Mitologia współczesna: mechanizmy sensu i praktyki kultury

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Artykuł stanowi głęboką analizę koncepcji Marcina Napiórkowskiego przedstawionej w książce „Mitologia współczesna”. Autor odrzuca tradycyjne postrzeganie mitu jako bajki czy fałszu, definiując go jako niezbędny „system operacyjny kultury”. Tekst wyjaśnia, w jaki sposób mechanizmy sensotwórcze pozwalają nam porządkować otaczającą rzeczywistość i zaspokajać głód egzystencjalny w obliczu chaosu. Omówione zostają praktyczne przejawy mitu w życiu społecznym, od rytuałów po skandale medialne, które pełnią funkcję scenariuszy działań zbiorowych. Kluczowym elementem jest rozróżnienie między weryfikacją faktów a ontologiczną mocą mitu, który potrafi kreować nową rzeczywistość tam, gdzie brakuje pewności poznawczej. To spojrzenie na kulturę jako technologię sensu, gdzie bricolage symboliczny i sieci znaczeń budują fundamenty naszego codziennego funkcjonowania i tożsamości.

This article provides an in-depth analysis of Marcin Napiórkowski's concept presented in his book "Contemporary Mythology." The author rejects the traditional perception of myth as fable or falsehood, defining it as an essential "operating system of culture." The text explains how meaning-making mechanisms allow us to organize our surrounding reality and satisfy our existential hunger in the face of chaos. It discusses the practical manifestations of myth in social life, from rituals to media scandals, which serve as scenarios for collective action. A key element is the distinction between fact-checking and the ontological power of myth, which can create new realities where cognitive certainty is lacking. This approach views culture as a technology of meaning, where symbolic bricolage and networks of meaning build the foundations of our everyday functioning and identity.

W książce Mitologia współczesna Marcin Napiórkowski przeprowadza demontaż potocznego rozumienia mitu, wyrywając go siłą z ciasnych ram szkolnych definicji. Mit nie jest tu ani antycznym gatunkiem literackim, ani naiwnym zmyśleniem, ani tym bardziej „fake newsem”, który wystarczy zdemaskować. Przeciwnie, okazuje się on fundamentalną, niezbywalną strukturą

sensu, swoistym systemem operacyjnym, który w ogóle umożliwia nam zamieszkiwanie świata i jego kulturowe przetwarzanie. Mit jawi się zatem jako pierwotna praktyka nadawania sensu, forma, w której człowiek zaspokaja swój egzystencjalny głód. To nie tyle opowieść o herosach, ile narzędzie do porządkowania rzeczywistości, sposób na symboliczne oswojenie tego, co nieznane, chaotyczne i nieprzejrzyste. Napiórkowski rzuca prowokacyjną tezę, że „człowiek nawet trzech sekund nie przeżyje bez sensu", a mit jest właśnie odpowiedzią na tę potrzebę. Nie jest więc bajką, od której można się zdystansować, lecz formą życia – codzienną „praktyką nadawania znaczenia". Napiórkowski wytrąca nas z poznawczego komfortu, stanowczo odrzucając redukowanie mitu do pytania „czy to prawda? ". Mit nie operuje w kategoriach prawdy i fałszu w sensie epistemologicznym; jego walutą jest skuteczność. Działa, ponieważ spełnia określoną funkcję: wyjaśnia świat, porządkuje chaos i nadaje życiu kierunek, niezależnie od zgodności z faktami. Co więcej, w warunkach poznawczej pustki to właśnie mit sam tworzy „fakty", by w ogóle było co interpretować i wokół czego organizować zbiorowe działanie.

SŁOWA KLUCZOWE

Marcin Napiórkowski | Mitologia współczesna | mechanizm sensotwórczy | system operacyjny kultury | bricolage symboliczny | praktyka nadawania znaczenia | skuteczność kulturowa | struktura sensu | myślenie mityczne | oswajanie chaosu | technologia kultury | sieci znaczeń | ontologia mitu | skandal medialny | praktyki reorientacji

Mit: maszyna do produkcji sensu i porządkowania świata

sekwentnie sprzeciwia się również stawianiu znaku równości między mitem a nieracjonalnością. Zamiast prostej opozycji, widzi w nich dwa równoległe, uzupełniające się języki opisu świata. Racjonalność to język precyzji i weryfikowalnych danych, mit zaś pozostaje językiem sensu i tożsamości. Paradoksalnie, im bardziej złożony i nieprzejrzysty staje się świat, tym silniejszy staje się impuls do budowania mitologii. Wobec systemów, technologii czy instytucji, których nie rozumiemy, powracamy do opowieści, które pozwalają nam „jakoś to wszystko pojąć".

Nie chodzi przy tym o konkretne narracje w stylu opowieści o Prometeuszu, lecz o wzorce postępowania i formy działania, które organizują naszą codzienność. Mit spełnia się w praktyce, jest „właściwym sposobem

reagowania” na rzeczywistość. Jak okulary, przez które patrzymy na świat, mit nie jest czymś, co się kontempluje – to coś, przez co się widzi i w co się wciela swoje przekonania. To nie tylko historia, którą opowiadamy, ale przede wszystkim scenariusz, który odgrywamy, wierząc, że jest on słuszny i naturalny.

W tym ujęciu mit to struktura sensu działająca w warunkach niepewności, system wierzeń organizujący życie, narzędzie do wypełniania luk poznawczych i emocjonalnych. Dlatego w epoce nauki nie umiera, lecz zręcznie zmienia kształt, kolonizując nowe terytoria: politykę, reklamę, media społecznościowe czy rynek. Współczesne mity rzadziej opowiadają o bogach, a znacznie częściej o „nas samych” – naszej tożsamości, lękach i aspiracjach. I właśnie dlatego są tak diabelnie skuteczne.

Mit: skuteczność działania zamiast prawdy i fałszu

Myślenie mityczne nie jest ani dziecięcą fantazją, ani niedorozwiniętą formą rozumu; to nie błąd poznawczy ani zakurzony ornament przeszłości. To trwała i potężna maszyneria nadawania sensu rzeczywistości, praktyka tak głęboko w nas zakorzeniona, że najczęściej pozostaje niewidoczna. Działa niczym okulary, przez które patrzymy na świat – mit nie jest czymś, co się kontempluje, lecz czymś, przez co się widzi. Nie jest więc zewnętrzną opowieścią, którą można odłożyć na półkę. W gruncie rzeczy to my jesteśmy mitem.

