

## Magdalena Parus-Jankowska\*

ORCID: 0000-0003-3353-1062

AGH Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

### KILKA UWAG O PANDEMICZNEJ TĘSKNOCIE POLAKÓW ZA TURYSTYKĄ FESTIWALOWĄ

Pandemia COVID-19 znacząco zmieniła formy spędzania czasu wolnego, między innymi wpłynęła na sposób słuchania muzyki – jednej z najczęstszych aktywności Polaków w czasie wolnym. W początkowym okresie pandemii zamknięto instytucje kultury, w tym te muzyczne, i odwołano koncerty plenerowe oraz festiwale, przez co słuchacze stracili możliwość bezpośredniego uczestniczenia we wszelkich wydarzeniach muzycznych, a artyści wykonywania muzyki na żywo. Zarówno jednym, jak i drugim nie pozostało nic innego, jak przenieść swoje aktywności do internetu. Szybko jednak okazało się, że takie obcowanie z muzyką jest dla słuchaczy (i wykonawców) niewystarczające. Z badań wynika, że jedną z największych tęsknot w czasie pandemii była chęć uczestnictwa w wydarzeniu muzycznym na żywo – koncercie lub festiwalu. Artykuł przedstawia festiwal jako przykład wielozmysłowej kultury iwentu<sup>1</sup>, rodzaju święta, w którym muzyka odgrywa ważne społeczne funkcje – integracji społecznej i budowania poczucia wspólnoty, czyli tego, czego Polakom w pandemii najbardziej brakowało.

Słowa kluczowe: pandemia COVID-19, muzykowanie, festiwal, wielozmysłowa kultura iwentu, turystyka festiwalowa

## WSTĘP

Celem artykułu jest przedstawienie, jak pandemia COVID-19 wpłynęła na sposób słuchania muzyki jako jednej z najczęstszych aktywności Polaków w czasie wolnym. Z powodu zamknięcia instytucji muzycznych i odwołania koncertów plenerowych oraz festiwali słuchacze, utraciwszy możliwość bezpośredniego uczestniczenia w wydarzeniach muzycznych, a artyści wykonywania muzyki na żywo, przenieśli swoje aktywności do przestrzeni internetu. Autorka artykułu próbuje odpowiedzieć na pytanie, dlaczego takie zapośredniczone technologicznie obcowanie z muzyką bardzo szybko przestało odbiorcom i wykonawcom

\* Katedra Studiów nad Kulturą i Badań Ery Cyfrowej, Wydział Humanistyczny, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza, ul. Czarnowiejska 36, 30-054 Kraków; e-mail: mpj@agh.edu.pl

<sup>1</sup> Za pracą Szlendaka (2010) zachowano pisownię iwent, choć nie jest ona zgodna z obowiązującym zapisem słownikowym.

muzyki wystarczać i dlatego pojawiła się tęsknota za muzyką „na żywo”, w szczególności za uczestnictwem w festiwalach muzycznych. Autorka artykułu próbuje więc przedstawić festiwal jako wydarzenie nie tylko *stricto* muzyczne, ale jako zjawisko spełniające ważne funkcje społeczne i kulturowe.

## PANDEMIA COVID-19 I SŁUCHANIE MUZYKI

Pandemia COVID-19 wpłynęła w znaczący sposób na odbiór muzyki (Agamenno et al., 2022), także przez Polaków (Jabłońska, 2022). Niespełna dwa tygodnie po stwierdzeniu pierwszego przypadku zakażenia wirusem COVID-19, 20 marca 2020 roku, oficjalnie wprowadzono w Polsce stan epidemii i zaczęto stopniowo wprowadzać liczne restrykcyjne regulacje – zakaz zgromadzeń powyżej dwóch osób i organizowania uroczystości religijnych oraz ograniczenia w przemieszczaniu się i korzystaniu z transportu zbiorowego. Zamknięta została część przestrzeni publicznych i lokali usługowych oraz wprowadzono limity osób w sklepach. Stan epidemii wpłynął na sposób uczestnictwa Polaków w kulturze, gdyż Rządowy Zespół Zarządzania Kryzysowego już 12 marca zawiesił funkcjonowanie m.in. instytucji kultury, filharmonii, oper, operetek, teatrów, muzeów, kin, domów kultury, bibliotek oraz galerii sztuki. Według przeprowadzanych jeszcze w czasie trwania epidemii badań zinstytucjonalizowana aktywność kulturalna została przez Polaków zastąpiona działaniami indywidualnymi, głównie podejmowanymi w domu. 30% respondentów deklaruowało częstsze oglądanie filmów, a 22% częstsze czytanie książek. Prawie co piąty badany (18%) przeznaczał czas na rozwój własnego hobby. Z powodu wprowadzonych restrykcji znacząco zmienił się sposób korzystania z mediów. Widoczny był duży wzrost aktywności online (w tym także streamingu) oraz oglądania telewizji przy jednoczesnym spadku użytkowania mediów wymagających wyjścia z domu, na przykład do kina (NCK, 2020, s. 5)<sup>2</sup>.

