy i Małgorzaty Boguni-Borowskiej (2006). Warto dodać, że idea konsumpcji miała na celu budowanie pozytywnego, optymistycznego i konstruktywnego modelu społeczeństwa. Nie zakładano, że może on jednak mieć także swój rewers w modelu stanowiącym karykaturę pierwotnej wersji, gdzie dominuje to, co negatywne, pesymistyczne i destrukcyjne dla społeczeństwa. W książce i filmie *Co gryzie Gilberta Grape'a* pojawia się jedynie przeczcucie karykaturalnej wizji społeczeństwa konsumpcyjnego dostrzeganej przez wrażliwego tytułowego bohatera.

Ameryka w latach 80. i 90. XX wieku – nowa polityka społeczno-gospodarcza

Przyjrzyjmy się zatem, co działo się w latach 80. i 90. XX wieku w Ameryce. To czas zmiany w podejściu do roli państwa jako regulatora procesów społeczno-gospodarczych. Niektórzy badacze uważają nawet, że zmiana w polityce gospodarczej Stanów Zjednoczonych w tym okresie powinna być określana nie w kategorii procesów długofalowych i ewolucyjnych, ale raczej przemian o charakterze rewolucyjnym (Hayward, 2006: 77). Aby lepiej zrozumieć, co działo się wtedy w Ameryce, warto na chwilę zatrzymać się nieco wcześniej.

W latach 70. w Stanach Zjednoczonych dominowała koncepcja silnych regulacji państwa i jego ingerencji w rynek. Ten okres uznaje się zresztą za najgorszy gospodarczo czas w USA od wielkiego kryzysu (1929–1933). Paradoks polega na tym, że także w Polsce w latach 70. XX wieku panowała doktryna centralnego planowania. W jednym i drugim przypadku miała ona niezbyt dobre konsekwencje dla gospodarek krajów ją propagujących, choć oczywiście były to dwa zupełnie różne systemy ekonomiczne i żadne proste porównania nie mają tutaj zastosowania. Ameryka działała w systemie kapitalistycznym, a w Polsce wciąż panował socjalizm. Był to niełatwy okres dla amerykańskiej gospodarki. Kryzys przejawiał się w niskim wzroście gospodarczym, rosnącym bezrobociu, niskim poziomie inwestycji oraz inflacji. Potem doszedł jeszcze kryzys energetyczny i przerwy w dostawie prądu. Polityka społeczno-gospodarcza oparta na wysokiej kontroli rządu okazała się fiaskiem. Prezydent Jimmy Carter (20 stycznia 1977 – 20 stycznia 1981) oddawał urząd Ronaldowi W. Reaganowi (20 stycznia 1981 – 20 stycznia 1989), pozostawiając po sobie amerykańską gospodarkę w nie najlepszym stanie. Z pewnością nie znajdowała się ona w rozkwicie i potrzebowała nowych impulsów.

Lata 80. XX wieku to z kolei czas amerykańskiego ożywienia. Po rewolucji kulturalnej i boomie kultury konsumpcyjnej lat 50. i 60. XX wieku Ameryka stawia na wolny rynek i wartości liberalne. Interwencjonizm państwowy zostaje ograniczony, dobrze rozwija się sektor prywatny. Ronald Reagan zaproponował nowy kurs w polityce gospodarczej Stanów Zjednoczonych. W planie tym mieściły się cięcia wydatków i podatków dochodowych. Propozycję tę określano jako drugi Nowy Ład, który miał ogromne znaczenie dla społeczeństwa amerykańskiego i rozwoju kraju (Edwards, 2013: 145–146). Jak pisze Steven F. Hayward:

[...] nowa polityka gospodarcza Reagana zawierała cztery główne elementy: cięcia podatkowe, zahamowanie wzrostu wydatków rządowych, zmniejszenie kontroli rządowej i rozsądną politykę monetarną. Te cztery punkty wzięte razem znane są jako „reaganomika”. (Hayward 2006: 82)

17 sierpnia 1981 roku prezydent podpisał zaakceptowaną przez Kongres ustawę o podatkach dla ożywienia gospodarki (ERTA – Economic Recovery Tax Act). Po półtorę roku pojawiły się pozytywne skutki tych zmian, a proces gospodarczego wzrostu trwał przez kolejne osiem lat. Był to:

[...] najdłuższy nieprzerwany okres ekspansji gospodarczej w czasie pokoju. [...] Do końca prezydentury Reagana utworzono 17 milionów miejsc pracy. W latach 1982–1987 wytworzono towary i usługi wartości niemal 20 bilionów dolarów przeliczonych według ich dzisiejszej wartości. (Edwards, 2013: 148)

Reagan prowadził także aktywną politykę skierowaną przeciwko Rosji, mającą na celu obalenie jej pozycji w Europie Środkowo-Wschodniej. Ameryka rozszerzała swoje wpływy i szerzyła wartości demokratyczne w Europie. Z kolei za czasów George'a H.W. Busha (20 stycznia 1989 – 20 stycznia 1993), mimo sukcesów w Kuwejcie, zaczęły pojawiać się problemy gospodarcze. Wzrosło bezrobocie. Poza tym Bush wraz ze swoją administracją wyszedł poza czystą politykę określaną jako „reaganomika”, koncentrując się również na polityce społecznej i kwestiach socjalnych. Podjął kwestię polityki edukacyjnej czy problem ubezpieczeń emerytalnych. Jak ocenia Wojciech Bienkowski, ważnym aspektem polityki George H.W. Busha była:

[...] polityka angażowania ludzi w reformowanie określonych dziedzin i budowanie obywatelskich postaw. Najważniejszym pomysłem na zwiększenie zaangażowania społecznego w proces reform jest idea *ownership society*, a więc rodzaj uwłaszczenia społeczeństwa poprzez włączenie go w częściowe finansowanie planu nowych przedsięwzięć restrukturyzujących system socjalny. (Bienkowski, 2006: 89)

Był to dobry czas dla rozwoju gospodarczego i społecznego Stanów Zjednoczonych. Natomiast jeśli chodzi o wartości społeczne i wizję społeczeństwa amerykańskiego, dominował pogląd konserwatywny. Ceniono porządek społeczny, w którym najważniejsze są wartości rodzinne, patriotyczne i religijne. Innymi słowy, były to czasy republikańskiej wizji świata, gdzie liberalizm na obszarze ekonomii i gospodarki współgra z podejściem konserwatywnym w zakresie ochrony wartości.

Lata 90. XX wieku – okres prezydentury Billa Clintona (20 stycznia 1993 – 20 stycznia 2001) – to wciąż czasy rozwoju gospodarczego. Prezydent Clinton koncentruje się jednak na reformach służby zdrowia i rolnictwa oraz zwiększeniu aktywności związków zawodowych. Kwestie społeczne są dla niego ważne. W przekazach medialnych pojawiają się także sprawy związane z mniejszościami seksualnymi, ruchami feministycznymi. Końcówka prezydentury Clintona zbiegła się jednak z narastaniem zupełnie nowych problemów związanych z globalizacją i terroryzmem, którym trzeba było stawić czoła, szukając rozwiązań. Do tego doszły kwestie obyczajowe związane choćby ze skandalem, w który był zaangażowany sam prezydent i jego stażystka Monika Lewinsky. Ameryka debatowała nad swoimi wartościami. Niektórzy badacze, jak choćby William A. Niskanen, stwierdzili, że do prezydentury Billa Clintona najbardziej pasuje określenie „zmarnowana szansa” (Niskanen, 2006: 104). Z powodu skandalu obyczajowego i wszczęcia procedury impeachmentu nie została na przykład wprowadzona reforma Social Security, która miała szansę uzyskać poparcie całego Kongresu.