W książce Mitologia współczesna Marcin Napiórkowski przekonująco ukazuje mit nie jako relikt, lecz jako aktywny mechanizm kulturowy. Działa on dziś z tą samą mocą, co w czasach Homera, choć posługuje się zupełnie innym repertuarem symboli. Myślenie mityczne nie jest bowiem zbiorem gotowych treści, lecz specyficznym sposobem działania. To swoisty bricolage, czyli majsterkowanie symbolicznym złomem rzeczywistości, z którego każdy z nas nieustannie składa sobie świat w spójną, sensowną całość.

Pytanie o to, czy dana opowieść jest prawdziwa, staje się w tym kontekście drugorzędne. Mit nie potrzebuje zgodności z faktami, by działać z pełną mocą. Prawda i fałsz to kategorie epistemologiczne, dotyczące naszej wiedzy o świecie. Mit natomiast należy do porządku ontologicznego, czyli tego, co jest, oraz aksjologicznego, czyli tego, co wartościowe. Właśnie dlatego może on żyć i mieć się świetnie, nawet jeśli dawno został „zdemaskowany” – jego funkcja nie polega na informowaniu, lecz na organizowaniu. Odkrycie fałszu jest więc zaledwie początkiem pracy badawczej, nie jej końcem. Dopiero gdy zrozumiemy, dlaczego i jak dana opowieść działa, dotykamy jej mitologicznego rdzenia.

Myślenie mityczne: fundament współczesnej racjonalności

Nie musimy wierzyć w Zeusa, by żyć w mitologii. Wystarczy, że, jak wszyscy, oddychamy sensami, których nasz układ nerwowy, język i wspólnota potrzebują bardziej niż tlenu. W ujęciu Marcina Napiórkowskiego mit nie jest ani antycznym gatunkiem literackim, ani pospolitą „nieprawdą", którą wystarczy zdementować. Jest fundamentalnym mechanizmem sensotwórczym, główną technologią kultury do oswajania złożoności, która umożliwia nam zamieszkiwanie świata. Lapidarna teza, że „człowiek nawet trzech sekund nie przeżyje bez sensu", mogłaby służyć za motto całej nowoczesnej antropologii i kognitywistyki, które zamiast stawiać „mit" i „rozum" w przeciwnych narożnikach, badają ich nierozerwalne sprzężenie zwrotne.

Aby to uporządkować, od razu wyostrzę trzy kluczowe punkty. Po pierwsze, mitu w tym rozumieniu nie da się oceniać w kategoriach prawdy i fałszu, lecz wyłącznie skuteczności: działa, jeśli organizuje nasze doświadczenie, wyznacza codzienne praktyki i umożliwia społeczną koordynację. Po drugie, myślenie mityczne nie jest konkurentem dla racjonalności; to jej niezbędny towarzysz, język norm i wartości, który nadaje kierunek suchym faktom. Po trzecie, współczesność bynajmniej nie osuszyła źródeł mitu – przeciwnie, rozszerzyła jego terytorium, które dziś obejmuje wszystko: od reklamy i polityki, przez media i rynki finansowe, aż po technologie i nasze tożsamości.

Dla jasności: kiedy mówię „mit", nie mam na myśli zmyślenia, lecz strukturę i praktykę nadawania sensu. Kiedy mówię „myślenie mityczne", chodzi o społeczno-kulturowy proces, który spina fakty, wartości i działania w rozpoznawalne schematy – opowieści, rytuały, normy. A kiedy mówię „racjonalność", nie chodzi o zimną eliminację opowieści, lecz o dyscyplinę uzasadniania, która sama potrzebuje ram znaczeniowych. To rozróżnienie na epistemologię, czyli dyscyplinę pytającą o prawdę i fałsz, oraz ontologię i aksjologię, które ustawiają świat i jego wartości, pozwala zrozumieć, dlaczego mit potrafi żyć dalej nawet po demaskacji.

Interpretatywna antropologia Clifforda Geertza uczyniła z „sieci znaczeń" klucz do rozumienia kultury. „Człowiek jest zwierzęciem zawieszonym w sieciach znaczeń, które sam utkał" – pisał, podkreślając, że opis kultury jest zawsze „gęsty", bo dotyczy właśnie znaczeń, a nie tylko obserwowalnych zachowań. W tym ujęciu mit nie jest epizodem z przeszłości, lecz nieustanną funkcją tkania i podtrzymywania tych sieci tu i teraz. Roland Barthes, twórca współczesnej semiologii, definiował mit jako „wtórny system semiologiczny": to znaki, którym nadpisano dodatkowe, kulturowe znaczenia, przez co zaczynają działać jako coś oczywistego i naturalnego. Mircea Eliade z kolei klasycznie ujmował mit jako opowieść o tym, „co się naprawdę zdarzyło" u początków – świętą historię, która ustanawia wzór i sens. W nowoczesności świętość nie znika, lecz migruje: w bohaterów sportu, logo korporacji, ideę narodu czy fetysz „innowacji". Funkcja pozostaje ta sama: mit porządkuje świat i sankcjonuje to, co uznajemy za właściwe.

Najmocniejsza intuicja Napiórkowskiego polega na uwolnieniu mitu z kleszczy jałowego sporu „czy to prawda?”. Mit nie tyle opisuje rzeczywistość, ile ustanawia pole do działania: uzgadnia, co w ogóle liczymy jako fakt, jaki porządek odczuwamy jako normalny i co zasługuje na naszą uwagę.

Bricolage: montaż sensu z kulturowych odpadków

Claude Lévi-Strauss zauważał, że mit jest „mową” operującą na wyższym poziomie – niby w języku, ale już ponad nim. Myślenie mityczne porównał do bricolage’u, czyli swoistego majsterkowania symbolicznym złomem rzeczywistości. Bricoleur, majsterkowicz sensu, nie jest inżynierem projektującym od zera; on składa, łączy i nadaje nowe funkcje temu, co ma pod ręką. Współczesne mity nie muszą więc niczego wymyślać. Korzystają z resztek – memów, sloganów, viralowych obrazów – i sklejają je w układy, które po prostu „działają”.