Z badań przeprowadzonych w 2019 roku, czyli krótko przed wybuchem pandemii COVID-19, wynika, że najpopularniejszą aktywnością kulturalną Polaków było chodzenie do kina (64%). Niewiele mniej (62%) respondentów jako często podejmowaną czynność wymieniło udział w festynach, jarmarkach i imprezach folklorystycznych, którym bardzo często towarzyszy muzyka grana na żywo. W koncertach lub festiwalach muzyki innej niż poważna brała udział blisko połowa respondentów (44%), a wizytę w operze czy filharmonii lub koncert muzyki klasycznej wybierało odpowiednio 18% i 19% uczestników badania. Nie dziwi więc, że ponad 60% badanych stwierdziło, że w trakcie epidemii brakuje im udziału w organizowanych przez instytucje kultury wydarzeniach na żywo (NCK, 2020, s. 6). Bardzo interesujące jest to, że drugim wydarzeniem, które respondenci wskazywali w badaniach jako

---

<sup>2</sup> Bardzo ciekawym źródłem informacji na temat przemian w życiu codziennym Polaków w pierwszym okresie pandemii COVID-19 jest dwuczęściowy raport przygotowany przez badaczy z Wydziału Socjologii UAM w Poznaniu, w którym między innymi zapytali oni o lęki i obawy związane z pandemią, ale także o pozytywne aspekty tego kryzysu (Drozdowski et al., 2020).

takie, na które wybiorą się po zniesieniu restrykcji, był koncert muzyki popularnej (18%), który przeagrał tylko z seansem w kinie (32%) (NCK, 2020, s. 14)<sup>3</sup>.

Jak wynika z raportu CBOS sporządzonego w 2018 roku, słuchanie muzyki jest dla Polaków jednym z najpowszechniejszych sposobów spędzania wolnego czasu, tym bardziej że dzięki postępowi technologicznemu, urządzeniom przenośnym i platformom streamingowym, zniknęły ograniczenia przestrzenne i czasowe dotyczące tej aktywności. Według wspomnianego raportu prawie dwie trzecie dorosłych Polaków (65%) słucha muzyki codziennie, a jedna piąta (21%) kilka razy w tygodniu. Tylko co dziesiąty Polak słucha muzyki rzadziej niż kilka razy w tygodniu, a zaledwie 4% nie słucha jej w ogóle. Najwięcej i najczęściej muzyki słuchają młodzi Polacy w przedziale wieku pomiędzy 18 a 34 lat. Najmniej słuchających muzyki jest wśród osób mających więcej niż 65 lat. Na częstotliwość słuchania muzyki wpływa również wykształcenie, im wyższe wykształcenie, tym częstsze podejmowanie tej aktywności (CBOS, 2018, s. 1–2).

Polacy (68%) najczęściej słuchają muzyki nadawanej w radiu, ponad jedna trzecia respondentów (39%) słucha muzyki przekazywanej przez telewizję. Dużą popularnością (30%) cieszy się muzyka dostępna bezpłatnie w internecie. Innymi jej nośnikami, z których chętnie korzystają Polacy, są płyty CD lub DVD (14%), pliki dźwiękowe zapisane w pamięci jakiegoś urządzenia, na przykład smartfonu lub komputera (11%), a także płyty winylowe (2%) (CBOS, 2018: 2–3). Polacy w większości (86%) słuchają muzyki przede wszystkim w zaciszu domowym. Blisko jedna trzecia respondentów (30%) czyni to także podczas dojazdu do pracy lub szkoły, jedna piąta (20%) w pracy. Polacy doświadczają muzyki również na koncertach (8%) oraz imprezach okolicznościowych i przyjęciach (8%) (CBOS, 2018, s. 4–5).

