

DIANA SANIEWSKA  
UNIwersytet w Białymstoku

## NOWY JORK JASONA HUNTA. O EMOTYWNYCH ASPEKTACH TWORZENIA LEGENDY NA BLOGU

„Uwielbiał Nowy Jork. Idealizował to miasto ponad wszelką miarę” – mówi bohater *Manhattanu* Woody’ego Allena z 1979 roku<sup>1</sup>, filmu będącego artystyczną, mitotwórczą apoteozą Nowego Jorku. O Allenie pisze się, że nikt przed nim „nie zaszedł tak daleko w wykreowaniu porywająco osobistej wizji Nowego Jorku, która sprawia, że zaczynamy (i nie przestajemy) patrzeć na to miasto jego oczami”<sup>2</sup>.

Taką właśnie osobistą, ale z ducha Allenowską, wizję Nowego Jorku (ang. miasto *New York City*, NYC; stan *New York*, NY) znajduję na blogu Joanna Hunta – tytułem przedstawienia powiem o Huncie tyle tylko, że nazywa się Tomek Tomczyk i bywa określany królem polskiej blogosfery<sup>3</sup>, jednym z najpoczytniejszych, najbardziej opiniotwórczych blogerów<sup>4</sup>. O Nowym Jorku wspomina on na swoim blogu w siedemdziesięciu czterech wpisach, obrazujących (dosłownie – za sprawą fotorelacji) jego pobytu w tym mieście. „Summą” cyklu jest tekst *Podążać za emocjami*<sup>5</sup>, z którego głównie czerpię materiał do analizy<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> Kwestia z: *Manhattan*, reż. W. Allen, USA 1979.

<sup>2</sup> M. Hendrykowski, *Manhattan Woody’ego Allena. Poet yka introdukcji*, „Images” 2013, t. XII, nr 21, s. 17.

<sup>3</sup> M. Rabij, *Blogerzy. Zarabianie na klikaniu*, <http://www.newsweek.pl/biznes/wiadomosci-biznesowe/blogerzy--zarabianie-na-klikaniu,105147,1,1.html> [dostęp: 12.06.2017 r.].

<sup>4</sup> Zob. informacje na stronie autora: *O mnie*, <http://jasonhunt.pl/o-mnie> [dostęp: 12.06.2016 r.], *Współpraca* <http://jasonhunt.pl/wspolpraca-pr-i-reklamowa> [dostęp 12.06.2016 r.] oraz kontekstowo przywoływane są informacje z *Kim jesteś i co o mnie myślisz? Wyniki ankiety*, <http://jasonhunt.pl/kim-jestes-i-co-o-mnie-myslisz-wyniki-ankiety> [dostęp: 27.11.2016 r.].

<sup>5</sup> J. Hunt, *Podążać za emocjami*, <http://jasonhunt.pl/styl-zycia-podazac-za-emocjami> [dostęp: 12.06.2016 r.]. Cytaty nieoznaczone inaczej pochodzą z tego wpisu blogowego. Tekst ten analizowałam w artykule *Emocjonalizm w języku blogerów (na przykładzie tekstów Jasona Hunta)*, [w:] *Emocje – język – literatura*, red. D. Saniewska, Kraków 2016, s. 325–340.

<sup>6</sup> Pozostałe wykorzystane w opracowaniu wpisy blogowe oraz podawane w tekście skróty: *Ulice Nowego Jorku*, <http://jasonhunt.pl/ulice-nowego-jorku> (UN); *Ulicami Nowego Jorku – dzień pierwszy*, <http://jasonhunt.pl/ulicami-nowego-jorku-dzien-pierwszy> (UN1); *Ulicami Nowego Jorku – od świtu do wieczora*, <http://jasonhunt.pl/ulicami-nowego-jorku-od-switu>

Zanim jednak przyjrę się temu, jak polski bloger widzi Nowy Jork, zarysuję szerszy kontekst, panoramę, pokażę – by się tak wyrazić – inne spojrzenia na amerykańską metropolię.

Najpierw rzut oka z najodleglejszej perspektywy – ujęcie encyklopedyczne: ‘m. w USA, w stanie Nowy Jork, przy ujściu rz. Hudson do O. Atlantyckiego; zespół miejski 18,8 mln mieszk.’<sup>7</sup> i słownikowe: ‘miasto; stan w USA’<sup>8</sup>. Pokazują one aspekty geograficzne i demograficzne, a jeśli zajrzemy do słownika synonimów, także kulturowe – wskazując Wielkie Jabłko (ang. *Big Apple*)<sup>9</sup> jako metonimię NYC. Bliżej przyglądamy się najludniejszej amerykańskiej metropolii w atlasach i przewodnikach; dłużej w poświęconych miastu publikacjach. Spisano już historie NYC w różnych ujęciach – akademickim<sup>10</sup>, popularnym i sensacyjnym<sup>11</sup>, ilustrowanym<sup>12</sup>, a także rekonstruującym legendę miasta<sup>13</sup>. Popkulturowy obraz NYC przedstawiają serie telewizyjne: *Seks w wielkim mieście*<sup>14</sup> czy *Płotkara*<sup>15</sup>.