„Mit jest mową” – pisał Lévi-Strauss – lecz taką, w której znaczenie odrywa się od swojej językowej kotwicy i zaczyna krążyć, tworząc konfiguracje nieprzekładalne na czystą informację. To właśnie tłumaczy zdumiewającą żywotność opowieści, które rozprzestrzeniają się nawet wbrew faktom. Ich budulcem nie są bowiem pojedyncze zdania, ale gotowe moduły sensu, których używamy z nonszalancją majsterkowicza sięgającego po śrubki i kawałki desek. Liczy się tylko to, czy pasują do nowej całości.

Semantyka, syntaktyka i pragmatyka: triada analizy mitu

Dla jasności wywodu będę się trzymał trzech poziomów analizy. Po pierwsze, semantyka mitu, czyli warstwa znaczenia, nasyca świat wartościami: przypisuje role ofiar i oprawców, kreśli granice między swoimi a obcymi. Po drugie, syntaktyka, poziom struktury, układa te naładowane moralnie elementy w rozpoznawalne wzory fabularne. Wreszcie pragmatyka, poziom działania, odpowiada na kluczowe pytanie: co mit każe nam robić? Ten analityczny trójkąt pozwala odróżnić prawdę informacyjną od znacznie potężniejszej skuteczności kulturowej.

Skandal: rytuał odnawiający granice wspólnoty

Zacznijmy od skandalu. Pewne nagranie z udziałem pary nastolatków raz zgorszyło Opole, innym razem Stalową Wolę, chociaż było przecież tym samym wideo. W tym czasie zdążyło wywołać oburzenie w Dębicy, Krośnie i Radomiu – wszędzie tam, gdzie ktoś „rozpoznał” znajome ściany, twarze lub szkolne toalety. To jednak nie konkretne wydarzenie krążyło między miastami. To mit obiegał zbiorową wyobraźnię, szukając miejsc, w których mógłby się zagnieździć. I zawsze je znajdował.

To nie jest przypadek. Rdzeń tej opowieści, samo nagranie, pozostaje niezmienny, lecz towarzyszący mu kontekst za każdym razem ulega metamorfozie. Zmieniają się bohaterowie, lokalizacja i emocjonalna temperatura przekazu, ale fabularny szkielet pozostaje ten sam, niczym w klasycznym micie, gdzie treść jest wieczna, a tylko aktorzy przychodzą i odchodzą. Skandal, jak pokazuje Napiórkowski, nie tyle opisuje rzeczywistość, ile powołuje ją do istnienia. Nie jest wydarzeniem, które nas zaskakuje, lecz rytuałem, który domaga się naszego uczestnictwa. I świadków. I osądu.

Skoro mowa o świadkach, warto przyjrzeć się samemu spojrzeniu. W skandalu nie chodzi bowiem tylko o to, co oglądamy, ale o to, jak i dlaczego to robimy. Podglądacz, jak dowodzi Napiórkowski, nawiązując do Hegla, nigdy nie jest niewinny. Jego spojrzenie to akt władzy, symbolicznego podboju, często zakamuflowanego pod pretekstem moralnej troski. Gorszymy się, ponieważ chcemy się gorszyć. Potrzebujemy skandalu, by na tle „tamtych” – skażonych, występnych, obcych – zbudować mit własnej przyzwoitości. Spojrzenie karmi się iluzją cnoty, ale jest przecież kulturowym narzędziem. Patrzenie staje się aktem oskarżenia. Ale i aktem kreacji.

Fake newsy: mityczne wehikuły sensu w sieci

W epoce, w której świat ma więcej kamer niż sumień, a prawda częściej przywdziewa kostium clickbaitu niż stąpa w sandałach Sokratesa, fake news przestaje być zwykłym kłamstwem. Staje się nowym mitem – sensotwórczą maszynerią, która rządzi nie siłą faktów, lecz intensywnością wywoływanych reakcji. Marcin Napiórkowski w Mitologii współczesnej nie pozwala traktować tych zjawisk z pobłażliwym dystansem. Zamiast tego zmusza nas, byśmy spojrzeli – tym razem świadomie – na mechanizmy własnego spojrzenia.

Weźmy pierwszy z brzegu skandal. Nagranie z udziałem pary nastolatków, które raz zgorszyło Opole, innym razem Stalową Wolę, choć było przecież tym samym materiałem wideo. W tym czasie zdążyło wywołać oburzenie w Dębicy, Krośnie i Radomiu – wszędzie tam, gdzie „rozpoznano” znajome ściany, twarze czy szkolne toalety. To nie konkretne wydarzenie podróżowało między miastami. To sam mit obiegał horyzonty poznawcze, szukając miejsc, w których mógłby się zadomowić. I za każdym razem je znajdował.

To nie przypadek. Rdzeń tej opowieści, samo nagranie, pozostawał niezmienny, lecz towarzyszący mu kontekst za każdym razem ulegał metamorfozie. Zmieniali się bohaterowie, lokalizacja i emocjonalna temperatura przekazu, ale fabuła pozostawała ta sama. Jak w klasycznym micie, gdzie treść jest wieczna, a zmieniają się tylko aktorzy. Skandal, jak pokazuje Napiórkowski, nie tyle opisuje rzeczywistość, ile ją aktywnie powołuje do istnienia. To nie wydarzenie, które zaskakuje, ale rytuał, który domaga się uczestnictwa. I świadków. I sądu.

Skoro mowa o świadkach, przyjrzyjmy się spojrzeniu. W skandalu nie chodzi tylko o to, co oglądamy, ale jak i dlaczego to robimy. Podglądacz, jak dowodzi Napiórkowski, nawiązując do Hegla, nigdy nie jest niewinny. Jego spojrzenie to akt władzy, podboju, często zakamuflowany pod pretekstem moralnej troski. Gorszymy się, bo chcemy się gorszyć. Potrzebujemy skandalu, by na tle „tamtych" – skażonych, występnych, obcych – zbudować mit własnej przyzwoitości. Jak okulary, przez które patrzymy na świat, mit nie jest czymś, co się kontempluje – to coś, przez co się widzi. Patrzenie staje się więc aktem oskarżenia. Ale i potężnym aktem kreacji.