Książka Hedgesa i jej filmowa adaptacja pojawiają się na początku lat 90. XX wieku. To sam początek prezydentury Billa Clintona, kiedy wartości

konserwatywne zostają skonfrontowane z ofertą Demokratów. Nadchodzi dekada otwartości, nowoczesności, do głosu dochodzą nowe kulturowe ideologie. Wszystko to jednak nie zaszkodziło ekspansji ekonomicznej kultury konsumpcyjnej, która w ciągu dwóch dekad zdążyła dotrzeć do najbardziej oddalonych części Ameryki i całego świata. Za czasów Billa Clintona gospodarka wciąż dobrze się rozwijała, był to dobry, bezpieczny czas w życiu Amerykanów, chociaż dawało się zauważyć, że w metropoliach ideę konsumpcji powoli poddawano refleksji i krytycznej ocenie. Na prowincji potrafiła ona jeszcze mobilizować społeczną energię u części ludzi. Jednak książka i film wnoszą niepokój. Ta słodko-gorzka opowieść wzrusza, lecz pozostawia widza z zapowiedzią nieokreślonych, nadciągających zmian, w których jedni dostrzegają szansę, inni – ułudę.

Książka i film *Co gryzie Gilberta Grape'a* ukazują Amerykę z perspektywy prowincji. Zmiany, które nadchodzą, dotyczą ideologii i hegemonii konsumpcji, mającej mobilizować społeczeństwo do budowania ogólnego dobrobytu i szczęścia. Konsumpcja, wysoki popyt, masowość, rozwój sklepów wielkoformatowych budowanych na obrzeżach małych miejscowości, anonimowość relacji społecznych, atomizacja, nowa wspólnotowa estetyka – to wszystko zjawiska, które pojawiły się wraz z rozwojem gospodarczym i ideologią konsumpcji. Jak słusznie zauważa Małgorzata Durska:

[...] tradycyjnym wyróżnikiem amerykańskiej gospodarki była zawsze dominacja produkcji masowej w przemyśle i promocja określonych uniwersalnych wzorów konsumpcyjnych. To w Ameryce wymyślono większość „uniwersalnych”, dostępnych dla każdego produktów i usług. Ameryka nie słynie z *haute couture* czy z *haute cuisine*, lecz raczej z identycznych jeansów noszonych przez wszystkich i barów *fast food* również odwiedzanych przez wszystkich. (Durska, 2006: 58–59)

Idea konsumpcji miała na celu budowanie pozytywnego, optymistycznego i konstruktywnego modelu społeczeństwa. Nie zakładano w nim, że może on jednak mieć także swój rewers w modelu stanowiącym karykaturę pierwotnej wersji, gdzie dominuje to, co negatywne, pesymistyczne i destrukcyjne dla społeczeństwa. W książce i filmie *Co gryzie Gilberta Grape'a* pojawia się jedynie przecucie karykaturalnej wizji społeczeństwa konsumpcyjnego dostrzeganej przez wrażliwego bohatera Gilberta.

W *Co gryzie Gilberta Grape'a* można dostrzec zderzenie modelu liberalnego gospodarczo opartego na hegemonii ujednocionej estetyki i stylistyki, na korporacjach, atomizacji relacji międzyludzkich, formalizacji i standaryzacji procesów kulturowych i społecznych, z modelem tradycyjnym opartym na bliskich, wzajemnych interakcjach, personalizacji, niemerkantylnych stosunkach panujących pomiędzy ludźmi, rodzinnych firmach, lokalności, a w kwestii wartości – na zaufaniu i wzajemności. Autor książki i reżyser opowiadają o Ameryce poprzez metaforę konsumpcji. Jest to podejście, które wpisuje się w amerykańską tradycję opowiadania o rzeczywistości – już „pionierzy amerykańskiej kinematografii często sięgali po tematykę kulinariów, za pomocą których portretowali określone ludzkie typy, temperamenty i międzyludzkie relacje [...]” (Drzał-Sierocka, 2017: 37). W *Co gryzie Gilberta Grape'a* wszystko, co istotne dla ludzi i relacji między nimi oraz funkcjonowania całego społeczeństwa odbywa się przy konsumpcji, podczas konsumpcji,

przez konsumpcję, która jest przestrzenią i sposobem życia bohaterów. Zabieg dosłownego zwielokrotnienia konsumpcji w celu pokazania społecznych, kulturowych i gospodarczych przemian, jest niezwykle udany. Wszystkie ważne kwestie zostały w książce oraz filmie przedstawione poprzez sceny związane z miejscami sprzedaży asortymentu spożywczego, ze spożywaniem posiłków przy stole, z rozwożeniem produktów czy sklepami. Jedzenie ma, poza oczywistym dosłownym wymiarem, znaczenie metaforyczne, symboliczne, dramaturgiczne i kontekstowe. Te wszystkie sceny są źródłem informacji o bohaterach, relacjach między nimi, cenionych przez nich wartościach, ich stosunku do pracy, do miejsca zamieszkania, do rodziny, do planów i możliwości ich realizacji, w końcu do samej Ameryki. Stanowią doskonały pretekst do snucia opowieści o społeczeństwie amerykańskim i stosunku ludzi do kwestii fundamentalnych w ich społecznym i kulturowym świecie.

Idea konsumpcji jest zarówno w książce, jak i w filmie pokazana w sposób dosłowny – fizyczny i zmysłowy – co stanowi zabieg ironiczny i tragiczny zarazem. Ironia pozwala zbudować dystans wobec zjawiska. Natomiast tragizm stwarza przestrzeń dla perspektywy krytycznej. Takie dwojaki pokazanie ideologii konsumpcji w jej komicznym i dramatycznym wymiarze pozostawia miejsce na dystans i krytycyzm. Jest to bardzo udany i subtelny zabieg formalny zarówno w języku literackim, jak i filmowym. Hiperbolizacja fizjologicznego wymiaru jedzenia jest sposobem ukazania dominującej idei społeczeństwa konsumpcyjnego oraz próby dystansowania się do niej i jej krytycznego oglądu.

Zderzenie centrum i peryferii – wartości liberalnych i konserwatywnych. Miasteczko Endora w stanie Iowa

Bohaterowie książki i filmu żyją w miejscowości Endora w Iowa. Jest to mniej więcej terytorialne centrum Ameryki, ale w rzeczywistości miejsce odosobnione i położone na peryferiach. Do Endory wszystkie prądy, nowinki czy zmiany docierają z ogromnym opóźnieniem, o ile w ogóle się tam pojawiają – jak zwykle bywa na prowincji. Filmowy bohater Gilbert mówi: „jesteśmy w Endorze. Opisywanie jej to taniec bez muzyki. Nic się tutaj nie wydarzyło i nigdy się nie zdarzy”⁴. W książce sytuacja i życie w Endorze są tak przez niego przedstawiane:

Endora [...] to miasteczko. Farmerzy. Rynek miejski. Stare kino jest zamknięte [...]. Chyba z połowa mieszkańców ma sześćdziesiąt pięć lat, więc łatwo sobie wyobrazić, jakim odlotowym miejscem jest Endora w weekendowe noce. W ostatniej klasie było nas dwadzieścia troje, a w mieście zostało tylko czworo. [...] Trudno mi dostrzec jasną stronę w taki poranek jak dziś. Nie da się uciec od moich dwudziestu czterech lat, od tego, że poza Iowa byłam

4 Przytaczane przeze mnie cytaty pochodzą zarówno z filmu, jak i książki. W drugim przypadku dodaję przypisy z numerami stron.

raptem raz i że w swoim życiu do tej pory nie zrobiłem nic poza nianieżeniem upośledzonego brata, kupowaniem papierosów matce, pakowaniem zakupów dla szacownych obywateli Endory. (Hedges, 2005: 12–13)