Najbliżej natomiast widać Nowy Jork w „biografiach”. Oczywiście w biografiach rozumianych metaforycznie – typowe biografie poświęcone są przecież życiu osób. Jeśli więc pisana jest biografia miasta, oznacza to, że potraktowane ono zostaje jako żywy twór, coś antropomorficznego. Tak o Londynie pisał jego biografista, Peter Ackroyd:

Obraz Londynu jako ciała jest frapujący i wyjątkowy. Sięga wstecz do symbolicznych obrazów Miasta Boga, mistycznego ciała, którego głową jest Jezus Chrystus, a pozostającymi członkami mieszkańcy. Londyn był również przedstawiany jako młody człowiek z ramionami rozłożonymi w geście wyzwolenia. Postać ta jest wzorowana na rzymskiej

---

-do-wieczora (UNŚ); *15 interesujących reklam z ulic Nowego Jorku*, <http://jasonhunt.pl/15-interesujacych-reklam-z-ulic-nowego-jorku> (R); *Smaki Nowego Jorku – dzień*, <http://jasonhunt.pl/smaki-nowego-jorku-dzien> (SD); *Smaki Nowego Jorku – noc*, <http://jasonhunt.pl/smaki-nowego-jorku-noc/>; *Napiwki? Tak to się robi w Nowym Jorku*, <http://jasonhunt.pl/napiwki-tak-to-sie-robi-w-nowym-jorku>; *Moje małe miejsce w wielkim Nowym Jorku*, <http://jasonhunt.pl/moje-male-miejsce-w-wielkim-nowym-jorku> (MM); *Jesteś w Nowym Jorku, jeśli...*, <http://jasonhunt.pl/jestes-w-nowym-jorku-jesli> (JN); *Tak wyglądałby twój weekend w NYC*, <http://jasonhunt.pl/tak-wygladalby-twoj-weekend-w-nyc> (TW). Pomijam chronologię powstawania tekstów; sądzę, że nie jest istotna dla dokonywanej tu analizy.

<sup>7</sup> *Nowy Jork, New York*, [w:] *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Nowy-Jork;3948849.html> [dostęp: 5.05.2017 r.].

<sup>8</sup> *Nowy Jork*, [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/nowy%20jork.html> [dostęp: 5.05.2017 r.]. Dalej w tekście stosuję skrót (SJP).

<sup>9</sup> *Why is New York City known as „the Big Apple” and „Gotham”?*, <http://www.dictionary.com/e/big-apple-gotham> [dostęp: 12.06.2017 r.].

<sup>10</sup> E.G. Burrows, M. Wallace, *Gotham: A history of New York City to 1898*, Nowy Jork 1999.

<sup>11</sup> E.R. Ellis, *The epic of New York City: a narrative history*, Nowy Jork 2004.

<sup>12</sup> R. Burns, J. Sanders, *New York: an illustrated history*, Nowy Jork 2003.

<sup>13</sup> T. Anbinder, *City of Dreams: the 400-year epic history of immigrant New York*, Nowy Jork 2016.

<sup>14</sup> *Sex in the City*, twórca: D. Star, USA 1998–2004.

<sup>15</sup> *Gossip Girl*, twórcy: J. Schwarz, S. Savage, USA 2007–2012.

rzeźbie z brązu, ale uosabia energię i triumf miasta, które stale się rozszerza wielkimi falami postępu i optymizmu. Tutaj można znaleźć »gorące tętno londyńskiego serca«.

Boczne uliczki Londynu przypominają cienkie żyły, a parki są jak płuca. Pośród mgieł i deszczów jesieni błyszczą kamień i bruk starszych ulic wygląda tak, jakby krwauił. Kiedy William Harvey, chirurg ze szpitala św. Bartłomieja, szedł ulicami miasta, zauważył, że woda tryska z węży wozów strażackich niby krew z przeciętej arterii. Metaforyczne obrazy Cockneyowskiego ciała funkcjonują od setek lat: »gęba« (gob) została zarejestrowana po raz pierwszy w 1550 roku, »łapy« (paws) w 1590, »morda« (mug) w 1708, a »jadaczka« (kisser) w połowie XVIII wieku<sup>16</sup>.

Miasto-organizm można postrzegać także przez pryzmat patologii, wtedy jawi się jako potwór. Londyn

często jest przedstawiany w monsturalnej formie jako spuchnięty olbrzym, który więcej niszczy, niż tworzy. Ma nieproporcjonalnie dużą głowę, również twarz i dłonie są monsturalne, koślawe »poza wszelką formą«. Jego dolegliwość to ból śledziony albo wielka torbiel. Jego ciało, trawione gorączką, dławiące się popiołem, żyje od zarazy do pożaru<sup>17</sup>.

Jedną z pierwszych publikacji wykorzystujących potencjał konwencji biograficznej jest *Maximum city: the biography of New York* Michaela Pye'a z 1993 roku<sup>18</sup>, książka pełna głosów nowojorczyków, minionych i aktualnych, zaczerpniętych z dostępnych od niedawna archiwaliów, listów, pamiętników, filmów, map oraz znalezisk archeologicznych<sup>19</sup>. W Polsce w osobisty sposób o mieście tym pisała Magdalena Rittenhouse w książce *Nowy Jork. Od Mannahatty do Grodnu Zero*<sup>20</sup>. Takie interpretacje uprawomocnił zwrot przestrzenny w humanistyce, praktykowane były także w ramach geopoetyki z ducha Kennetha White'a<sup>21</sup>, reprezentowanej w polskich badaniach przez Elżbietę Rybicką<sup>22</sup>, która bezpośrednio wskazuje miasto jako obiekt (chciałoby się powiedzieć: podmiot) badań.