Media w tej mitotwórczej grze są kimś więcej niż przekaźnikiem. Są architektami. „Dziecko ze słoneczka" – niewinna fraza, która przekształca się w wielopoziomowy mit, gdzie domniemana krzywda, absurd i oburzenie są nie tylko przedstawione, ale i wytworzone przez samą opowieść. W tej grze nie chodzi bowiem o twardy fakt, lecz o wszechogarniające pocie faktu. Fake news nie musi być kłamstwem, wystarczy, że pasuje do kulturowej potrzeby sensu. A gdy pasuje zbyt dobrze, staje się świętością. Urojeniową, ale jednak świętością.

Mity kulinarne: pokarm jako bariera przed obcym

Wkraczamy na terytorium, które Marcin Napiórkowski określa mianem „kulturowych praktyk reorientacji", czyli subtelnego, lecz wszechobecnego procesu nadawania sensu światu, który nieustannie nas dezorientuje. Właśnie dlatego mity o psach w chińskich barach i kebabach z padliny są tak uporczywie żywe. Nie dlatego, że ktokolwiek poważnie wierzy w smażone labradory, lecz dlatego, że rozpaczliwie potrzebujemy opowieści, by wyznaczyć granicę, gdzie kończy się bezpieczne „my", a zaczyna niepokojące „oni".

Opowieść o „obcym trucicielu" nie dotyczy bowiem kebabu, lecz globalizacji. Nie chodzi o zatrute mięso, ale o zatrute zaufanie do świata, który stał się zbyt skomplikowany. Lęk przed innością, tak trudny do nazwania, zostaje zgrabnie przeniesiony na talerz. Egzotyczne staje się podejrzane nie dlatego, że coś o nim wiemy, ale właśnie dlatego, że nie wiemy nic. Nieznane boli znacznie dotkliwiej niż złamany ząb na zbyt twardym falafelu. Mit nie tyle tłumaczy rzeczywistość, ile ją uspokaja, pozwalając działać i zachować bezcenną iluzję sprawczości.

Wielka Praca: mit raju utraconego w biurze

W świecie, który czas przelicza na jednostki produktywności, a odpoczynek postrzega jako techniczną przerwę w eksploatacji organizmu, Marcin Napiórkowski przypomina o czymś fundamentalnym. Praca i relaks to nie tylko kategorie społeczne, ekonomiczne czy psychologiczne. To przede wszystkim kategorie

mityczne. To wciąż na nowo odgrywana opowieść o utraconym raju i wiecznej próbie powrotu do początku – historia, którą opowiadamy sobie bezwiednie, rytualnie, z mieszaniną tęsknoty i znużenia.

U samych podstaw tej narracji leży mit o pierwotnej harmonii, model przedindustrialny, w którym praca nie była jeszcze formą zniewolenia, a odpoczynek nie stanowił ucieczki. Człowiek żył w rytmie ziemi, a nie zegara. Praca była czynnością niemal sakralną, przymierzem zawartym z przyrodą, które nie oddzielało człowieka od samego siebie, lecz przeciwnie – definiowało jego tożsamość. Rzemieślnik nie pracował, by przeżyć; pracował, by być. Tworzył, bo w akcie tworzenia odnajdywał sens; jego warsztat był świątynią, a narzędzia relikwiami. Nikt nie stawiał muru między dniem roboczym a świętem – wszystko było jednym, spójnym tańcem w rytmie natury.

Ta jedność została brutalnie przerwana. Industrializacja, niczym biblijny grzech pierworodny, rozdzieliła to, co było organicznie zrośnięte. Czas pracy zamknięto w zimnej, wyizolowanej przestrzeni fabryki, a sama praca przestała być rytuałem, stając się procedurą. Nie czyniła już człowieka mistrzem, lecz trybikiem w maszynie. Alienacja, o której pisał Marks, przestała być tylko kwestią własności środków produkcji; stała się głęboką utratą sensu. Człowiek przestał być całością, a został zredukowany do funkcji.

W konsekwencji odpoczynek, oderwany od sacrum i wspólnoty, stał się czasem pustym. Nie świętem, lecz rozrywką. Nie wytchnieniem, lecz ucieczką. Czas wolny nie domaga się dziś celebracji, lecz wypełnienia, a jego najczęstszym uzasadnieniem staje się konsumpcja, która jedynie podszywa się pod radość. Wewnętrzną pustkę próbuje się zabić nadmiarem bodźców, nie rozumiejąc, że jej źródłem jest właśnie owo rozdzielenie sensu od działania.

W tej kulturowej próżni rodzi się nowy mit – mit „Wielkiej Pracy", będący echem tęsknoty za utraconą jednością. Nie chodzi już o powrót do ziemi czy warsztatu, lecz o znalezienie takiej formy aktywności, która znów połączy pracę z przyjemnością, sens z działaniem, a zarabianie z samorealizacją. Kampanie w stylu „Najlepsza praca na świecie", choć wpisane w logikę marketingu, pełnią funkcję współczesnego rytuału. Oferują obietnicę, że można pracować, nie pracując; że można być sobą, nie rezygnując z zarabiania. Filmy aplikacyjne uczestników tych konkursów to nie dokumenty, lecz mityczne narracje inicjacyjne, zacierające granicę między pragnieniem a rzeczywistością.

W tej nowej opowieści fabryka nie zostaje zburzona siłą, lecz subtelnie unieważniona – przez marzenie. Marzenie o pracy, która nie dzieli, lecz jednoczy. Napiórkowski nie daje recepty, lecz pokazuje, że za językiem opisującym pracę i odpoczynek kryje się głębszy kod kulturowy. Jak okulary, przez które patrzymy na świat, mit nie jest czymś, co się kontempluje – to coś, przez co się widzi. Skoro tak, to być może nie chodzi o to, by go zniszczyć, lecz by nauczyć się go świadomie przeżywać.

Nie chodzi więc o naiwny powrót na wieś ani o szlachetne, dzikie życie pod palmą. Chodzi o coś znacznie bardziej radykalnego: o odzyskanie jedności w świecie, który nas rozdzielił. O nadanie sensu temu, co

zostało rozczłonkowane. Być może właśnie to, wbrew pozornej ironii, stanowi dziś najpoważniejsze wyzwanie dla naszej kultury.