W pierwszym okresie pandemii w większości państw zamknięto instytucje kultury, w tym sale koncertowe, kluby, teatry muzyczne, opery, filharmonie, dyskoteki. Odwołano koncerty plenerowe i festiwale, przez co słuchacze stracili możliwość bezpośredniego uczestniczenia we wszelkich wydarzeniach muzycznych, a artyści wykonywania muzyki na żywo. Zarówno jednym, jak i drugim nie pozostało nic innego, jak przenieść swoje aktywności do sieci. Nie było to nic nowego, bo muzyka w internecie doskonale funkcjonowała także przed pandemią, na przykład na platformach streamingowych (Nożyński i Parus-Jankowska, 2020). Istotniejsze jest to, że w czasie obowiązywania restrykcji pandemicznych istniała ona właściwie tylko w tej przestrzeni i pojawiły się na znacznie większą skalę zapośredniczone technologicznie dźwiękowe aktywności, zarówno po stronie twórców, jak i odbiorców, takie jak homerecording, amatorskie teledyski, domowe covery i wszelkie inne wykonania online, formuła one-man band, pandemiczne playlisty czy lockdown versions (Nożyński i Okólski, 2021). Jednak bardzo szybko zarówno muzykom, jak i słuchaczom taki sposób komunikacji i zapośredniczona medialnie muzyka przestały wystarczać. Technologia umożliwiająca nagrywanie i montowanie dźwięku oraz jego odtwarzanie z jednej strony okazała się w czasie pandemii zbawienna, z drugiej strony jej nadmiar i zakaz organizowania koncertów spowodowały, że

---

<sup>3</sup> W roku 2021 skala uczestnictwa Polaków w kulturze była większa niż w roku 2020, ale mniejsza niż w przedpandemicznym roku 2019. W 2021 roku więcej o 11% Polaków niż w 2020 wybrałoby się na koncert. Taką deklarację złożyło 25% badanych (CBOS, 2022).

ranga muzyki granej na żywo ponownie wzrosła, a forma taka stała się ważnym tematem rozmów i „obiektem pożądania” (Małanicz-Przybylska, 2020, s. 307).

Postęp technologiczny i zachodzące zmiany w sposobach doświadczania muzyki powodują, że jest ona coraz bardziej sprawą indywidualną – słuchamy muzyki, jakiej chcemy, kiedy chcemy, gdzie chcemy i jak chcemy. Wcześniej muzyka była bardzo silnie powiązana z życiem społecznym – z rytuałem, świętem, wspólną pracą (Nożyński, 2017). Czas pandemii, izolacja i domowe zamknięcie, zwróciły uwagę na znaczenie wspólnotowej funkcji muzyki (Małanicz-Przybylska, 2020, s. 310). Właśnie podczas doświadczania muzyki na żywo podczas koncertów, a przede wszystkim festiwalu, tworzą się wyobrażone wspólnoty, w których chodzi „o wspólnie podzielany sens i znaczenie muzycznych treści, muzyczną pamięć i tradycję, jak również komunikowanie emocji i uczuć” (Jabłońska, 2014, s. 37). Nie dziwi więc tęsknota słuchaczy, także tych w Polsce, za festiwalami i koncertami na żywo.

## FESTIWAL JAKO WYDARZENIE MUZYCZNE I CEL TURYSTYKI EVENTOWEJ

Festiwal definiowany jest jako kilkudniowa, zorganizowana impreza zawierająca cykl przedstawień teatralnych, pokazów filmowych, występów muzycznych itd., które są powiązane ze sobą tematycznie lub rodzajowo, ewentualnie reprezentujące konkretny nurt w sztuce lub będące przeglądem najlepszych prezentacji danego gatunku lub twórczości określonego artysty. Impreza taka przyjmuje formę przeglądu lub konkursu, najczęściej ma charakter cykliczny (Ratkowska, 2010, s. 31–32). Pierwsze imprezy posiadające wszystkie cechy festiwalu pojawiły się już w starożytnej Grecji w postaci świąt ku czci Dionizosa, tzw. Wielkich i Małych Dionizji. Festiwal wywodzi się z obrzędowych form rytualnych, zachowując przy tym pewne cechy wyróżniające święta, tzn. niezwykłość zdarzenia oraz krótkotrwałe i intensywne jego przeżywanie, przy czym dotyczy tylko nielicznej grupy ludzi (jego uczestników) i nie ma charakteru powszechnego radowania się. Festiwal ma także cechy karnawału jako wydarzenia wyjątkowego, krótkotrwałego i intensywnego czasu jego przeżywania, a także hierarchizacji i teatralizacji formy (Ratkowska, 2010, s. 32–34).