Jednak nie metaforyczne ujęcia będą nas tu interesowały, ale opisy z nurtu dokumentu osobistego.

Miasto jest szczególnym, wyodrębnionym rodzajem *przestrzeni*, której identyfikatorem jest antropocentryczne uporządkowanie, przez co staje się ono *miejscem*.

<sup>16</sup> P. Ackroyd, *Londyn. Biografia*, Poznań 2011, s. 11.

<sup>17</sup> Tamże.

<sup>18</sup> M. Pye, *Maximum city: the biography of New York*, Nowy Jork 1993.

<sup>19</sup> Tłumaczenie własne z materiałów wydawniczych: „It is full of the voices of New Yorkers, past and present, drawn from the newly available archives and direct reporting, as well as from letters, diaries, movies, maps and archaeologists' finds”; <https://www.amazon.com/Maximum-City-Biography-New-York/dp/1856190935> [dostęp: 11.11.2017 r.].

<sup>20</sup> M. Rittenhouse, *Nowy Jork. Od Mannahatty do Grodnu Zero*, Wołowiec 2013.

<sup>21</sup> K. White *Wstęp do geopoetyki*, [w:] tegoż, *Poeta kosmograf*, wyb., oprac. i przekł. K. Brakoniecki, Olsztyn 2010.

<sup>22</sup> E. Rybicka *Geopoetyka (o mieście, przestrzeni i mie jscu we współczesnych teoriach i praktykach kulturowych)*, [w:] *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, red. M.P. Markowski, R. Nycz, Kraków 2006.

Dużą wartość poznawczą i opisową będzie tu więc miała, zaproponowana przez Małgorzatę Czerwińską, kategoria miejsca autobiograficznego, wyróżniającego się cechami fizycznymi i kulturową symboliką<sup>23</sup>. Miejsce autobiograficzne jest, według badaczki, „miejszem” zetknięcia biografii twórcy i jego szeroko rozumianej twórczości (fabularnej, w dokumentach osobistych, a także fotograficznej)<sup>24</sup>, w ramach której odniesienia do miejsca mogą być skupione w jednym utworze bądź rozproszone w różnych tekstach, które uzupełniają, aktualizują lub przekształcają jego wizję<sup>25</sup>. Czytelnik ma dostęp do miejsca autobiograficznego pisarza zapośredniczony przez jego utwór/utwory, może też mieć dostęp zapośredniczony przez inne teksty kultury, jak też bezpośredni, jeśli miejsce to jest faktycznym obiektem geograficznym.

Do podstawowych, wymienianych przez Czerwińską, cech miejsca autobiograficznego zaliczają się: jego indywidualny charakter oraz ukształtowanie w materii literackiej<sup>26</sup>. Takie miejsca „istnieją w literaturze, są wyobrażeniami stworzonymi z opisów, nazw topograficznych wymienionych w tekście, aluzji i metafor”<sup>27</sup>, co oznacza, że ich opisy pozwalają na rekonstrukcję fragmentów językowego obrazu świata. W ten sposób docieramy do kwestii języka pisarza, języka osobniczego, nazywanego też idiostylem<sup>28</sup>. Styl, według Stanisława Gajdy, jest „humanistyczną strukturą tekstu”<sup>29</sup>, odzwierciedlającą sposób widzenia świata, indywidualną koncepcję twórczą i obróbkę tworzywa<sup>30</sup>. Z tej właśnie struktury<sup>31</sup> możemy wy-preparować językowy obraz świata, rozumiany – jak proponuje Jerzy Bartmiński – jako „pewien zespół sądów mniej lub bardziej utrwalonych w języku, zawartych w znaczeniach słów lub przez te znaczenia implikowanych, który orzeka o cechach i sposobach istnienia obiektów świata pozajęzykowego”<sup>32</sup>.

Poczyniwszy te uporządkowania metodologiczne, przechodzę do analizy materiału źródłowego.

<sup>23</sup> M. Czerwińska, *Miejsca autobiograficzne. Propozycja w ramach geopoetyki*, „Teksty Drugie” 2011, nr 5, s. 183–200.

<sup>24</sup> Tamże, s. 183.

<sup>25</sup> Tamże, s. 184.

<sup>26</sup> Tamże, s. 186.

<sup>27</sup> Tamże, s. 187.

<sup>28</sup> S. Gajda, *O pojęciu idiostylu*, [w:] *Język osobniczy jako przedmiot badań lingwistycznych*, red. J. Brzeziński, Zielona Góra 1988, s. 26.

<sup>29</sup> Tamże, s. 24.

<sup>30</sup> Tamże, s. 25.

<sup>31</sup> Język osobniczy można opisywać, korzystając z następujących metod lingwistycznych: tradycyjnej, czyli językowo-stylistycznej, socjolingwistycznej, statystycznej oraz w ramach teorii językowego obrazu świata; zob. A. Wojciechowska, *Magdaleny z Kossaków Samozwaniec widzenie świata*, Warszawa – Poznań 2000, s. 13–38.

<sup>32</sup> J. Bartmiński, R. Tokarski, *Językowy obraz świata a spójność tekstu* [w:] *Teoria tekstu. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk – Łódź 1986, s. 72.