Nowe media: cyfrowe fabryki współczesnej mitologii

Współczesne mity nie mają brody, nie noszą sandałów i nie przemawiają z ognistych szczytów. Mają za to Wi-Fi, subskrypcję premium i awatara z filtrem kocich uszu. Dawni bogowie grzmieli z niebios, podczas gdy ich dzisiejsze potomstwo stuka palcami w ekran, zamawia latte na mleku owsianym i tweetuje prawdy objawione w 280 znakach. Niech cię jednak nie zwiedzie ten nowy anturaż, bowiem to w wciąż te same archetypy, tyle że przebrane w dresy z logo Nike i garnitury z plastiku odzyskanego z oceanicznych opowieści o korporacyjnym ratowaniu planety.

Współczesny mit działa jak influencer po przejściach, który sprzedaje ci historię o sobie, byś przypadkiem nie odkrył, że to opowieść o tobie. Jest to mit o pracy, który szepcze: „realizuj się!", gdy ty łopatą przerzucasz własne zmęczenie przez mury performatywnej produktywności. Jest to mit o miłości pachnący jak perfumy z reklamy, który kończy się, gdy odkrywasz, że nikt nie napisał scenariusza na poniedziałkowy poranek. Wreszcie, to mit o autentyczności, nakazujący ci być sobą, byleby w dobrze dobranym świetle i z odpowiednią mimiką w relacjach.

Co zabawne i niepokojące zarazem, nie da się bez nich żyć, ponieważ bez mitu człowiek czuje się jak toster porzucony w lesie – niby ma jakąś funkcję, ale nie wiadomo, po co właściwie istnieje. Dlatego opowiadamy sobie historie, wymyślamy, że coś ma sens, że coś się opłaca, że jeszcze tylko trzy poradniki samorozwojowe i osiągniemy nirwanę przy biurku z Ikei. To właśnie to nasze majsterkowanie symbolicznym złomem rzeczywistości pozwala przetrwać.

Nowoczesny mit nie mówi ci: „wierz". On mówi: „bądź". Bądź idealny, bądź spokojny, bądź produktywny, bądź widzialny i zadowolony z bycia sobą, nawet jeśli wewnętrznie płoniesz jak śmietnik metafizycznych sprzeczności. To jest właśnie mit selfie – narcyzm, który zapomniał, że stoi nad taflą wody, i myśli, że to ekran OLED.

Cała ta mitologiczna farsa jest sprytną sztuczką, którą wymyślił archetyp trikstera z ADHD. Tylko coś absurdalnie inteligentnego mogło wpaść na pomysł, by ludzkość oddała władzę symbolom emocji, a duchowe uniesienia przeżywała w komentarzach pod postem sponsora. Oto mit XXI wieku: głęboka, transcendentalna wymiana jaźni i pragnień, realizowana przez program AGI i kod rabatowy.

Śmiej się więc, obywatelu mitu, i zakładaj swoją koronę z aplikacji z filtrem. Jedz metaforyczny popcorn w hiperrealistycznym metawersum, bo oto jesteś. Współczesny heros na kanapie, z pilotem w dłoni, zmagający

się z potworem sensu w labiryncie ofert specjalnych. A gdy ktoś cię zapyta, czy wierzysz w mity, odpowiedz bez wahania: „Nie, ale mój algorytm tak”. Taki horoskop.

Zbieranie nakrętek: rytuał świeckiego mikro-zbawienia

Zjawisko zbierania nakrętek to fascynujące laboratorium współczesnego sacrum. Oto banalny artefakt zyskuje aurę „dobra w czystej postaci”, pozwalając każdemu uczestniczyć w symbolicznym mikrozbawieniu świata i dotknąć idei „czystej” wspólnoty. Z perspektywy ekonomii realnej efekt jest często znikomy; z perspektywy ekonomii sensu – ogromny. Nakrętka staje się „duszą produktu”, która w symbolicznym rytuale wyrywa się z bezdusznego obiegu konsumpcji i wraca do wspólnoty jako dar. To doskonały przykład, jak codzienna praktyka nosi mit, a nie odwrotnie.

McLuhanowska intuicja, że „środek przekazu jest przekazem”, nabiera dziś brutalnej ostrości w epoce scrollowanych feedów. Media nie są już tylko neutralnym kanałem dla opowieści – one je aktywnie rzeźbią, narzucając im długość, tempo i rytm oburzenia, a także oferując iluzję natychmiastowego udziału. Efekt? Kulturowa preferencja dla krótkich, binarnych figur mitycznych: bohater kontra wróg, zdrada i oczyszczenie, apokalipsa i odrodzenie. Neil Postman dodaje, że przekształcenie publicznego dyskursu w rozrywkę sprawia, iż powaga i ironia zlewają się w jedno. To z kolei wzmacnia „święte świętości” i „święte oburzenia”, nawet jeśli przybierają one postać ulotnego mema. Nie znaczy to, że mit nas ogłupia; znaczy, że nasze narzędzia do produkcji sensu zyskały nowy, uproszczony interfejs.

Jak zatem badać mity, by nie stać się ich bezrefleksyjnym kapłanem albo, co gorsza, cynicznym inkwizytorem? Z projektu Marcina Napiórkowskiego wyłania się metoda, którą można rekomendować jako standard badawczy. Po pierwsze, należy odróżnić diagnostykę od polemiki: zanim ocenimy, czy coś jest „prawdą”, pytamy, co dana opowieść robi i gdzie emocjonalnie „chwyta”. Po drugie, pracujemy na trzech poziomach: semantycznym (jakie wartości i archetypy uruchamia), syntaktycznym (jakie struktury i opozycje ją spajają) oraz pragmatycznym (jakie praktyki i instytucje wzmacnia). Po trzecie, analizujemy infrastrukturę medialną: gdzie opowieść jest publikowalna, jak wirusowo się rozprzestrzenia i w jaki sposób nagradza ją ekonomia uwagi. Po czwarte, traktujemy mit jako bricolage, czyli rodzaj symbolicznego majsterkowania: pytamy o magazyn części (memów, obrazów, sloganów), o reguły ich łączenia i o powody, dla których akurat ta kombinacja „zadziałała” właśnie teraz.