Współcześnie festiwale są obiektem tzw. turystyki festiwalowej (*festival tourism*)<sup>4</sup>, której głównym celem jest uczestnictwo w wydarzeniach o charakterze kulturalnym, w tym festiwalach filmowych, muzycznych, teatralnych, ulicznych, bądź udział w imprezach i spotkaniach połączonych z rozrywką, sportem oraz zabawą. Obecnie prawie w każdym większym mieście w Europie (ale także i poza nią) organizowane są takie wydarzenia, jak chociażby karnawał w Wenecji, Oktoberfest w Monachium czy festiwal filmowy w Cannes. Turystyka festiwalowa jest generatorem dochodów dla tych miejsc, dzięki zwiększaniu ruchu

---

<sup>4</sup> Turystyka festiwalowa (*festival tourism*) zaliczana jest do turystyki eventowej (*event tourism*), czyli turystyki, w której, zdaniem Donalda Getza – twórcy tego pojęcia, dla turystów ważny jest udział w eventach jako okazji do przeżycia doświadczenia społecznego, kulturalnego i rekreacyjnego, które wykracza poza ich codzienne doświadczenie. Turystyka eventowa została zaliczona przez Armina Mikosa von Rohrscheidta do kategorii turystyki kultury wysokiej i powszechnej turystyki kulturowej (Getz, 2008; Mikos von Rohrscheidt, 2008).

turystycznego i wydłużaniu sezonu turystycznego (Iwan, 2007, s. 64). Festiwale oczywiście wspierają promocję miasta czy regionu i kształtują jego wizerunek, a także służą integracji mieszkańców i rozwojowi lokalnej przedsiębiorczości (Baster, 2020). Trudno się zgodzić z niektórymi poglądami, że uczestnictwo w iwentie muzycznym nie powinno się wpisywać w kategorię szeroko pojętej turystyki, a osoby biorące w nim udział określać „turystą” *sensu stricto* (Piasecka, 2012, s. 51). Branie udziału w iwentach muzycznych, takich jak festiwale czy koncerty, jest oczywiście formą spędzania czasu wolnego, ale także szczególnym typem aktywności turystycznej, gdyż uczestnicy tych imprez korzystają z oferty turystycznej miejsc, do których przybywają. Ponadto wielu badaczy wymienia także jako jeden z powodów wyjazdów turystycznych potrzeby kulturalno-psychologiczno-edukacyjne, które zaspokajane są między innymi przez udział w festiwalach, koncertach czy przedstawieniach teatralnych i realizację osobistych zainteresowań, na przykład przez odwiedzanie miejsc interesujących pod względem kulturalnym czy przyrodniczym (Panasiuk, 2006, s. 48–49).

Najbardziej rozpoznawalna typologia festiwalu to ta opracowana przez Orosa Paleo i Wijnberga. Wyróżnili oni siedem cech, według których wydzielili typy festiwali muzyki popularnej. Były to:

- 1) charakter rywalizacji (konkursowe *versus* przeglądowe),
- 2) cel rynkowy (komercyjne *versus* typu *non profit*),
- 3) zakres odbiorców (mainstreamowe *versus* niszowe),
- 4) stopień instytucjonalizacji w zakresie dostawców i sponsorów (wysoki *versus* niski),
- 5) stopień innowacyjności (wysoko innowacyjny *versus* mainstreamowy),
- 6) zasięg przestrzenny (narodowy *versus* międzynarodowy),
- 7) format imprezy (jednogatunkowy *versus* wielogatunkowy, z uhierarchizowaną ważnością wykonawców *versus* bez takiego rankingowania wykonawców; *stricte* muzyczny *versus* łączący muzykę z innymi formami sztuki) (Orosa Paleo i Wijnberg, 2006).