W tytule tego artykułu posłużyłam się sformułowaniem „Nowy Jork Jasona Hunta”, które po pierwsze – poprzez dzierżawczą formę – oddaje indywidualny wymiar miejsca; a po drugie – przez odniesienie do realnej osoby (choć ukrywającej się pod pseudonimem) – wskazuje autobiograficzny charakter.

Mówiąc o autobiografizmie, trudno nie odnieść się do genologii literackiej. W tradycyjnym ujęciu autobiografizm jest cechą gatunków takich jak pamiętnik czy dziennik, także w wersji wirtualnej. Blog, czyli sieciowy dziennik, funkcjonuje zgodnie z zasadą remediacji, a więc zachowuje atrybuty starego medium, uzupełniając je o nowe cechy<sup>33</sup> lub przeorganizowując jego własności. Zaznaczyć tu jednak należy, że autobiografizm w praktyce blogerów odznacza się dużym stopniem, mniej lub bardziej świadomie dokonywanej, autokreacji, co pokazały badania Philippe’a Lejeune’a, prowadzone wśród autorów pamiętników online. Referując ich wyniki, Lejeune zaproponował dla tego typu tekstów określenie „autofikcja”<sup>34</sup>. Zatem blog jako gatunek autofikcyjny funkcjonuje w szerszym kompleksie tekstów autobiograficznych, ponieważ – paradoksalnie – autofikcyjność nie jest sprzeczna z autobiograficznością, utożsamianą z autentyzmem. Traktować ją raczej należy jako stopień sfunkcjonalizowania autokeacji, czyli ‘tworzenia własnego wizerunku’ (SJP).

Autobiografizm oraz jego autofikcyjny wariant mogą więc być uznawane za chwyt marketingowe, wpisujące się w strategię storytellingu, czyli opowiadania historii skonstruowanych tak, by w nienachalny, ale perswazyjny, sposób (między innymi przez odniesienie do emocji odbiorców<sup>35</sup>) „sprzedawały” autora – „My [bloggerzy] zawsze musimy coś kreować, tworzyć specyficzne konstrukcje zdań po to, by przyciągnąć czyjąś uwagę”<sup>36</sup> – podsumował Hunt w jednym z wywiadów. W ten sposób budowana jest strategia reklamowa zgodna z pryncypiami komunikacji marki, jaką w tej analizie jest Jason Hunt.

Strategia komunikacja tej marki opiera się mechanizmie, który nazywam „paktem emocjonalnym”<sup>37</sup>. Jego fundamentem jest podział wypowiedzi na autobiograficzne, fikcyjne (te funkcjonują w odniesieniu do paktu autobiograficznego)

<sup>33</sup> Koncepcja Jaya Boltera i Richarda Grusina, przedstawiona w pracy *Remediation: understanding new media*, Cambridge 2000, omówiona została przez A. Gumkowską i M. Marylę w: *Blog to... blog. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl*, wsp. P. Toczyski, s. 15, <http://depot.ceon.pl/handle/123456789/3652?show=ful> [dostęp: 13.11.2016 r.].

<sup>34</sup> Tamże, s. 31.

<sup>35</sup> O storytellingu piszę w: *Emocjonalizm jako dominanta kompozycyjna kompozycyjna tekstu blogowego. Uwagi socjolingwistyczne*, „Białostockie Archiwum Językowe” 2017, nr 17, s. 193–207.

<sup>36</sup> *Kominek to moja życiowa porażka*, wywiad Łukasza Piątka z Tomkiem Tomczyńskim, <http://on.interia.pl/meskie-tematy/news-kominek-to-moja-zyciowa-porazka,nId,644542,n-Pack,2> [dostęp: 13.11.2017 r.].

<sup>37</sup> Określenie to tworzę przez analogię do koncepcji, którą zaproponował Philippe Lejeune, postulujący istnienie paktu autobiograficznego, będącego rodzajem umowy między twórcą (nadawcą) a czytelnikiem (odbiorcą), na mocy której odbiorca wierzy w autentyczność informacji

oraz autofikcyjne – tworzone na kanwie paktu emocjonalnego, „zgodnie z którym czytelnik blogu przyjmuje za oczywistą autentyczność emocji i ocen przekazywanych w tekście”<sup>38</sup>. W ten sposób wypowiedź blogowa staje się przekazem reklamowym, w którym realizacja funkcji ekspresywnej warunkuje funkcję impresywną. W innym miejscu pisałam o tym, że taka „lektura jest grą (w pewien sposób przez autora zaplanowaną, ale każdorazowo przez czytelnika aktualizowaną) konotacji afektywnych. Tym samym emocjonalizm staje się dominantą kompozycyjną”<sup>39</sup>, decydującą o sposobie odbioru tekstu wystylizowanego na (auto)legendę.

O tym, że teksty Hunta tworzą wokół jego osoby legendę, świadczą wyekscerpowane z nich przykłady. Dla porządku jednak przywołajmy najpierw definicję legendy. W interesującym nas kontekście, jak podpowiada *Słownik języka polskiego*, *legendą* nazwiemy: ‘opowieść dotycząca życia świętych i bohaterów lub jakichś wydarzeń historycznych, nasyconą motywami fantastyki i cudowności’ lub ‘zmyślone lub przesadzone historie dotyczące sławnych ludzi, miejsc albo zdarzeń historycznych’ (SJP); tak też powiemy ‘o osobie otoczonej niezwykłą sławą’ (SJP). Hunt oczywiście tworzył legendę wokół władnej osoby, zaczynając swój opis od słów: „Mówią o mnie, że jestem »królem blogerów«”<sup>40</sup> i przyznając później, że cały opis „zrobił”<sup>41</sup>. W innych miejscach pisał o sobie, używając superlatywizmów: „Jestem lepszy”, „nie mam wobec nich żadnych kompleksów”; antycypując własny sukces: „będę pierwszym na świecie”. Częścią tej legendy jest wystylizowanie siebie na autora-artystę, mieszkańca „wielkiego świata”, którego symbolem jest Nowy Jork, do czego wrócę w dalszej części tekstu.