Wymaga to zarówno erudycji, jak i pokory. Jak pisał Roland Barthes, mit jest „słowem skradzionym i jednocześnie oddanym”: przejmuje język świata, by po chwili oddać go nam jako coś naturalnego i oczywistego. Badacz mitu nie może więc poprzestać na demaskacji – musi jeszcze pokazać, w jaki sposób to „oddane” słowo stało się dla nas przezroczyste jak powietrze. Jeżeli mit jest podstawową technologią sensu, to najpoważniejszym błędem jest wiara, że możemy się go po prostu „pozbyć”. Nie możemy – i całe

szczęście. To, co możemy, to przełączyć tryb: od bezrefleksyjnego zanurzenia ku świadomości użytkowej. Wtedy mit staje się narzędziem, a nie panem. Aby to osiągnąć, potrzebujemy pracy na styku antropologii, semiotyki, psychologii poznawczej i medioznawstwa. PORTOS, wierny swojemu zleceniu, łączy te porządki, by nie tylko „rozbrajać" szkodliwe opowieści, ale przede wszystkim zrozumieć ich mechanikę i nauczyć się tworzyć lepsze.

Sk

Metodologia: narzędzia sekcji mitu współczesnego

Z projektu Napiórkowskiego wyłania się metoda, którą można potraktować jako standard badawczy. Wszystko zaczyna się od zmiany perspektywy: odróżniamy diagnostykę od polemiki. Zanim wydamy werdykt „prawda czy fałsz", pytamy, co dana opowieść robi z rzeczywistością i w których miejscach „chwyta" najmocniej. Następnie prześwietlamy ją na trzech poziomach: semantycznym, szukając uruchamianych wartości i archetypów; syntaktycznym, analizując struktury i opozycje, które spinają całość; oraz pragmatycznym, badając, jakie praktyki i instytucje ta narracja ze sobą niesie i wzmacnia.

Mit nie lewituje w próżni, toteż sprawdzamy jego infrastrukturę medialną: gdzie może zostać opublikowany, jakimi kanałami się rozprzestrzenia i w jaki sposób nagradza go bezlitosna ekonomia uwagi. Wreszcie traktujemy go jak dzieło zręcznego majsterkowicza – symboliczny brikolaż. Pytamy o magazyn części (memów, obrazów, sloganów), o reguły ich łączenia i o powody, dla których akurat ta kombinacja „zadziałała" tu i teraz. Taka praca wymaga tyleż erudycji, co pokory. Jak pisał Barthes, mit jest „słowem skradzionym i jednocześnie oddanym": przejmuje język świata, po czym oddaje go nam jako naturę. Badacz nie może poprzestać na demaskacji – musi jeszcze pokazać, jak to „oddane" słowo stało się przezroczystą oczywistością.

Demaskacja mitu: dlaczego fakty przegrywają z opowieścią

Tradycyjna krytyka mitu przypominała pracę sapera: jej celem była demaskacja, czyli wykazanie, że dana opowieść nie zgadza się z faktami, a jej treść to przesąd, złudzenie lub celowe zmyślenie. Takie podejście, charakterystyczne dla myśli oświeceniowej, zakładało, że zadaniem nauki jest „rozpędzenie ciemności" i zastąpienie mitu twardą racjonalnością. Problem polega jednak na tym, że mit nie jest hipotezą naukową, którą można obalić w laboratorium. Nie należy bowiem do porządku epistemicznego, czyli wiedzy o faktach, lecz aksjologiczno-ontologicznego, który organizuje wartości i poczucie sensu. W konsekwencji demaskacja

często okazuje się bezsilna, gdyż uderza obok celu. Jeśli opowieść spaja wspólnotę, jej fałszywość w żaden sposób nie unieważnia jej siły. Dlatego, jak podkreśla Napiórkowski, badanie mitu wymaga fundamentalnego przesunięcia akcentu: z pytania „czy to prawda?" na pytanie „jak to działa?".

Zmiana perspektywy wymusza sięgnięcie po nowy zestaw narzędzi. Metodologia badań nad mitem łączy w sobie elementy hermeneutyki, czyli sztuki rozumienia znaczeń, semiotyki, badającej struktury znakowe, oraz antropologii kulturowej, analizującej społeczne praktyki. „Mit jest słowem, które zostało naturalizowane" – pisał Roland Barthes, wskazując, że jego mechanizm jest zawsze ten sam: coś, co jest umowne i historycznie uwarunkowane, zaczyna być postrzegane jako oczywiste i naturalne. Dlatego badacz nie powinien pytać jedynie o genealogię opowieści, lecz o cały proces jej naturalizacji i funkcję, jaką pełni w tworzeniu sensu. Musi stać się detektywem śledzącym, jak kulturowy wynalazek zyskuje status prawa natury.

Skuteczną strategią analityczną, proponowaną przez Napiórkowskiego, jest podejście trójwymiarowe. Po pierwsze – wymiar semantyczny, w którym pytamy, jakie wartości, archetypy i głębokie sensy aktywuje dana opowieść. Po drugie – wymiar syntaktyczny, gdzie badamy, jakie opozycje i struktury narracyjne organizują mit, na przykład podział na swoich i obcych, ofiarę i oprawcę czy dawne i nowe. Po trzecie wreszcie – wymiar pragmatyczny, skupiony na tym, jakie konkretne praktyki społeczne, rytuały czy instytucje dany mit wywołuje lub legitymizuje. Takie ujęcie sprawia, że mit przestaje być postrzegany jako zbiór „bajek dla dorosłych", a staje się dynamicznym procesem społecznym, w którym opowieść i działanie są nierozerwalnie splecione.

Drugim kluczowym pojęciem jest bricolage, które Claude Lévi-Strauss wprowadził do antropologii. Badanie mitu wymaga zrozumienia, że jest on często zlepkiem elementów pochodzących z zupełnie różnych kontekstów, które dopiero w nowej konfiguracji nabierają sensu. To swoiste majsterkowanie symbolicznym złomem rzeczywistości. Oznacza to, że analiza musi być dynamiczna i diachroniczna: nie pytamy jedynie o „treść" mitu, ale o to, jakie fragmenty zostały użyte, jak je przekształcono i dlaczego właśnie w tym momencie historycznym dana opowieść zyskała taką popularność. Mit jest jak patchwork: bez skrupułów włącza do swojego repertuaru fragmenty reklam, doniesień prasowych, miejskich legend, wspomnień historycznych, a nawet pojedynczych obrazów krążących w internecie.