Turystyka festiwalowa w Polsce rozwija się bardzo prężnie, a muzyczne festiwale organizowane są nie tylko w dużych aglomeracjach miejskich, ale także w mniejszych miejscowościach. Organizacja festiwali muzycznych w Polsce ma także wieloletnią tradycję. Po II wojnie światowej już w 1946 roku zorganizowano w Dusznikach-Zdroju Międzynarodowy Festiwal Chopinowski. W 1956 roku odbył się w Warszawie Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej „Warszawska Jesień”, a w Sopocie Festiwal Muzyki Jazzowej. Międzynarodowy Festiwal Piosenki w Sopocie odbył się po raz pierwszy w 1961 roku (od 1977 nosił on nazwę Międzynarodowego Festiwalu Interwizji i był konkurencją dla Festiwalu Eurowizji). W 1962 roku odbył się w Krakowie pierwszy Studencki Festiwal Piosenki, a w 1963 roku debiutował w Opolu Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej. W okresie PRL odbywały się także Festiwal Piosenki Żołnierskiej w Kołobrzegu (od 1967 roku) i Festiwal Piosenki Radzieckiej w Zielonej Górze (od 1965 roku). Warto zaznaczyć, że w szczególności festiwale w Opolu, Kołobrzegu i Zielonej Górze miały wyraźnie charakter propagandowy, gdyż od lat sześćdziesiątych XX wieku komunistyczne władze w Polsce traktowały kulturę popularną (w tym muzykę popularną) jako narzędzie wywierania wpływu na społeczeństwo i czynnik wychowawczo-ideologiczny (Parus-Jankowska, 2019). Jednym z najwyraźniejszych

przeciwieństw takiego traktowania muzyki popularnej był odbywający się od roku 1980 Festiwal Muzyki Rockowej w Jarocinie, który od samego początku istnienia wzbudzał zachwyt zgromadzonej tam publiczności, ale też obawy wśród władz Polski Ludowej (Karendał, 2014).

Prawdziwy wysyp festiwali muzycznych w Polsce rozpoczął się w latach dziewięćdziesiątych XX wieku i obecnie odbywają się cyklicznie setki zróżnicowanych pod kątem muzyczno-gatunkowym i tematycznym festiwali, na przykład muzyki elektronicznej, bluesowej, hip-hopowej, rockowej, metalowej, folkowej, chrześcijańskiej i wiele innych. Powstają liczne agencje eventowe zajmujące się dystrybucją biletów czy organizacją wyjazdów na tego typu wydarzenia w Polsce i na świecie. Jak pisze Bartek Chaciński, w XXI wieku Polska stała się „centrum festiwalowego szaleństwa”. W lecie 2021 roku pisano, że ponad 600 tysięcy osób przyjechało na najważniejsze polskie festiwale muzyczne i mniejsze tematyczne imprezy związane z muzyką elektroniczną, reggae, rap czy rockiem gotyckim. Sam Przystanek Woodstock (Pol’and’Rock Festival) przyciąga co roku około 400 tysięcy osób. Działająca w obszarze doradztwa i obmyślenia strategii w dziedzinie sportu i rozrywki agencja Havas Sports & Entertainment przyjrzała się 64-letniemu festiwalom odbywającym się w Europie, w tym czterem imprezom polskim (Przestanek Woodstock (Pol’and’Rock Festival), Open’er Festival, Off Festival, Coke Music Live Festival). Wszystkie cztery polskie przedsięwzięcia znalazły się w czołowej dwudziestce, konkurując z najstarszymi europejskimi markami. Natomiast biorąc pod uwagę stosunek jakości do ceny, można stwierdzić, że to badane polskie festiwale znalazły się wśród czołowej szóstki (Chaciński, 2021). Publiczność festiwalowa rośnie w całej Europie. W dużej mierze zapracowały na to imprezy w Polsce, ale także te organizowane we wschodniej i południowej Europie, jak w Serbii (*Exit Festival*), na Węgrzech (*Sziget Festival*), na Słowacji (*Pohoda Festival*) czy Czechach (*Colours of Ostrava Festival*). Festiwale oferują miłośnikom muzyki bowiem coś, co ma rosnącą wartość w czasach, gdy w internecie muzyka się dematerializuje i staje się ogólnodostępna – doświadczenie wspólnotowości – doświadczenie fizycznego kontaktu z innymi ludźmi i bezpośredniego kontaktu z ulubionymi wykonawcami. Szczególnie cenne i pożądane stało się to doświadczenie w okresie po izolacji związanej z pandemią.