W tym miejscu zatrzymamy się przy obrazie miasta z blogowego wpisu *Podążać za emocjami*. Zaczyna się tak:

Jest tyle pięknych miast na świecie, tyle pięknych miejsc, czekających na mnie. Zawsze marzyłem o rajskich wyspach, Japonii, Indiach, krajach afrykańskich. Mogłem tam być. Przed dwoma tygodniami miałem czas, możliwość, chęci i pieniądze, by znaleźć się w każdym z tych miejsc. Mimo to przez ostatnie dwa lata tylko Nowy Jork był moim celem.

Z pewnością nie jest to najpiękniejsze miejsce na tej planecie, być może nie jest to nawet najpiękniejsze miasto w tej części galaktyki, ale tak to jest, jak się nie wyrasta z marzeń i postanawia za wszelką cenę je spełnić.

Nowy Jork jest więc, zgodnie z typologią Czermińskiej, autobiograficznym miejscem wybranym<sup>42</sup>, czyli takim, w którym nie przebywa się stale, ale któ-

---

podanych w utworze uchodzącym za autobiograficzny; P. Lejeune, *Wariacje na temat pewnego paktu: o autobiografii*, Kraków 2007. Zob. D. Saniewska, *Emocjonalizm w języku blogerów...*, s. 328.

<sup>38</sup> D. Saniewska, *Emocjonalizm jako dominantą kompozycyjną...*, s. 199.

<sup>39</sup> Tamże, s. 203.

<sup>40</sup> J. Hunt, *O mnie...*

<sup>41</sup> J. Hunt, *Współpraca...*

<sup>42</sup> M. Czermińska, *Miejsca autobiograficzne...*, s. 197.

re się odwiedza, ponieważ reprezentuje pewne, wysoko cenione, wartości bądź staje się okresowym azylem, w którym „od czasu do czasu odnajduje się świat piękniejszy i lepszy od codziennego”<sup>43</sup>. Takie miejsca wymuszają bycie w „ruchu do- i z-”, czego odzwierciedleniem są konstrukcje z rdzeniem czasownikowym: „Lecąc do Nowego Jorku”, „Wracając z Nowego Jorku”, „będę leciał do NYC”, budujące epizod biograficzny, jakim jest pobyt w amerykańskiej metropolii.

Przede wszystkim jednak, miasto to jest przez Hunta percypowane zmysłowo i sensualistycznie opisywane, co potwierdza tezę Czermińskiej, która zauważyła, że autor musi dysponować specyficzną wyobraźnią – badaczka nazywa ją „wyobraźnią topograficzną” – by mógł stworzyć miejsce autobiograficzne. Twórców tego pokroju określa ona jako „posiadających wyobraźnię topograficzną, a więc skłonnych do obserwowania świata zewnętrznego, obdarzonych dużą wrażliwością zmysłową, zainteresowanych bogactwem konkretnego, z wycuciem znaczenia materialnego szczegółu”<sup>44</sup>.

Hunt w swoich tekstach daje dowody tego, że władza spojrzeniem (dosłownie) tyleż osobistym, co kulturowym, jednocześnie realistycznym i symbolicznym. Wzrok w przestrzeni miasta jest łącznikiem z przestrzenią naturalną i antropomorficzną. Doświadczenia miasta, co pokazały interpretacje z kręgu geopoetyki, wymaga odpowiednich dyspozycji sensorycznych (w naszej kulturze prymarnie wzrokowych). Odzwierciedleniem tego jest leksyka opisująca w rozmaitych perspektywach czasowych i przestrzennych wzrokowe doświadczenia: „wyjrzyć”, „urzyć”, „spojrzeć”, „spoglądam”, „widzę”, „widząc”, „zauważyłem” oraz intensywniejsze: „staram się dojrzyć”, „przypatrzeć”, „gapić się”. Samo użycie słowa „widok” wprowadza treści o charakterze obrazowym, fotograficznym: „widok na drapacze chmur”, „widok oszklonego tarasu”. Okulocentryczny charakter mają także podejmowane w mieście aktywności („spacer”) oraz doświadczanie pory dnia i roku („wiosna”, „świt nad Nowym Jorkiem”).

Szczególnym przykładem wzrokowej percepcji elementów miejskiej przestrzeni są dla Hunta reklamy. Ich odbiór jest afektywny na tyle, że blogger opisuje je za pomocą wyrazistszych określeń. Zetknięcie z reklamą zamieszczoną na Times Square wymaga „gapienia się”, które dookreśla poziom kontaktu z przedmiotem widzianym. Potocznie *gapienie się* oznacza ‘przyglądanie się czemuś lub komuś bezmyślnie’ (SJP), dla Hunta jednak *gapienie się* – przynajmniej jeśli chodzi o reklamy – jest raczej intensywnym przyglądaniem się czemuś, co z jakiegoś powodu wywołuje zaciekawienie. Świadczy o tym to, że Hunt poświęcił w całości nowojorskim reklamom inny tekst – *15 interesujących reklam z ulic Nowego Jorku* (R).