Paul Ricoeur pisał, że interpretacja kultury może podążać dwiema ścieżkami: hermeneutyką podejrzeń, która demaskuje ukryte interesy, iluzje i manipulacje, oraz hermeneutyką sensu, która odsłania głębsze struktury znaczenia. W przypadku badań nad mitem oba te podej

Mit: oswojenie obcości i chaosu rzeczywistości

Badania Napiórkowskiego umieszczają mit w znacznie szerszym kontekście. Nie jest on bowiem zjawiskiem z marginesu kultury, lecz centralną odpowiedzią na strukturalny kryzys sensu, który trawi nowoczesność. Im bardziej świat staje się złożony i nieprzenikniony – a cóż jest dziś bardziej nieprzeniknionego niż algorytmy rynków finansowych czy globalne procesy polityczne? – tym gwałtowniej rośnie potrzeba jego mitologizacji. To dlatego współczesne opowieści, od teorii spiskowych po korporacyjne narracje o „najlepszej pracy na świecie", mają taką siłę. Są próbą rekonstrukcji spójnej całości w rzeczywistości, która rozpadła się na niezrozumiałe fragmenty.

Tę logikę doskonale rozumiał Hans Blumenberg, filozof badający życie mitu. Zauważył on, że mit nie znika pod naporem nauki, lecz jedynie zmienia swoje funkcje. Nauka bowiem z precyzją odpowiada na pytanie „jak?", ale pozostaje bezradna wobec kluczowego pytania „po co?". Mit zagospodarowuje tę drugą przestrzeń, dostarczając odpowiedzi, które pozwalają żyć w świecie obcym i nieprzejrzystym. Jak pisał Blumenberg, „mit czyni obcość znośną". To fundamentalna lekcja dla badań nad współczesnymi narracjami: nie chodzi o to, by mit unicestwić, lecz by zrozumieć, jaką rolę pełni w warunkach permanentnej niepewności.

Homo mythologicus: człowiek w sieci algorytmów

Mit w ujęciu Marcina Napiórkowskiego nie jest zakurzonym reliktem ani ozdobą przeszłości, lecz fundamentalną infrastrukturą sensu, na której opiera się życie jednostek i całych wspólnot. Jego potęga nie leży w logice prawdy i fałszu, lecz w logice znaczenia i codziennej praktyki. Gdy świat staje się zbyt skomplikowany, by go pojąć, mit działa jak system operacyjny umysłu, pozwalając utrzymać poczucie kierunku. To dlatego wielkie i małe opowieści – od internetowych skandali, przez fake newsy, po narracje o idealnej pracy i zasłużonym odpoczynku – są tak zdumiewająco odporne na fakty i tak skutecznie organizują naszą codzienność.

Współczesne społeczeństwa, które z dumą polerują pomnik racjonalności i nauki, są jednocześnie coraz głębiej uzależnione od mitów. To paradoks, który Napiórkowski demaskuje z chirurgiczną precyzją: homo rationalis i homo mythologicus to nie dwa zwalczające się gatunki, ale dwa tryby działania tego samego umysłu. Racjonalność dostarcza nam języka faktów, mit zaś – języka sensu. Bez faktów błądzimy w ciemności; bez sensu tracimy motywację, by w ogóle iść. Razem tworzą dynamiczną równowagę, która pozwala nam funkcjonować w świecie nieprzejrzystym i nieustannie zmieniającym się.

Mit nigdy nie działa w próżni. Zawsze potrzebuje medium, które go poniesie – czy będzie to ustna tradycja szeptana przy ognisku, szelest zadrukowanego papieru, migotanie telewizora, czy dzisiejszy nieskończony

strumień mediów społecznościowych. Zmiana nośnika nieuchronnie pociąga za sobą zmianę mitów. Opowieści o bogach i herosach ustępują miejsca narracjom tkanym przez algorytmy, influencerów, polityczne hasła i reklamy. Archetypy pozostają te same, zmieniają się tylko kostiumy. Bogowie w sandałach zostali zastąpieni przez bogów w garniturach, awatary i korporacyjne logotypy. Mit nie znika – on tylko zmienia maski.

W praktyce oznacza to, że mit pełni funkcję kompasu aksjologicznego, naszego wewnętrznego GPS-u wartości. To on podpowiada, co jest godne, co słuszne, co „nasze" i „normalne". Dlatego spory o symbole, rytuały czy historyczne narracje bywają tak gwałtowne: to nie są kłótnie o fakty, lecz wojny o fundamenty sensu. Jak pisał Hans Blumenberg, „mit czyni obcość znośną", jest narzędziem do oswajania chaosu. W tym ujęciu mit nie jest wrogiem nauki, lecz jej niezbędnym uzupełnieniem. Tam, gdzie wiedza nie przynosi pocieszenia, mit dostarcza ram do działania.

Kluczowym zadaniem dla humanistyki nie jest więc zwalczanie mitów, lecz ich dogłębne rozumienie. Samo demaskowanie, choć bywa satysfakcjonujące, to za mało. Trzeba zadać pytanie: dlaczego ta konkretna opowieść „działa"? Jakie potrzeby zaspokaja i jakie praktyki uruchamia? To wymaga porzucenia dyscyplinarnych okopów: antropologia, semiotyka, socjologia i psychologia poznawcza muszą współpracować, by uchwycić zjawisko w całości. Mit nie jest bowiem ani czystym tekstem, ani wyłącznie działaniem – jest żywym procesem, w którym znaczenia i czyny tworzą nierozerwalną całość.

Jeśli mielibyśmy określić misję mitu we współczesności, byłoby nią dostarczanie spójności tam, gdzie świat ją gubi. Mit daje nam poczucie, że nasze życie ma cel, wspólnota ma fundament, a działania są właściwe. Pytanie nie brzmi więc, czy potrzebujemy mitów – potrzebujemy ich jak powietrza. Pytanie brzmi, jak nauczyć się je rozpoznawać i przeżywać świadomie. Jak okulary, przez które patrzymy na świat, mit nie jest czymś, co się kontempluje – to coś, przez co się widzi.

Napiórkowski przypomina, że nie istnieje życie „poza mitem". Każdy z nas funkcjonuje w siatce opowieści, które traktuje jako oczywiste i naturalne. Różnica polega na tym, czy dostrzegamy ich mitologiczny charakter, czy też mylimy je z przezroczystymi faktami. Świadomość, że nasze narracje są konstruktami, nie odbiera im mocy. Wręcz przeciwnie, pozwala przejąć odpowiedzialność za ich użycie. To być może najważniejsze wyzwanie dla kultury XXI wieku: nie zniszczyć mitów, lecz nauczyć się je interpretować i tworzyć tak, by służyły człowiekowi.