## FESTIWAL JAKO ZJAWISKO SPOŁECZNO-KULTUROWE

Już w latach sześćdziesiątych XX wieku wybitny amerykański etnomuzykolog Alan Parkhurst Merriam pisał o wyjątkowym znaczeniu muzyki, zarówno dla pojedynczego człowieka, jak i dla społeczeństwa jako całości. Wśród wielu funkcji muzyki wymienił jej funkcję rozrywkową, ale także dostarczania emocjonalnej ekspresji, estetycznej przyjemności i fizycznej reakcji organizmu. Stwierdził ponadto, że pełni ona niebagatelną rolę w procesach komunikacyjnych, stanowi symboliczną reprezentację myśli i idei, wzmacnia obowiązujące normy społeczne i utwierdza społeczne instytucje. Muzyka zapewnia kontynuację kultury oraz przyczynia się do integracji społecznej (Merriam, 1964). Tia DeNora podkreślała natomiast:

[...] muzyka służy jako medium, przez które, z użyciem którego i wbrew któremu konstruowane są uczucia, percepcja, uwaga, świadomość, działania i praktyki cielesne. Czasami aktorzy społeczni

mogą angażować się w ten proces z rozwagą, wiedząc z przeszłych doświadczeń, jak określona muzyka na nich działa. Innym razem muzyka może ich bezwiednie angażować. Z tych powodów pytanie, w jaki sposób muzyka jest rozpowszechniana, staje się nieodzownym elementem rozważań nad kontrolą społeczną, problematyką konstituowania się obywatelskości i potencjału ludzkiego oraz możliwości wzbudzania pragnień i pożądań (cyt. za: Pęczak, 2017, s. 44).

Christopher Small, autor szeregu prac z zakresu etnomuzykologii i socjologii muzyki, twórca pojęcia muzykowanie (*musicking*), uważał natomiast, że muzykę należy raczej traktować jako proces niż przedmiot (Small, 1999). Twierdził, że potencjał muzyki leży nie tyle w jej dźwiękach, ile w uczestnictwie w niej, w społecznych działaniach. Słowo „muzyka” powinno zatem być raczej czasownikiem (*to music*), który oznacza uczestniczenie w muzycznym wydarzeniu, przez wykonanie lub słuchanie muzyki, ale także tańczenie do niej lub nawet organizowanie samego muzycznego iwentu. Znaczenie *to music* objawia się w relacjach, jakie tworzą się między uczestnikami muzycznego wydarzenia. Muzyka, jak pisałam wcześniej, przyczynia się do integracji społecznej, jest procesem jednoczącym ludzi ze sobą i ze światem. Jest formą komunikacji i sposobem przekazywania myśli i idei. Wśród najistotniejszych idei i wartości doświadczanych dzięki muzyce znajdują się te związane z poczuciem wspólnoty, bliskości i solidarności, czyli tym, za czym w czasie izolacji w pandemii najbardziej tęskniono (Małanicz-Przybylska, 2020, s. 316).

Takie doświadczenie muzyki jest możliwe tylko na żywo podczas koncertu – lub jeszcze lepiej – podczas trwającego kilka dni festiwalu – święta muzyki. Roger Caillois, francuski antropolog i filozof, jeszcze w pierwszej połowie ubiegłego stulecia stworzył oryginalną „teorię święta”, która odpowiada temu, co dzieje się podczas festiwali. Święto, jakim jest poniekąd festiwal, Caillois definiował jako „zbiorową euforię i uniesienie” oraz „paroksyzm oczyszczający i zarazem odnawiający społeczeństwo”. Codziennosc od święta odróżnia kilka opozycji: rutyna/gorączkowość, mdła ciągłość/wybuchowość, powtarzalność zajęć i trosk/frenetyczne uniesienie, rozproszenie społeczeństwa/skupienie społeczeństwa. W czasie święta „normalne” reguły ulegają zawieszeniu, a normą stają się naruszenia zwykłego porządku. Święto „wiąże się ze zbiegowiskiem ożywionym i hałaśliwym”, jego uczestnikom udziela się uczucie uniesienia, wyrażane przez spontaniczne krzyki, gesty, odruchy (Kuligowski, 2016, s. 65–67). Charakteryzuje się poczuciem wyjątkowości, niezwykłości, a nawet odświętności zdarzenia – zarówno od strony organizatorów, osób uczestniczących w jego realizacji oraz najwierniejszej publiczności. Wszystko to ma miejsce w przypadku wydarzenia muzycznego, jakim jest festiwal, i nietrudno podczas niego odnaleźć trafność uwag Johana Huizingi na temat *homo ludens* – człowieka, u podstaw którego działań znajduje się zabawa, gra i współzawodnictwo (Huizinga, 2007).