Dla Gilberta Endora to miejsce, z którego nie można ani wyjechać, ani uciec. Sytuacja jego rodziny jest bardzo trudna. Rodzeństwo Gilbert, Ellen, Amy i Arnie wraz z matką mieszkają w domu, który wybudował dla nich ojciec. Dom nie został skonstruowany w sposób doskonały. Ojciec nie potrafił go zaprojektować zgodnie z zasadami sztuki architektonicznej. Ten dom to niebezpieczna prowizorka, która z nieznanых powodów jeszcze jakoś stoi. Mężczyzna wybudował go dla rodziny, wypełniając tym samym obowiązek przypisany tradycyjnej roli ojca. Rodzinę poznajemy, kiedy ojciec już nie żyje. Jego obowiązki sprawuje najstarszy syn Gilbert. Opiekuje się całą rodziną, ale najwięcej czasu poświęca młodszemu, niepełnosprawnemu bratu. Z jednej strony jest on niejako uwięziony przez sytuację i zobowiązania rodzinne w Endorze, w domu rodzinnym. Z drugiej jednak jest odpowiedzialny za rodzinę i rodzeństwo. Ma autentycznie silne emocjonalne relacje z matką i rodzeństwem. Nie wyobraża sobie, aby mógł wyjechać i zostawić ich samych. Jest wrażliwy i potrzebuje kontaktu z najbliższymi.

Sklep Lamsona i Food Land

Większość sytuacji, w których Gilbert jest przedstawiany, wiąże się z konsumpcją: albo stanowi ona temat rozmów, albo mamy do czynienia ze spożywaniem posiłków lub ich przygotowywaniem. Gilbert pracuje w sklepie spożywczym pana Lamsona. Sklep jest małą lokalną, rodzinną firmą, to jedyny taki obiekt w mieście. Większość czynności związanych z metkowaniem produktów, układaniem ich na półkach, sprzątaniem czy obsługą klientów wykonuje osobiście Gilbert. Ten lokalny sklep jest miejscem, w którym spotykają się mieszkańcy i w którym wymienia się informacje i plotki. To reprezentacja peryferyjnej Ameryki, gdzie wciąż panują jednak relacje bliskości. To miejsce, gdzie nie jest się anonimowym klientem. Miejsce podmiotowości wynikającej z wzajemnych relacji, znajomości i serdeczności. Stary sklep pana Lamsona utożsamia starą, konserwatywną Amerykę, która musi konkurować z nowoczesną, otwartą i ekspansywną Ameryką wkraczającą do Endory i utożsamianą ze sklepem o nazwie Food Land. Sklep pana Lamsona jest nie tylko jego własnością, za którą on swoim nazwiskiem odpowiada i której nadaje tożsamość. To własność całej Endory. Ten sklep to jej tożsamość. W przeciwieństwie do sklepu Lamsona, Food Land nie ma osobowości personalnej. Nie identyfikuje się z żadną konkretną postacią. Jego tożsamość opiera się na masowym wzorze i homogenizacji symboli oraz kolorów.

Stary sklep pana Lamsona jest niewielki. Pozbawiony nowości i przewidywalny w zakresie oferty. Prowadzi go rodzina, która mieszkała w Endorze od zawsze i którą wszyscy znają. Jej członkowie, zgodnie z etosem protestanckim ciężko pracują, według zasad znanych i dotychczas cenionych. Natomiast Food Land reprezentuje inną rzeczywistość – pozorną grzeczność, wielkość, nowoczesny marketing, neutralność. Food Land, jak przekornie głosi jego nazwa, jest ofertą globalną. Jest światem, w którym można się zanurzyć, odkrywając dla siebie atrakcyjne przestrzenie. Wszystko w tym świecie jest sterylne i błyszczące, ale pozbawione owej bliskiej relacji, tak oczywistej i naturalnej

w przestrzeni sklepu pana Lamsona. Jeden znajduje się w centrum miasteczka, drugi poza miastem. Każdy ma zupełnie inny charakter. Tak o tym opowiada Gilbert, występujący w roli narratora zarówno w książce, jak i filmie:

W Endorze są dwa sklepy spożywcze. Na samym rynku znajduje się sklep pana Lamsona, gdzie pracuję, a na skraju miasta stanął Food Land, gdzie wszyscy inni robią zakupy. Food Land wybudowano w październiku zeszłego roku. Zdaje się. Pefen jest wszelkich możliwych gatunków płatków zbożowych i włoskich kiełbasek, jakie tylko mogą zwisać. Podobno dla wszystkich klientów mają tam uśmiech w każdym z czternastu przejść. Zainstalowali elektryczne drzwi, które same się otwierają, kiedy się wchodzi na czarną gumową matę. Wielu twierdzi, że to wydarzenie wszech czasów w Endorze. Zainstalowali tam też aparaturę stereo, z której leci taka muzyczka jak u dentysty lub w windzie. „Express Endory” wyjaśnił, że ta muzyczka ma uspokajać klientów i koić. Litości. (Hedges, 2005: 24)

Gilbert ma wyraźnie negatywny i ironiczny stosunek do Food Landu, gdzie wszystko jest sztuczne i oparte na pozorach. Jego krytycyzm jest dojrzały. Bohater świadomie buntuje się przeciw światu i kulturze opartej na błyskotkach i pozorach. Dostrzega banał i sztuczność kolorowego świata, który zawitał do Endory. Brakuje mu rozrywek, czegoś, co mogłoby uatrakcyjnić życie na peryferiach, ale szuka prawdziwych i wartościowych ludzi oraz relacji, a nie fałszu i komercji. Dalej rozwija swą opowieść:

[...] żałuję, że musiałem wam opisać Food Land. Próbowalem nawet nie wspominać o tej norze, ale nie da się tego ominąć – jeżeli się chce w pełni zrozumieć pana Lamsona i sklep spożywczy pana Lamsona, oraz to, dlaczego ja, Gilbert Grape, tam pracuję. W sklepie pana Lamsona nie znajdziecie elektrycznych drzwi, przenośników taśmowych i skomputeryzowanych kas. [...] W sklepie Lamsona jest wszystko, czego może potrzebować rozsądna osoba. Jeżeli jednak potrzebujecie technicznych sztuczek, żeby uwierzyć, że dokonujecie dobrego zakupu, to chyba powinniście powlec swe odmóżdżone odwłoki do Food Landu. (Hedges, 2005: 25)

Gilbert Grape jest nie tylko ironiczny i krytyczny wobec upudrowanej, bezosobowej, pozbawionej relacji międzyludzkiej wizji konsumpcyjnego społeczeństwa, ale także staje się orędownikiem autentycznego świata, w którym tradycyjne wartości amerykańskie są wciąż istotne. Dla niego ma znaczenie fakt, że pan Lamson i jego rodzina są wobec niego i jego rodziny lojalni, że to ludzie dobrzy i niezwykle pracowici, że czuje się u nich bezpiecznie i może na swoich pracodawców liczyć w razie problemów. Gilbert jest konserwatystą. Rodzina, lojalność, uczciwość, dobrze wykonana praca, stałość oraz ciągłość tradycji mają dla niego znaczenie. Są dla niego cennymi wartościami. Jego stanowisko jest mocno krytyczne wobec nowoczesności wyrażonej w komercjalizacji świata i podważaniu tradycyjnych wartości ekspansywnie wkraczających do Endory wraz z korporacyjnym tworem typu Food Land:

Tu w sklepie spożywczym Lamsona ręcznie przyklejamy ceny do towarów. Rozmawiamy z naszymi klientami, witamy ich bez fałszywego uśmiechu, zwracamy się do nich, po imieniu. „Cześć, Dan”. „Cześć, Carol”. „Witaj, Marty, można ci w czymś pomóc?” Jeżeli ktoś chce wypisać czek, nie zbieramy jak najwięcej informacji i nie żądamy, byś udowodnił, że ty to ty. Nic z tych rzeczy. Dajemy do zrozumienia, że twoje słowo nam wystarczy. Potem pakujemy ci zakupy i niesiemy do samochodu. (Hedges, 2005: 25)

Gilbert przekornie zastanawia się nawet, czy takie cechy, jak chociażby uczciwość, nie zaczęły przerażać ludzi. Food Land, który jest utożsamiany z nowym porządkiem społecznym dalekim od tradycyjnych, konserwatywnych wartości, jest nie do przyjęcia dla refleksyjnego Gilberta, ale fascynujący dla większości ludzi. „Może ten nadmiar uczciwości odstręcza ludzi od sklepu spożywczego Lamsona. Może pan Lamson ciągle przypomina nam o naszych brakach” – zastanawia się retorycznie Gilbert, który zauważa, że tradycyjna kultura i system wartości wymagały więcej od człowieka. Zmuszały do pracy nad własnymi słabościami i niekonsekwencjami. W świecie, w którym nie ma już tak dużej personalizacji relacji międzyludzkich, łatwiej ukryć swoje nielojalności czy słabości. W nowoczesności i ułudzie nowej Ameryki utożsamionej z Food Landem można pozwolić sobie na słabości, gdyż ginie się w tłumie. Food Land to synonim świata anonimowych ludzi, którzy nie muszą ponosić konsekwencji swych czynów, gdyż nikt tego od nich nie wymaga. Liczy się radość, przyjemność, powierzchowność. „Człowiek, który pracuje cały dzień, bez przerwy, i kocha każde jabłko wypakowane ze skrzyni, który hołubi każdą puszkę zupy – taki człowiek na pewno wywołuje w nas wszystkich wstyd”. Gilbert ceni autorytet, człowieka pracy oddanego także własnej rodzinie. Pan Lamson uosabia wzór konserwatywnej Ameryki. Utożsamia protestancki etos pracy. Gilbert pracuje u pana Lamsona dziesięć lat. Jest mu wierny i oddany. „Sklep mieści się w białym budynku z szarymi schodami, czerwoną obramówką i szyldem z dumnym napisem: «Sklep spożywczy pana Lamsona – służy wam od 1932»”.

Gilbert ma świadomość, że świat, w który wierzy, powoli przegrywa. Ameryka konserwatywnych wartości przegrywa z Ameryką nowoczesną. Wejście w nowy, postrzegany jako fałszywy i obłudny świat, gdzie nic nie jest prawdziwe, trwałe i wiarygodne, jest porażką. Droga, która zaprowadzi amerykańskie społeczeństwo na manowce. To droga do odhumanizowania stosunków międzyludzkich. Wkroczenie Food Landu do Endory oznacza zmianę dotychczasowych więzi międzyludzkich. To nie pozorna, ale głęboka zmiana modelu życia kulturowo-społecznego. Food Land to kwintesencja odhumanizowanej Ameryki, która tradycyjne wartości zamienia na połyskliwe i sztuczne błyskotki. I choć taki świat pozwala na chwilę zapomnieć o własnych problemach, oczarowując i kusząc, to w dłuższej perspektywie nie daje nic w zamian. Gdy Gilbert musi w awaryjnej sytuacji wstąpić do Food Landu po tort na przyjęcie urodzinowe brata, czuje, jakby zdradzał wszystko, co jest mu bliskie, i świat, który zna i kocha: „Jestem w środku. Blask światła i luna bijąca z lśniącej podłogi są zniewalające. Strzelam oczami na wszystkie strony, jak dzieciak w Boże Narodzenie. Na chwilę zapominam o rodzinie, o mojej mamuciej mamie, o moim życiu”. Przy odbiorze tortu wyraźnie denerwuje Gilberta brak profesjonalizmu sprzedawcy, który nie pamięta nazwiska klienta, nie potrafi zamontować świeczek na torcie, a nawet ma problemy

ze znalezieniem i wydaniem właściwego tortu, mimo że – jak się później okazuje – tort dla Gilberta jest jedynym zamówionym w tym dniu. Samotnie zresztą czekającym w wielkiej lodówce. Ten nowy piękny świat to świat pozorów i marketingowych zabiegów. Gilbert błyskawicznie go demaskuje.

Opuszczając Food Land, w którym zresztą spotyka niefortunnie pana Lamsona, czuje złość, że ugiął się przed tą Ameryką, której nie akceptuje:

Kiedy podchodzę do elektrycznych drzwi, z głośników leci tandetna wersja *Let It Be*. Tak, niech będzie – myślę sobie, ale przed oczami ciągle mam obraz pana Lamsona. Obraz jego i mnie tutaj w tym samym czasie – gapimy się na siebie – wiemy, że obaj się ugięliśmy i wleźliśmy Ameryce w dupę. Znikam z Food Landu. (Hedges, 2005: 322)

Gilbert swoją wizytę w Food Landzie ocenia negatywnie. Traktuje to jak zdradę, sprzeniewierzenie się i wkroczenie na obcy teren, który utożsamia ze wszystkim, co podważa nie tylko jego dotychczasowy styl i sens życia, ale też co jest niezgodne z jego systemem wartości.

Food Land to komercja. To odhumanizowanie relacji międzyludzkich, fałsz, ekonomia i kultura zysku. To ustawienie w centrum przedmiotów, a nie człowieka. Człowieka z jego słabościami, problemami i bolączkami. Food Land oznacza koniec świata, jaki Gilbert ceni i jakiemu pragnie pozostać wierny. W tym nowym świecie nie ma miejsca dla przegranych. Dla tych, którym nie wszystko w życiu się udało. W świecie Food Landu będzie mu bliżej do kategorii „ludzi odpadków”, jak ich określa Zygmunt Bauman. Gilbert, refleksyjny krytyk rzeczywistości, doskonale zdaje sobie sprawę, że ten „nowy wspaniały świat” jest iluzją piękna i doskonałości. Nie liczą się w nim bowiem prawdziwe emocje i nie ma w nim miejsca dla ludzkich dramatów, dla niepełnosprawności, ułomności, brudu, brzydoty, monstrialności, zaniedbanej cielesności, starości czy porażki. Food Land przynosi ze sobą zupełnie inny zestaw wartości. To świat ceniący i pozytywnie wartościujący piękno, urok, młodość, zdrowie, sprawność, witalność, doskonałość, energię, sukces. Food Land to nowy styl życia i nowa estetyka. Food Land to ułuda, pozór, sztuczność, fałsz, które są pięknie opakowane. Natomiast stary rodzinny sklep pana Lamsona to prawda, uczciwość, empatia, relacje międzyludzkie, tradycja, człowiek. Food Land i sklep Lamsona symbolizują dwa oblicza Ameryki. Dwie ścierające się wizje życia. Ekspansywność Food Landu wyraża już sama jego nazwa, która rości sobie prawo do wkraczania w różne wymiary ludzkiego życia. To nazwa sieci aspirującej do skolonizowania i zniszczenia lokalnych rodzinnych firm. Takie „supersklepy bywają nazywane zbiorowymi mordercami, ponieważ dzięki wielkiemu wyborowi towarów i niskim cenom zwykle wypierają z rynku starsze środki konsumpcji – małe sklepy specjalistyczne” (Ritzer, 2004: 37). Natomiast sklep Lamsona (Lamson's Grocery) jest zindywidualizowany oraz oparty na wieloletniej tradycji.