Esej prowadzi nas do wniosku, że mit nie umarł, lecz zmienił oblicze, przechodząc z Olimpu na nasze ekrany. Żyjemy w epoce, w której mitologizacja nieustannie współistnieje z nauką i technologią. I choć możemy śmiać się z naiwności dawnych wierzeń, w rzeczywistości jesteśmy ich bezpośrednimi spadkobiercami. Jak pisał Joseph Campbell: „Mity są snem świata; sny to mity jednostki". Świat

współczesny wciąż śni – tyle że jego sny mają dziś kształt fake newsów, wiralowych nagrań, rytuałów konsumpcji i marzeń o pracy, która znów stanie się powołaniem.

Mit to nie ornament, ale żywa tkanka naszego istnienia. Nie ma kultury bez mitu, tak jak nie ma człowieka bez sensu. Dlatego właśnie homo mythologicus nie jest figurą z przeszłości, lecz najtrafniejszym opisem naszej teraźniejszości i przyszłości. Mit nie jest już opowieścią o bogach. Mitem jesteśmy my.

> Nie ma kultury bez mitu, tak jak nie ma człowieka bez sensu. Dlatego właśnie homo mythologicus nie jest figurą z przeszłości, lecz najtrafniejszym opisem naszej teraźniejszości i przyszłości. Mit nie jest już opowieścią o bogach. Mitem jesteśmy my.

Inspiracje

[1] **"Mitologia współczesna"** Marcin Napiórkowski

Marcin Napiórkowski jest semiotykiem i badaczem mitologii współczesnych. Jest profesorem nadzwyczajnym Uniwersytetu Warszawskiego. Jego badania koncentrują się na wpływie kultury na kształtowanie publicznego postrzegania nauki, pamięci zbiorowej i trendów politycznych. Jest także popularyzatorem nauki i felietonistą.

***Marcin Napiórkowski** is a semiotician and contemporary mythologies scholar. He is an associate professor at the University of Warsaw. His research explores how culture shapes public perception of science, collective memory, and political trends. He is also a science communicator and columnist.*

University of Warsaw

Literatura uzupełniająca

Książki

Literatura pokrewna (Google Scholar):

[1] **"The Iliad"**

Homer

-800 | Unknown (Oral Tradition)

Google Scholar

[2] **"The Odyssey"**

Homer

-800 | Unknown (Oral Tradition)

Google Scholar

[3] **"Structural Anthropology"**

Claude Lévi-Strauss

1958 | Basic Books

[4] **"The Savage Mind"**

Claude Lévi-Strauss

1962 | University of Chicago Press

[5] **"Phenomenology of Spirit"**

Georg Wilhelm Friedrich Hegel

1807 | Johann Friedrich Hartknoch

Google Scholar

[6] **"Elements of the Philosophy of Right"**

Georg Wilhelm Friedrich Hegel

1821 | Nicolaische Buchhandlung

Google Scholar

[7] **"The Communist Manifesto"**

Karl Marx, Friedrich Engels

1848 | Published in London

Google Scholar

[8] **"Das Kapital"**

Karl Marx

1867 | Otto Meissner

Google Scholar

[9] **"Mythologies"**

Roland Barthes

1957 | Éditions du Seuil

[10] **"Elements of Semiology"**

Roland Barthes

1964 | Hill and Wang

[11] **"Time and Narrative, Volume 1"**

Paul Ricoeur

1984 | University of Chicago Press

[12] **"The Rule of Metaphor"**

Paul Ricoeur

1978 | Routledge & Kegan Paul

[13] **"The Hero with a Thousand Faces"**

Joseph Campbell

1949 | Pantheon Books

[14] **"The Masks of God: Primitive Mythology"**

Joseph Campbell

1959 | Viking Press

[15] **"Making Culture, Changing Society"**

Tony Bennett

2013 | Routledge

Google Scholar

[16] **"Landscape and Memory"**

Simon Schama

1995 | Alfred A. Knopf

[17] **"Michel Tournier: Bricolage and Cultural Mythology"**

Martin Roberts

1994 | Stanford University Press

[18] **"Introducing Marx: A Graphic Guide"**

Rius

2013 | Icon Books

Google Scholar

[19] **"The Challenge of Complexity: Essays by Edgar Morin"**

Edgar Morin, Amy Heath-Carpentier (editor)

2018 | Emerald Publishing Limited

Artykuły naukowe

Autorzy przywoływani:

[1] "Cultural value as meaning-making"

Lisanne Groen

2024 | Cogent Arts & Humanities

Google Scholar

[2] "Structural analysis in linguistics and anthropology"

Claude Lévi-Strauss

1953 | Word

Google Scholar

[3] "Social structures"

Claude Lévi-Strauss

1953 | Anthropology Today

Google Scholar

[4] "AI Meets Philosophy, Vol. 1: Understanding LLM Cognitive Structure through Lévi-Strauss's Structuralism—AI as Wild Thinking"

AI Inquiry Garden

2025 | Medium

Google Scholar

[5] "Bricolage for Innovative Qualitative Social Science Research: A Perspective on Its Conceptual Hallmarks"

Hugo Santiago Sanchez, Meltem Eski, Ioannis Costas Batlle

2025 | Qualitative Inquiry

Google Scholar

[6] "Economic and Philosophic Manuscripts of 1844"

Karl Marx

1932

Google Scholar

[7] "Theses on Feuerbach"

Karl Marx

1845

Google Scholar

[8] **"Bricolage: A keyword in remix studies"**

Annette Markham

2017 | Social Media, Methods, and Ethics

Google Scholar

[9] **"The Death of the Author"**

Roland Barthes

1967

[10] **"Bricolage – a systematic review, conceptualization, and research agenda"**

Not Listed

2024

[11] **"The Hermeneutical Function of Distanciation"**

Paul Ricoeur

1973 | Philosophy Today

[12] **"Explanation and Understanding"**

Paul Ricoeur

1991

[13] **"Myth and the Construction of Meaning in Mediated Culture"**

Salomé Sola Morales

2025 | KOME - An International Journal of Pure Communication Inquiry

Google Scholar

APA ONE Publishing System

Fundacja Dobre Państwo © 2026

Article ID: 88d73c51-b29f-4fcd-abde-75431c891cf2