Tomasz Szlendak zauważył już wiele lat temu, że w Polsce, która posiada rozwinięty rynek kulturalny, zaczyna obowiązywać „wielozmysłowa kultura iwentu”. Polski socjolog zwraca uwagę, że od wydarzeń kulturalnych wymaga się obecnie o wiele więcej niż wcześniej, na przykład muzykę doświadczą się chętniej nie tyle na poświęconym wyłącznie jej koncercie, co na wydarzeniu łączącym muzykę z innymi formami sztuki czy innymi aktywnościami. Współczesny człowiek przyzwyczajony do środowiska konsumpcyjnych „miejsc zmysłowych”, w których różne czynniki działają na wiele zmysłów jednocześnie, jak na przykład

dzieje się to w galeriach handlowych, tego samego oczekuje od wydarzeń kulturalnych i instytucji kultury. Aktywność kulturalna jest obecnie wielozmysłowa, a jednostki udzielają się kulturalnie najchętniej, kiedy czeka na nich wiele atrakcji i wrażeń zmysłowych w jednym miejscu i w jednym, możliwie krótkim czasie. Dlatego w kinach czy teatrach znajdujemy kawiarnie i galerie sztuki, a w muzeach nierzadko odbywają się wykłady czy wspólne, integracyjne wydarzenia. Najbardziej wyrazistym przykładem „wielozmysłowej kultury iwentu” są letnie, kilkudniowe festiwale muzyczne, gdzie odbiór muzyki to tylko jedna, niekoniecznie uprzywilejowana, czynność, której oddają się jej uczestnicy (Szlendak, 2010, s. 80–81).

## UWAGI KOŃCOWE

Pandemia zmieniła wiele obszarów życia społecznego, w tym także sposoby spędzania wolnego czasu. Uświadomiła, że obcowanie z zapośredniczoną technologicznie muzyką jest dla słuchaczy (i wykonawców) niewystarczające. Jedną z największych tęsknot w czasie pandemii była chęć uczestnictwa w wydarzeniu muzycznym na żywo – koncercie lub festiwalu. Festiwal jest bowiem przykładem „wielozmysłowej kultury iwentu” i rodzajem święta, w którym muzyka odgrywa ważne społeczne funkcje – integracji społecznej i budowania poczucia wspólnoty, czyli tego, czego Polakom w pandemii najbardziej brakowało. Badania nad festiwalami po okresie pandemii pokażą, jakie (i czy w ogóle) zmiany zaszły w ich organizacji i podejściu do nich ich uczestników<sup>5</sup>. Jedno jest pewne, tęskniono za nimi.

## BIBLIOGRAFIA

- Agamennone, M., Palma, D., Sarno, G. (eds.). (2022). *Sounds of the Pandemic. Accounts, Experiences, Perspectives in Times of COVID-19*. London: Routledge.
- CBOS. (2018). Komunikat z badań nr 102/2018: Słuchanie muzyki. Warszawa: CBOS.
- CBOS. (2022). Komunikat z badań nr 17/2022: Aktywności i doświadczenia Polaków w 2021. Warszawa: CBOS.
- Baster, D. (2020). Festiwale jako atrakcja turystyczna oraz czynnik rozwoju turystyki i lokalnej przedsiębiorczości na przykładzie Pol’and’Rock Festival w Kostrzynie nad Odrą. *Studia Geographica*, 15, 118–137.
- Chaciński, B. (2021). Festiwale muzyczne: Polskie znaczy najlepsze. *Polityka*, 32, 66.
- Drozdowski, R., Frąckowiak, M., Krajewski, M., Kubacka, M., Luczys, P., Modrzyk, A., Rogowski, Ł., Rura, P., Stamm, A. (2020). *Życie codzienne w czasach pandemii*. Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 3, 403–428.

---

<sup>5</sup> Takie badania przeprowadza między innymi zespół badaczy z Instytutu Antropologii i Etnologii UAM kierowany przez prof. Waldemara Kuligowskiego.