Praca

Food Land symbolizuje także korporacyjną organizację pracy. Bezosobowa firma, która kusi wielością produktów oraz sterylną estetyką, oferuje pracę w sformalizowanym, zorganizowanym wedle ściśle określonych reguł środowisku. Lepszy i bardziej dostatni świat, który wkracza do Endory pod postacią

korporacyjnego Food Landu, dostarcza nowego sposobu organizacji przestrzeni, pracy, ludzi i panujących między nimi stosunków. Pracownicy Food Landu czują, że „załapali się” na „prawdziwą amerykańską karierę”. Food Land daje szansę na włączenie się w realizację projektu tworzenia lepszej rzeczywistości, ale także nadania sensu własnemu życiu. W małomiasteczkowym świecie Food Land daje nadzieję na to wszystko, co obiecuje idea nowoczesności rozumianej jako:

[...] kompleks społecznych, politycznych, ekonomicznych, kulturowych i mentalnych przekształceń zachodzących na Zachodzie od XVI wieku, osiągający swoje apogeum w wieku XIX i XX. W jego skład wchodziły procesy uprzemysłowienia, urbanizacji, racjonalizacji, biurokratyzacji, demokratyzacji, rozkwitu kapitalizmu, upowszechnienia się indywidualizmu i motywacji do osiągnięć [...]. (Sztompka, 2005: 130)

Mit kariery i awansu społecznego staje się ważną ideą dla sporej części mieszkańców Endory. Food Land to przestrzeń, która pozwala poczuć się lepiej zarówno pracującym w niej ludziom, jak i tym, którzy robią tam zakupy. Food Land to przestrzeń realizacji marzeń o lepszym świecie wyrażającym się w całościowym projekcie nowoczesności, w który Amerykanie zawsze wierzyli. Ów mit był i jest dla nich siłą napędową.

Jeszcze inaczej spoglądając na Food Land, można odwołać się do koncepcji symulakrum Ameryki wyobrażonej, która dociera na peryferie i trafia do małego miasteczka w Iowa. Food Land to trochę Ameryka w pigułce. To realizacja snu o państwie dobrobytu, wielkości, nieograniczonej konsumpcji i nieustającej przyjemności. To świat, w którym wszystko jest na wysoki połysk, sterylne, higieniczne, zaspokajające potrzeby estetyczne (wystrój, akwarium z homarami) i audialne (obowiązkowa muzyka z głośników) przeciętnego amerykańskiego obywatela. Food Land to realizacja amerykańskiej utopii dla każdego – symulakrum, które staje na obrzeżach Endory i wnosi w jej życie niby-nowe wartości. Od tego momentu ma być przyjemnie, kolorowo, energetycznie, zmysły mają być pobudzone. To ułuda prawdziwego życia, mit, który zdaje się ucieleśniać i stawać realnym życiem. Jak pisał Jean Baudrillard: „Ameryka nie jest ani snem, ani rzeczywistością, lecz hiperrzeczywistością”. Hiperrzeczywistością zaś jest dlatego, że powstała jako od początku urzeczywistniona utopia. Wszystko w niej jest rzeczywiste i pragmatyczne, ale jednocześnie nie daje pewności, że to nie sen (Baudrillard 2011: 38–39). Wszystko jest wielkie i wspaniałe. Dobrze zaprogramowane.

Miasteczko w Iowa długo jednak żyło poza dominującym nurtem ekspansywnej i hegemonicznej kultury konsumpcyjnej wspieranej przez mechanizmy liberalnej ekonomii i rozwiniętego kapitalizmu. Przełom lat 80. i 90. to w Ameryce czas przemian. Gilbert jest przywiązany do modelu tradycyjnego amerykańskiego życia. Jednak nawet do peryferyjnej Endory dociera w końcu wspaniały świat konsumpcji zmieniający prowincję i jej mieszkańców. Ten nowy, korporacyjny, modernistyczny czy też nowoczesny model życia jest entuzjastycznie przyjmowany przez znudzonych mieszkańców Endory. Przyjaciel Gilberta Tucker upatruje w nim nie tylko nadchodzących zmian, ale także szansy dla siebie. Wierzy, że w tych nowych możliwościach znajdzie jako obywatel sens życia, wyrwie się z nudy i beznadziei miejsca, w którym nic się nie dzieje. Liczy, że nie będzie zmuszony wyjeżdżać z Endory w poszukiwaniu

pracy, atrakcji i lepszego życia. Peter Hedges w ironiczny sposób przedstawia te wielkie oczekiwania mieszkańców Endory. Nowy, bardziej atrakcyjny model życia ściśle wiąże się z amerykańską popkulturą. Gilbert jest wobec niej sceptyczny, zaś Tucker jest wielkim entuzjastą tego modelu.

- Słyszałeś? – mówi Tucker. – Słyszałeś?
- Co miałem słyszeć?
- Wreszcie budują...
- Co wreszcie budują?
- Burger Barn. – Patrzy na mnie, jakby się spodziewał, że zacznę tańczyć po całym pokoju.⁵
- No i co? – mówię.
- Nie rozumiesz, co to znaczy? Nie widzisz tych... eee...
- Implikacji.
- No właśnie. Burger Barn to dopiero pierwszy krok. Któregoś dnia będziemy tu mieli Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, może Taco Bell. Dostanę pracę. Będę chodził w takim uniformie.
- Bosko – mówię. (Hedges, 2005: 45)

Co prawda do Endory nie docierają jeszcze najważniejsze amerykańskie marki korporacyjne, jedynie substytuty w postaci Burger Barn, ale nawet one dają niektórym mieszkańcom poczucie sensu. Budowa i otwarcie Burger Barn w Endorze to dowód, że także peryferia mogą realizować amerykański mit. Endora z jej mieszkańcami nie pozostaje poza projektem i ideą nowoczesności. Amerykański mit dociera na rubieżę tego kraju⁶. Tucker nie dostrzega w tym żadnych zagrożeń dla sposobu życia Amerykanów, istnienia rodzinnych firm, jakości relacji międzyludzkich. Dla niego Burger Barn to szansa. Dla Gilberta – zagrożenie i blichtr. Tak Trucker opowiada o tym, jak postrzega Burger Barn:

- Po co się budzić? Wiesz? I w takiej chwili widzę tablicę ogłaszającą budowę Burger Barn i... no, nie wiem, jak to powiedzieć... ale to było tak, jakby moje życie nagle zaczęło mieć ten, eee...
- Sens. (Hedges, 2005: 47)

Burger Barn daje szansę długoterminowej, hierarchicznej kariery. Awans zawodowy polega na zdobywaniu nowych kwalifikacji i zmianie stanowisk. Tak pomyślany system ma stanowić motywację dla pracowników. Droga awansu przebiega od sprzedawcy, przez kasjera, potem asystenta kierownika, kierownika restauracji, aż do kierownika całego regionu. Taki system daje pracownikom poczucie sensu pracy zawodowej. Znaczenie ma także to, że jest się częścią systemowej całości. Unikatowość i personalizacja zostają zastąpione unifikacją i sformalizowaniem, co może stanowić istotę pracy zawodowej. Tucker przyjmuje wizję kultury, która ujednocila i opakuje emocje,

5 Nazwa Burger Barn ma także ironiczny wydźwięk. Słowo *barn* oznacza stodołę. Nazwa firmy – burger ze stodoły – która ma sugerować nową jakość i nadawać mieszkańcom Endory sens życia, wydaje się zabiegiem ośmieszającym ideę i znaczenie tej sieci.