Pobyt w mieście również wiąże się z ruchem ciała<sup>45</sup>, co wyrażają liczne w tekście czasowniki, dynamizujące opowieść: „iść”, „przyszedłem”, „podszedłem”, „usiadłem”, „wstałem”, „stanąłem”, „ruszyłem”, „nabiegałem się”, „wszedłem”, „wyszedłem”. By-

<sup>43</sup> Tamże.

<sup>44</sup> Tamże, s. 188.

<sup>45</sup> Charakterystyczne, że Hunt doświadcza przestrzeni „na własnych nogach”, a nie za pośrednictwem na przykład samochodu czy metra.

cie w ruchu koresponduje z zaplanowanymi aktywnościami, takimi jak „spacer” pozwalający „zwiedzać znane miejsca”. Statyczność natomiast pozwala „odpocząć”.

Hunt przyznał, że jego osobiste doświadczanie miasta wiąże się z chodzeniem: „Nie ma drugiego takiego miasta, ani kraju, w którym przeszedłbym więcej kilometrów w ciągu kilkunastu dni. Zawstydzilibym nawet tych, co chodzą na pielgrzymki” (UN). Doświadczeniom tym poświęcił teksty *Ulice Nowego Jorku*, *Ulicami Nowego Jorku. Dzień* oraz *Ulicami Nowego Jorku – od świtu do wieczora*, w których opisywał i prezentował na fotografiach to, co widział, topografię miasta, z charakterystycznymi obiektami turystycznymi (Statua Wolności) i architektonicznymi: skrzyżowania ulic, apartamentowce, księgarnie, jak też przypadkowych przechodniów, sceny z życia miasta, knajpki, kawiarnie, lokale serwujące niezwykle posiłki.

Ważne w odniesieniu do tego autora jest to, że miasto poznaje się także zmysłem smaku – „Nie jestem tu po to, aby jadać w mieszkaniu” – na tyle intensywnie, że i temu Hunt poświęcił oddzielne wpisy na swoim blogu: *Smaki Nowego Jorku – dzień* i *Smaki Nowego Jorku – noc*. W jeszcze innym tekście pisał o tamtejszym *savoir-vivre* w lokalach usługowych – *Napiwki? Tak to się robi w Nowym Jorku*, podkreślając odmiennosc zachowań („tak to się robi”) polskich i tamtejszych.

Nie bez znaczenia pozostaje też zmysł słuchu. Wyzwaniem dla osoby odwiedzającej NYC jest okiełznanie doznań dźwiękowych: „Na Manhattanie nie da się uciec od hałasu. Nie znalazłem ani jednego miejsca, do którego nie docierałyby głosy miasta lub innych ludzi. Nie możesz być sam. Musisz umieć odpoczywać w tłumie” (TW). Podobnie jest w parkach, które tradycyjnie kojarzone są z relaksującą ciszą: „Oślawiony Central Park to kilometry asfaltowych dróg, z rzadka rosnące drzewa, sporo miejsc dobrych na rodzinny piknik i ani jednego z zupełną ciszą” (TW).

Teksty Hunta pokazują, że tradycyjne wyobrażenie o elementach przestrzeni miast jest diametralnie różne od realiów zamieszkiwania. O tych pierwszych pisał w przewrotnie zatytułowanym tekście *Moje małe miejsce w wielkim Nowym Jorku*: „Tu wszystko jest największe”, o drugich: „w Nowym Jorku hotele i mieszkania są miniaturowe” (MM). Nie jest to jednak powód do negatywnych ocen, przeciwnie – autor dostrzega w tym dobrą stronę: „Taki już urok tego miasta” (MM). Oczywiście miasto to nie jest monolityczną przestrzenią, ale składa się z pięciu okręgów o różnym statusie ekonomicznym i kulturowym, który wyznacza trasy wędrówek Hunta – udaje się on na spacer wyłącznie „Od górnych rejonów cywilizowanych dzielnic (okolice połowy Central Park) do dolnego Manhattanu” (UŚW). Oznacza to, że wybór miejsca zamieszkania – sam w sobie przedstawiany jako niezbyt przyjemny: „Sen o wymarzonym apartamencie w NYC zawsze zaczyna się od koszmaru” – w czasie pobytu w Nowym Jorku wnika z aspiracji i kulturowych wyobrażeń: „Zbyt długo marzyłem o mieszkaniu tutaj, abym godził się na złe warunki. Albo na bogato albo wcale. Albo na Manhattanie albo nigdzie” (MM). Zwróćmy uwagę na budowę tej wypowiedzi. Po pierwsze mamy konstrukcję spójnikową „albo..., albo...” wzmocnioną partykułą „wcale” – wyraża ona wzajemne wyłączenie pewnych zachowań (albo), ich zaprzeczenie (wcale), a nawet niemożliwość ich realizacji (nigdzie). Warto podkreślić, że „wcale” i „nigdzie”