- Huizinga, J. (2007). *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Iwan, B. (2017). *Rozwój turystyki eventowej w Polsce*. Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja, 1, 55–72.
- Jabłońska, B. (2014). *Socjologia muzyki*. Warszawa: Scholar.
- Jabłońska, B. (2022). O muzyce w czasach pandemii: Socjologiczna interpretacja zmiany praktyk muzycznych na poziomie wykonawczym i odbiorczym. *Załącznik Kulturoznawczy*, 9, 591–612.
- Karendał, P. (2014). Festiwal w Jarocinie w dobie PRL-u – historia, znaczenie, funkcje. *Kultura Popularna*, 2 (40), 45–55.
- Kuligowski, W. (2016). Oszołomienie i eksces. Festiwale muzyczne jako święto. W: M. Pranke, P. Tański, J. Osiński (red.), *Kultura rocka 2. Słowo – dźwięk – performance* (s. 63–79). Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Małanich-Przybylska, M. (2020). Muzyczne rytuały w czasach zarazy. *Lud*, 104, 299–319.
- Merriam, A.P. (1964). *The Anthropology of Music*. Evenston: Northwestern University Press.
- NCK. (2020). Gotowość do podjęcia aktywności kulturalnej po zniesieniu ograniczeń epidemicznych. Komunikat z badania Narodowego Centrum Kultury. Warszawa: NCK.
- Nożyński, S. (2017). Muzyka na żądanie – transformacje w obszarze kultury audialnej. *Kultura Współczesna*, 3, 99–109.
- Nożyński, S., Okólski, M. (2021). Kultura w czasie pandemii. Rekonesans dotyczący pierwszych miesięcy funkcjonowania technologicznie zapośredniczonej muzyki w warunkach izolacji. *Studia de Cultura*, 4, 63–79.
- Nożyński, S., Parus-Jankowska, M. (2020). Preferencje muzyczne w dobie popularności strumieniowego słuchania muzyki. *Studia Humanistyczne AGH*, 1, 71–83.
- Orosa Paleo, I., Wijnberg, N. (2006). Popular music festivals and classification: A typology of festivals and an inquiry into their role in the formation of musical genres. *International Journal of Arts Management*, 8(2), 50–61.
- Panasiuk, A. (red.). (2006). *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Parus-Jankowska, M. (2019). Polish Music Festivals as a Tool of Socialist Propaganda. W: J. Blüml, Y. Kajanová, R. Ritter (ed.), *Popular Music in Communist and Postcommunist Europe* (s. 125–133). Berlin: Peter Lang.
- Pęczak, M. (2017). Od odświętności do codzienności – muzyka jako audiosfera współczesnego świata. *Kultura Współczesna*, 3, 36–44.
- Piasecka, E. (2012). Uczestnictwo w muzycznych wydarzeniach kulturalnych – forma turystyki czy tylko sposób spędzania czasu wolnego? *Turystyka Kulturowa*, 2, 41–52.
- Ratkowska, P. (2010). O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze. *Turystyka Kulturowa*, 6, 26–46.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2008). *Turystyka kulturowa. Fenomen. Potencjał. Perspektywy*. Gniezno: Wydawnictwo GWSHM Milenium.
- Small, Ch. (1999). Musicking – the meanings of performing and listening. A lecture. *Music Education Research*, 1, 9–22.
- Szlendak, T. (2010). Wielozmysłowa kultura iwentu. Skąd się wzięła, czym się objawia i jak w jej ramach oceniać dobra kultury. *Kultura Współczesna*, 4, 80–97.

A FEW COMMENTS ON THE PANDEMIC LONGING OF POLES FOR FESTIVAL TOURISM

The COVID-19 pandemic has significantly changed the way people spend their leisure time, including the pattern they listen to music – one of the most common leisure activities of Poles. In the early days of the pandemic, cultural institutions, among others the musical ones, were closed and outdoor concerts and festivals were cancelled, so that spectators lost the opportunity to participate in any musical events and artists to perform live music. There was nothing left but to transfer those activities to the Internet. However, it quickly turned out that such contact with music was insufficient for listeners and performers. According to research, one of the greatest longings during the pandemic was the desire to participate in a live music event – a gig or a festival. The article presents a festival as an example of the culture multi-sensory event, a kind of celebration in which music plays important social functions of social integration and building a sense of community which is what Poles missed most during the pandemic.

Keywords: COVID-19 pandemic, musicking, multi-sensory culture of the event, festival, festival tourism

Zgłoszenie artykułu: 17.03.2023

Recenzje: 23.04.2023

Akceptacja: 7.05.2023

Publikacja online: 30.06.2023