6 Dokładnie w tym samym czasie rozpoczyna marsz na podbój Europy Środkowej i Wschodniej, która po zmianie ustroju w 1989 roku otwiera się na projekt nowoczesności. Staje się tym samym kolejnymi, jeszcze dalej usytuowanymi peryferiami, do których trzeba dotrzeć.

aby lepiej sprzedawać produkty. Na przykład podczas urodzin Arnie'ego serwuje się unikatowy tort w kształcie krowy. W końcu jesteśmy w Burger Barn i wszystko musi być związane z farmerską tradycją Ameryki, ale jednocześnie nowoczesnie opakowane. Komercjalizacja lokalnej tradycji i anektowanie lokalnej kultury w celach merkantylnych nie odpowiada Gilbertowi. W przeciwieństwie do niego Tucker akceptuje ów proces: „nie mnie dziękuj [...], lecz Burger Barn. Ja tylko wcielam w życie ich wizję. Tak to już w Burger Barn” (Hedges, 2005: 348).

Gilbert odrzuca ideę Burger Barn. Drażnią go restauracje przypominające stodołę, błyszczące kolorowymi neonami. Dostrzega w tym kicz i zawłaszczanie tradycji regionalnej w celach komercyjnych. Dziedzictwo lokalne jest merkantylnie wykorzystane przez świat zewnętrzny. Gilbert odrzuca tę ofertę, upatrując w niej pułapkę. Inaczej na tę zmianę reaguje Tucker, który widzi w niej szansę na sukces. Jemu wszystko wydaje się tam lepsze i doskonalsze, nawet „frytki są bardziej chrupiące i niepowtarzalne”. Dwa modele świata. Dwa systemy wartości. Dwóch bohaterów, którzy mają różny stosunek do zmian. Gilbert opowiada się przeciw modelowi liberalnemu. Tucker za nim.

Food Land i Burger Barn, odwołując się do amerykańskiej farmerskiej tradycji, tworzą nowoczesną wizję organizacji pracy w celu ekspansji konsumpcji. Jednak nowy model kultury, który dociera do Endory, bardzo się różni od tradycyjnego świata mieszkańców małych miasteczek i peryferyjnej Ameryki. Zarówno w książce, jak i w filmie widać sentyment i nostalgię za znikającym także na prowincji modelem amerykańskiego życia. Autor książki i scenariusza do filmu Peter Hedges kontempluje kierunek zmian w Stanach Zjednoczonych. Food Land czy Burger Barn, które symbolizują nowy kierunek rozwoju Ameryki, są przez niego traktowane ironicznie. Wiara w pozoranczką kulturę konsumpcji, za którą stoją cele ekonomiczne, nie zastąpi tradycyjnych wartości. Hedges dostrzega w nowej propozycji pułapkę i niebezpieczeństwo. Zmiany są nieuniknione, a autor jest do nich mocno zdystansowany. Dostrzega w nadchodzącej kulturze zagrożenie w momencie, kiedy dla wielu jest ona symbolem potęgi, szans, rozwoju i postępu.

Gilbert wyraźnie przeczuwa pułapki masowej konsumpcji i fascynacji ideą kulturowego konsumpcjonizmu. Jednak przez wielu początek lat 90. i ekspansja tej kulturowej ideologii były postrzegane jako szansa dla ekonomii i gospodarki. Szansa dla ludzi.

Stół – przestrzeń relacji prawdziwych

W fabule książkowej i filmowej ważną rolę odgrywa także prezentacja stołu. Jak pisze Georg Simmel: „ze wszystkiego, co ludziom wspólne, najbardziej wspólną cechą jest ta oto, że muszą jeść i pić” (Simmel, 2006: 272). I kontynuuje: „wspólny posiłek wynosi zdarzenie fizjologicznie prymitywne i nieuchronnie powszechne w sferę wzajemnych oddziaływań społecznych” (Simmel, 2006: 274). Stół to miejsce bliskości i komunikacji. Rodzina Gilberta spędza przy nim sporo czasu. Panuje wtedy gwar. Członkowie rodziny głośno dyskutują, przekomarzają się, spierają. Mimo, że rozmowy te są pełne zaangażowania, to jednak dotyczą zazwyczaj kolejnych posiłków, potraw czy sposobów ich przyrządzania. Stół i odbywające się przy nim posiłki nie tylko pokazują bliskość, ale też gądatliwość i banalizację konsumpcji, która jest sprowadzona

do fizjologii i bardzo podstawowych potrzeb człowieka. A jednak te rodzinne spotkania są prawdziwe. Dotknięta wieloma problemami rodzina wciąż ma ze sobą kontakt. Jej członków łączą emocje i troska o słabszych.

Rodzina Gilberta jest ciężko doświadczona upośledzeniem Arniego i samobójczą śmiercią ojca. Jednak wciąż jest to rodzina, która wspólnie boryka się z tą sytuacją. Karmienie matki i Arniego oraz opieka nad nimi stanowi sens życia całej rodziny. Sytuacja jest tutaj odwrócona, gdyż to dzieci opiekują się matką i karmią ją. Przygotowują jej posiłki i żywią. Miłość, lojalność i odpowiedzialność za innych są podstawą istnienia ich wszystkich. Wspólne bycie razem przy stole ujawnia jednak kryzys stosunków rodzinnych, trudności w komunikacji. Gdy bohaterowie czują się skrępowani sytuacją bycia razem przy stole, obnażają trawiący ich kryzys. Próbuje na siłę nawiązać dialog, lecz słowa, zdania czy pytania nienaturalnie zastygają w powietrzu. Gesty wydają się sztuczne, a spojrzenia uciekają na boki. Nikt nie ma ochoty patrzeć sobie w oczy. Stół w symboliczny sposób obnaża stan rodzinnych i międzyludzkich więzi oraz trudności w nawiązaniu autentycznej i szczerzej rozmowy.

Matka Gilberta jest monstrialna. Wyłączyła się z życia po śmierci męża. W ramach zaproponowanej przeze mnie analizy i kontekstu badawczego można próbować interpretować tę postać jako symboliczne ostrzeżenie przed kulturą konsumpcyjną, która przyjmowana bezkrytycznie stanowi zagrożenie. Monstrialna matka to symbol tego, co może się stać z człowiekiem, który bezrefleksyjnie poddaje się ideologii i imperializmowi określonego modelu życia. Jeszcze inne wyjaśnienie znaczenia tej postaci jest takie, że stanowi ona próbę pokazania, że cecha mariażu kultury konsumpcyjnej z ekonomią jest nienасыenie. To przestroga, że kultura konsumpcyjna także potrafi przybrać monstrialne i wypaczone kształty.

W książce i filmie znaczenie konsumpcji wyrażone jest w jej fizycznej oraz fizjologicznej symbolice. Prawie w każdej scenie przedstawia się to, jak ludzie jedzą, kupują jedzenie, zamawiają jedzenie i dostarczają je do domu, dyskutują o nim, ustalają menu, przygotowują potrawy, nakrywają stół, wnoszą lub wynoszą torby pełne jedzenia. Gilbert spotyka się z przyjaciółmi – zazwyczaj przy okazji spożywania posiłków. Starsza siostra Gilberta pracowała w szkolnym bufecie, z kolei młodsza sprzedaje lody. Jedyna rzecz, którą można robić w Endorze, to właśnie spotkać się przy jedzeniu. Dzięki zamawianiu zakupów do domu Gilbert nawiązuje romans. Nieliczne rozrywki w mieście także związane są z jedzeniem. Burger Barn, otwierając w miasteczku swoją pierwszą restaurację, organizuje festyn z różnymi atrakcjami. Jest wśród nich także degustowanie napojów i burgerów. Inną rozrywką jest z kolei oglądanie akwarium z żywymi homarami w Food Landzie. Życie ludzi w Endorze jest całkowicie związane z konsumpcją. Dotyczy to także treści medialnych i wyraża się fascynacją ikonami popkultury – na przykład Elvisem Presleyem, jak w przypadku siostry Gilberta. Mama i siostra Gilberta żyją wyobrażeniem idealnego świata prezentowanego w mediach, a szczególnie w reklamach: „w telewizji właśnie jest przerwa na reklamę, ale to właśnie reklamy Amy i mama lubią najbardziej w całym programie”.