należą do „wielkich kwantyfikatorów”<sup>46</sup> czasu, których silnie emocjonalizujący potencjał często wykorzystywany jest w reklamie. Po drugie – wprowadzony zostaje symbol – Manhattan, prestiżowa, reprezentatywna dzielnica, w zasadzie metonimia NYC. Autor przyznaje, że ma upodobanie w symbolach, „Kocham symbole”, pisze. Amerykańska metropolia wzbudza zresztą procesy symbolizacji personalnej, geograficznej i kulturowej („symbolizuje” „symbolika”), które konstytuują wyobrażenie o tym mieście. W tym kontekście nie dziwi, że Hunt (po trzecie) wprowadza frazeologię marzenia związaną z Nowym Jorkiem: „nie wyrasta [się] z marzeń”, „odzwierciedleniem (...) marzeń”, „spełnieniem marzeń”, „gonieniem za marzeniami”, „realizować marzenia”. Z marzeniem wiąże się na zasadzie synonimicznej sen, czego odzwierciedleniem jest określenie NYC jako *City of Dreams* (Miasto snów)<sup>47</sup>. Aktywuje ono naturalnie poetykę snu związaną z rytmem dnia i nocy – o tej ostatniej Hunt pisze, że jest to „Kwintesencja nowojorskiego stylu życia”. Te poetyckie inklinacje, przed którymi zresztą autor się specjalnie nie broni, przywołują określenia związane z nastrojowością, na przykład: „klimat Nowego Jorku”, oraz sposobem jej doświadczania – aktywnego: „chłonać” i, chciałoby się powiedzieć, biernego (w sensie „bycia doświadczanym przez”): „pochłonał mnie klimat ulicy”.

Pobyt w Nowym Jorku wiąże się nie tylko ze specyficznym odbiorem przestrzeni, ale także czasu. Autor przyznaje: „Żyję jakąś dziwną terażniejszością, trochę mało stabilnie emocjonalnie, bo kilka razy podczas zwykłego spaceru zwyczajnymi miejscami odczuwałem wzruszenie, takie lekko ściskające za gardło, jak w trakcie oglądania taniego romansu” (JN). Doświadczenia te oznaczają ‘stan psychiczny osoby doznającej takich uczuć, jak tkliwość i rozrzewnienie, wywołany jakimś poruszającym zdarzeniem’ (SJP). Chciałoby się nawet powiedzieć, że są sentymentalne, tym bardziej, że pada sformułowanie „tani romans”.

W narracji Hunta miasto na płaszczyźnie fizycznej i wyobrażeniowej tworzone jest przez afektywne hiperbolizowanie epitetów jakościowych<sup>48</sup>: „najlepszy”, „największy”, połączonych z konstrukcjami rzutowanymi w przyszłość, a więc wpisującymi się w sferę marzeń: „Tu wszystko jest największe i możliwe”. To, że „wszystko jest (...) możliwe” odwołuje się do etosu *American Dream*, zgodnie z którym „życie powinno być lepsze, bogatsze i pełniejsze dla wszystkich oraz oferować każdemu możliwości zgodne ze zdolnościami i osiągnięciami, (...) bez względu na miejsce urodzenia i przynależność do klasy społecznej”<sup>49</sup>. Hunt stwierdza w tym duchu,

<sup>46</sup> Zob. P. H. Lewiński, *Retoryka reklamy*, Wrocław 1999, s. 88.

<sup>47</sup> Zob. T. Anbinder, *City of Dreams...*

<sup>48</sup> Znamienne jest tu występowanie leksemów mówiących o jakości, a więc stwarzających aurę promocji. Walery Pisarek ustalił, że przymiotniki „jakościowe” należą do jednych z najczęściej pojawiających się w polskich tekstach reklamowych; zob. J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004, s. 65.

<sup>49</sup> Tłum. własne z: „life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to ability or achievement (...) regardless of the fortuitous circumstances of

że NYC „symbolizuje to, co jest pragnieniem ludzi”. W związku z tak zarysowanymi wyobrażeniami, wejście w przestrzeń miasta staje się doznaniem silnych – i wygląda na to, że w tym kontekście uniwersalnych – emocji, porównywalnych do oszołomienia: „pierwszego dnia w Nowym Jorku jestem jednym wielkim bałaganem. Od naiwnej blondynki, jarającej się wielkim miastem symbolizującym *American Dream* różnię się tylko kolorem włosów”.

Z takiej koncepcji miasta wynika poczucie interpersonalnej wspólnoty: „To miasto ludzi takich jak ja”, a nawet, wiążące się z przyjemnymi odczuciami, poczucie „bycia u siebie”: „Nie ma też drugiego takiego miasta, w którym idąc ulicami, uśmiechałbym się do siebie. Nie tylko ja tak mam. To miasto ma w sobie coś, co sprawia, że czujesz się w nim jak u siebie” (UN). Intensywne są również uczucia, które bloger żywi wobec miasta, o czym świadczą słowa, będące wręcz wyznaniem: „właśnie Nowy Jork tak kocham”. Takie ujęcie pozwala też na antropomorfizowanie miasta na podobieństwo przyjaciela: „znalazłem się w miejscu, które mnie rozumiało”. Jest to antropomorfizacja oparta nie na czynnikach biologicznych, jak ta przywołana na początku artykułu, ale na determinantach poznawczych i uczuciowych.

Można powiedzieć, że mamy tu do czynienia z osobistą adoracją miasta z wyraźną komponentą emocjonalną ufundowaną na tym, co Teresa Skubalanka nazywa „afektywnym wartościowaniem obiektów rzeczywistości”<sup>50</sup>. Hunt ujmuje to tak: „kochamy to, co wielkie, piękne, monumentalne. Lubimy wszystko, co najlepsze, wszystko, co nas napędza, inspiruje i jest zarówno odzwierciedleniem naszych marzeń, jak i spełnieniem marzeń innych”.