Śmierć matki Gilberta stanowi wyzwolenie dla rodziny. Ten symboliczny akt końca życia monstrialnej kobiety daje wolność jej dzieciom. Gilbert ostatecznie wyjeżdża z Endory w podróż wraz z Becky i młodszym bratem. Unicestwienie monstrialnej matki to symboliczne wyzwolenie z modelu amerykańskiej kultury osadzonej w projekcie nowoczesności.

Przedstawiona w książce i filmie historia okazała się krytycznym spojrzeniem na amerykańskie przemiany społeczne i kulturowe. Na początku

lat 90. wydawało się jednak, że społeczeństwo konsumpcyjne jest ideą, która stwarza szanse na egalitaryzm. Miała ona łączyć całe amerykańskie społeczeństwo, centra i peryferia. Świetnie, choć jak zwykle ze sporą dozą ironii, jest ta filozofia wyłożona w rozmowie Tuckera z Gilbertem:

- Ten Burger Barn będzie dokładnie repliką oryginału z Bonne. Wiesz, na obszarze Iowa-Nebraska-Missouri jest ponad piętnaście restauracji Burger Barn. To rozwijająca się i prosperująca firma. A ten pomysł, że każdy oddział jest taki sam jak inne, sprawia, że jestem... że jestem...
- No, to robi wrażenie. Podnosi na duchu.
- Tak. Człowiek wchodzi do Burger Barn i wie, czego się może spodziewać. Wie, na co może liczyć. A w dzisiejszych czasach to problem. Człowiek już nie wie, czego się może spodziewać. (Hedges, 2005: 168–169)

W tym samym czasie, gdy w Endorze powstaje nowy budynek Burger Barn, zostaje spalona stara szkoła. Gilbert bardzo silnie to przeżywa, ale zdaje sobie sprawę, że nadchodzi nowy czas: „cóż, żyjemy w erze Burger Barn”. Stary świat odchodzi. Czasem coś musi zostać unicestwione, aby mogło zdarzyć się coś nowego. Stary porządek ustępuje przed nowym porządkiem. Świat, który był swojski, znany i bliski, odchodzi, gdyż nie odpowiada na potrzeby współczesności. W jego miejsce pojawia się świat konsumpcji. Świat Food Landu i Burger Barn. Świat, który wydaje się dawać ludziom szansę na lepsze życie wypełnione sensem. W fabule krytyczny wobec tego modelu społeczno-kulturowego jest wrażliwy młody człowiek. Dostrzega on w tym projekcie pułapkę. Po latach wielu badaczy społecznych krytykuje ów model, który został doprowadzony do ekstremum. Peter C. Whybrow w swojej krytycznej diagnozie społeczno-kulturowego stanu Ameryki stwierdza:

Obecnie dla milionów Amerykanów czar owego marzenia przysł. Życie nie układa się już tak dobrze, nie ma w nim harmonii, a ludzie coraz częściej odczuwają rozgoryczenie i dyskomfort. [...] Na obecne „marzenie” składa się wydłużony dzień pracy, coraz mniej snu, permanentne dokształcanie się, zdwojona energia oraz duża tolerancja dla braku finansowego bezpieczeństwa. Osiągnięcie „sukcesu” oznacza bycie robotem wielozadaniowym. Wstajemy wcześniej i kładziemy się późno w nocy. Rano ćwiczymy oglądając CNN i jedząc śniadanie, rozmawiamy przez telefon jadąc samochodem – robimy kilka rzeczy na raz, bo nie mamy ani chwili do stracenia. W czasie obiadu zadowalamy się przekąskami i fast foodami, a naszym ulubionym towarzyszem stał się laptop. (Whybrow, 2005: 26)

W tym ekstremalnym modelu liberalnego życia brakuje miejsca na czas spędzany z rodziną, na pielęgnowanie relacji międzyludzkich, na niepełnosprawność i niedoskonałość. Gilbert, będąc częścią ciężko doświadczonej przez los rodziny oraz pracując w małej firmie, silnie przeczuwał pułapki liberalnego, opartego na komercji i konsumpcji modelu kultury i społeczeństwa. Przeczuwał, że w tym starciu model konserwatywny znajduje się na przegranej pozycji.

Przejęcie pomiędzy latami 80. i 90. przyniosło zmiany, których się obawiano. Stary świat ustępował przed nowym. Poszukiwano w nim trwałych elementów, które dawałyby poczucie bezpieczeństwa. Czy jednak na pewno nowa ideologia przyniosła to, czego tak bardzo amerykańskie społeczeństwo i świat potrzebowały? Autor książki raczej krytycznie spogląda na kulturowe, społeczne, a także polityczne przemiany. Nie wierzy w wartości kultury i społeczeństwa konsumpcyjnego. Żał mu tradycyjnej Ameryki – może śmiesznej, niemodnej, peryferyjnej, ale prawdziwej i autentycznej. Może nie była to Ameryka fajerwerków, a jedynie powtarzalnej codzienności, była to jednak Ameryka uczciwa, wierna wartościom rodzinnym. Hedges krytycznie i ironicznie postrzega tę zmianę i nadchodzący nowy wspaniały świat. Nową wspaniałą wizję rzeczywistości. Nową amerykańską utopię, która jeszcze przez kolejne dekady miała napędzać ekonomię i gospodarkę.

Co gryzie Gilberta Grape'a?

Na koniec chciałabym zwrócić uwagę na tytuł książki i filmu. W oryginale brzmi on *What's Eating Gilbert Grape*, co w dosłownym tłumaczeniu oznacza *Co zjada Gilberta Winogrono*. Gilberta trapią rozmaite problemy. Można by rzec, że go nawet męczą i gryzą. Taka interpretacja jest uzasadniona w kontekście fabuły. Gilbert naprawdę ma na głowie sporo spraw, z którymi musi sobie radzić. Można jednak pokusić się o jeszcze inną interpretację i postawić pytanie o to, co Gilbert Grape zjada? Innymi słowy: co nasz bohater wybiera? Jakimi kieruje się motywami? Kultura konsumpcyjna jest masowa. Jednak pojawia się tutaj odpowiedź dotycząca amerykańskiego indywidualizmu i subiektywizmu. Gilbert nie podąża za popularnymi i masowymi trendami: „musicie wiedzieć, że w myślach rzadko jestem w tym sklepie czy w tym mieście”. Nie daje się zaszufłakować. Nie poddaje się żadnej ideologii. Nie idealizuje żadnego modelu życia, krytycznie przygląda się potyczce dwóch odmiennych koncepcji rozgrywającej się w jego miasteczku.

Gilbert to postać złożona: z jednej strony wrażliwiec i dobry chłopak z sąsiedztwa, z drugiej – niepokorny buntownik. Ameryka lubi odwoływać się do swoich mitów. W postaci Gilberta można odnaleźć każdy z nich. W jednej roli wykonuje swoje zobowiązania wobec rodziny, jest odpowiedzialny i refleksyjny. W drugiej wyraża swój sprzeciw i bunt wobec nowych porządków. Pozostaje przy tym wnikliwym, zdystansowanym i krytycznym obserwatorem rzeczywistości.

W swoim ironicznym stylu ocenia także Amerykę czasu przemian. Podczas uroczystości finału konkursu amerykańskich strojów zauważa:

Arnie wygląda jak Amerykanin. I w istocie zachowuje się jak Amerykanin. Kiedy próbował podnieść pierwszego dzieciaka, którego przewrócił, wpadł na kilka innych, co spowodowało reakcję łańcuchową i chaos. Mój brat pod wieloma względami bardzo przypomina dzisiejszą Amerykę. (Hedges, 2005: 211)

Diagnoza Gilberta dotycząca rzeczywistości amerykańskiej lat 80. i 90. nie jest pozytywna. Czas przemian, zmiana prezydentury, koniec rządów Republikanów i początek rządów Demokratów, ekspansja kulturowa, czas konfliktów zbrojnych – wszystko to kumuluje się w nieco karykaturalnych procesach

docierających do Endory z dużym opóźnieniem i w postawach mieszkańców miasteczka. Gilbert nie szuka przyczyn tych zmian w decyzjach rządzących i projektach nowoczesności. Nie jest intelektualistą, ale wrażliwym obserwatorem rzeczywistości. Jego oczyma obserwujemy procesy, które w wielkich metropoliach wydają się wielkie, jednak na prowincji widać ich sztuczność, powierzchowność, pozorantstwo i karykaturalność. To właśnie w Endorze zostają zdemaskowane, choć pozostają atrakcyjne dla wielu Amerykanów i obywateli różnych krajów na świecie. Ameryka widziana oczyma Gilberta jest plastikowa i karykaturalna.

Ostatecznie Gilbert, uwolniony od monstrialnej matki (nie wyraża zgody na ideologię konsumpcji), wybiera drogę w nieznaną i spełnienie marzeń o poznaniu świata. Nie rezygnuje z lojalności wobec słabszego brata. Arnie wyrusza z nim w świat. Ważne jest jednak, że to indywidualny wybór Gilberta. A droga to kolejny amerykański mit, który daje szansę na rozwój i odnalezienie celu oraz sensu życia. Niekoniecznie trzeba się zatem podporządkowywać społecznej idei homogenizacji i przyjmować bezkrytycznie nowe społeczne wizje. Ostatecznie to, czym żyje Gilbert, nie musi być medialno-konsumpcyjną papką. Zawsze istnieje wybór. W tym sensie Ameryka jest krajem ludzi wolnych. I to pozostaje niezmiennie.

Postscriptum: co gryzie Polaków?

Dokonana przeze mnie analiza zmian w amerykańskim systemie wartości społecznych, kulturowych i gospodarczych w kontekście ewolucji polityki społeczno-gospodarczej Stanów Zjednoczonych w latach 80. XX wieku ukazuje uniwersalny mechanizm. To, czego doświadczają mieszkańcy USA oraz główni bohaterowie książki i filmu *Co gryzie Gilberta Grape'a*, jest bardzo podobne do tego, co stało się doświadczeniem mieszkańców Europy Środkowej i Wschodniej po zmianie ustrojowej 1989 roku. Akcja powieści równie dobrze mogłaby się rozgrywać na jakimś polskim lub rumuńskim podwórku, gdzie w latach 90. XX docierały zmiany społeczne i kulturowe wywołane decyzjami politycznymi i ekonomicznymi. Dzisiaj, pod koniec drugiej dekady XXI wieku, doskonale widać mechanizm rozprzestrzeniania się idei nowoczesności oraz budowanie społeczeństwa opartego i skoncentrowanego na konsumpcji kulturowej i ekonomicznej. Doświadczenia Gilberta i Tuckera są bliskie obywatelom światowych obszarów peryferyjnych, takich jak Polska, w latach 90. XX wieku dzięki procesom globalizacyjnym i technologicznym przyspieszeniom doświadczająca szans i zagrożeń wynikających z adaptacji modelu społeczeństwa konsumpcyjnego opartego na nowej polityce społeczno-gospodarczej, która narodziła się w Ameryce lat 80. XX wieku.

BIBLIOGRAFIA:

- Baudrillard J. (2011). *Ameryka*. Warszawa.
- Bogunia-Borowska M., Śleboda M. (2003). *Globalizacja i konsumpcja. Dwa dylematy współczesności*. Kraków.
- Bieńkowski W. (2006). Czy polityka George'a Busha jest kontynuacją reaganomiki?, [w:] Bieńkowski W., Radło M.J. (red.), *Amerykański model rozwoju gospodarczego. Istota, efektywność i możliwości zastosowania*. Warszawa.

- Drzał-Sierocka A. (2017). *Filmy do zjedzenia. Obrazy jedzenia w kinie amerykańskim*. Gdańsk.
- Douglas M. (1979). Goods as a System of Communication, [w:] *In the Active Voice*. London.
- Durska M. (2006). Kulturowe źródła amerykańskiego modelu biznesowego, [w:] Bienkowski W., Radło M.J. (red.), *Amerykański model rozwoju gospodarczego. Istota, efektywność i możliwości zastosowania*. Warszawa.
- Edwards L. (1981). *Ronald Reagan: A Political Biography*. Houston.
- Edwards L. (2013). *Amerykański konserwatyzm. Krótka historia*. Lublin.
- Fronn E. (2000). *O sztuce istnienia*. Warszawa-Wrocław.
- Goffman E. (1981). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa.
- Hayward Steven F. (2006). Ewolucja polityki społeczno-gospodarczej Stanów Zjednoczonych w latach 80. xx wieku, [w:] Bienkowski W., Radło M.J. (red.), *Amerykański model rozwoju gospodarczego. Istota, efektywność i możliwości zastosowania*. Warszawa.
- Hedges P. (2005). *Co gryzie Gilberta Grape'a*. Poznań.
- Jawłowska A. (1981). *Ruch konsumentów*. Warszawa.
- Kurenda M. (2016). Od miejsca do nie-miejsca. Drugie życie podziemi Dworca Centralnego w Warszawie, „Kultura i Społeczeństwo”, 2 (LX), (55–68).
- Malczyńska-Biały M. (2012). Konsumeryzm w Stanach Zjednoczonych Ameryki, „Polityka i Społeczeństwo”, 10, (100–108).
- Marks K. (1951). Fetyszizm towarowy i jego tajemnica, [w:] *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej*. Tom I – *Proces wytwarzania kapitału*. Warszawa.
- Niskanen W.A. (2006). Polityka gospodarcza administracji Billa Clintona, [w:] Bienkowski W., Radło M.J. (red.), *Amerykański model rozwoju gospodarczego. Istota, efektywność i możliwości zastosowania*. Warszawa.
- Ritzer G. (1997). *Mcdonaldyzacja społeczeństwa*. Warszawa.
- Ritzer G. (2004). *Magiczny świat konsumpcji*. Warszawa.
- Simmel G. (2006). *Most i drzwi. Wybór esejsów*. Warszawa.
- Sztompka P. (2005). *Socjologia zmian społecznych*. Kraków.
- Sztompka P. (1999). Kulturowe imponderabilia szybkich zmian społecznych: zaufanie, lojalność, solidarność, [w:] Sztompka P. (red.), *Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości, i więzi społeczne czasów transformacji*. Kraków.
- Sztompka P. (1997). Kulturowe imponderabilia szybkich zmian społecznych. Zaufanie, lojalność, solidarność, „Studia Socjologiczne”, 4, (147), (5–20).
- Sztompka P. (1994). Teorie zmian społecznych a doświadczenie polskiej transformacji, „Studia Socjologiczne”, 1, (9–17).
- Whybrow P.C. (2005). *American Mania. Ciągłe więcej, ale nigdy dość*. Poznań.
- Veblen T. (1971). *Teoria klasy próżniaczej*. Warszawa.

FILMOGRAFIA:

- Co gryzie Gilberta Grape'a* (1993), reż. Lasse Hallström.
- Niemilość* (2017), reż. Andriej Zwiagincew.
- Paciorki jednego różańca* (1979), reż. Kazimierz Kutz.
- The Florida Project* (2017), reż. Sean Baker.