Nie można jednak nie wspomnieć i o tym, że bloger dostrzega ambiwalentną twarz NYC, w obliczu której dochodzi do zderzenia idealizmu i rzeczywistości. Pokazuje to dobitne stwierdzenie: „Nowy Jork zmusi cię do kompromisów”. Okazuje się jednak (ponownie), że nie jest to powód do negatywnego wartościowania. Przeciwnie – Hunt rozumie to, że „każda zaleta tego miasta, może być jego wadą”. Zobaczmy, jak w tej perspektywie NYC wypada na tle innych miast: „Duchota, tłok, hałas, wszędyobylskie karaluchy i brud budują klimat tego miasta, ale nie ulega wątpliwości, że wielu osobom i prawdopodobnie w wielu innych miejscach na świecie te cechy dyskwalifikowałyby to miejsce, jako zdadne do zamieszkania. Już sobie wyobrażam, ile głów by poleciało w urzędach, gdyby nagle w warszawskim metrze zaczęły chodzić szczury, a na ulicach walały się wielkie worki ze śmieciami. Tutaj to norma. Tutaj to wszystko buduje klimat”.

Wydaje się, że właśnie w tym ambiwalentnym wizerunku ujawnia się *genius loci* Nowego Jorku, który odbija się następnie w związanym z miastem „semantycznie

---

birth or position”; J.T. Adams, *The epic of America*, s. 2014–2015.; cyt. za: Library of Congress, *The american dream. What is the american dream?*, <http://www.loc.gov/teachers/classroom-materials/lessons/american-dream/students/thedream.html> [dostęp: 12.05.2017 r.].

<sup>50</sup> Zob. T. Skubalanka, *O ekspresywności języka*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio F, Nauki Filozoficzne i Humanistyczne” 1972, nr 27, s. 123–135.

gęstych<sup>9</sup> określeniach, jakimi są toponimy: Times Square, Park Avenue, Lexington Avenue, Union Square, Central Park, księgarnia Strand, z których każdy może funkcjonować jako *pars pro toto* NYC.

Rekonstruując obraz miejsca autobiograficznego, nie można – jak podpowiada Czermińska<sup>51</sup> – opierać się tylko na zmysłowych doświadczeniach autora, ale sięgnąć należy także, do ukrytych, aluzyjnych bądź zupełnie oczywistych inkrustacji intertekstualnych, odniesień do cudzych doświadczeń. Hunt otwarcie przywołuje Woodiego Allena. Pisze tak: „Cafe Mogador jest w jakiś sposób związane z Woodyem Allenem. Podobno siedział i coś tworzył przy tym samym stoliku. Nie wiedziałem o tym wcześniej. Podobno w jednym z jego filmów są sceny z tego lokalu. Prawdopodobnie pewnego dnia obok jego nazwiska, z tym lokalem będzie kojarzone także moje”. Ta kanoniczna przeciwieść postać tworzy Huntowi kontekst autokreacyjny. Blogger od czasów młodości chciał zostać pisarzem, „Autorem”.

Właściwie w *Podążać za marzeniami* istnieją dwie legendy – własna legenda Jasona Hunta blogera-pisarza (doświadczenie autobiograficzne) oraz aktualizacja legendy Nowego Jorku (doświadczenie kulturowe). Ich kontaminacja uzmysławia z jednej strony uniwersalność, a z drugiej – unikalność konotacji, których podstawą jest nierozzerwalny związek języka i zmysłowego doświadczenia pozajęzykowego zapośredniczonego sensualnie i uczuciowo. Tak wyraźna sygnatura emocjonalna wyłaniająca się z przedstawionej tu rekonstrukcji, odzwierciedla to, że Jason Hunt, tworząc wpisy na swoim blogu, miał do Nowego Jorku stosunek podobny do tego, jaki prezentował przywołany na wstępie bohater filmu Allena – to znaczy – „Romantyzował go [NYC] poza wszelkie proporcje”<sup>52</sup>.

## SUMMARY

In the text, I analyze the image of New York based on the blog entries of Jason Hunt, describing itself as the king of the Polish blogosphere. The point of reference for me is the category of the autobiographical site proposed by Małgorzata Czermińska. In this context, I reconstruct the image of NYC in relation to other cultural texts and the Hunt blog. I pay attention to the emotional elements in the topography of the city and the ways of experiencing space in the city by senses. I refer to marketing practices that are at the heart of writing blogs that create an original brand using a storytelling strategy, which is a tool designed to create the legend. In the end, I confront the legend created by Hunt with the legend of the famous New Yorker – Woody Allen.

KEY WORDS: Tomek Tomczyk, New York, NYC, emotions, autobiographical places

<sup>51</sup> M. Czermińska, *Miejsca autobiograficzne...*, s. 191.

<sup>52</sup> Kwestia z: *Manhattan*, reż. W. Allen, USA 1979.

DIANA SANIEWSKA – *dr n. hum., literaturoznawca. Autorka rozprawy* Choroba i terapia. List romantyczny w perspektywie nauk o emocjach (2015). *Na białostockim językoznawstwie przygotowuje drugą dysertację poświęconą językowi afatyków i dyzartrików opisywanemu z logopedyczno-lingwistycznej perspektywy oraz w kontekstach antropologicznych. Zawodowo zainteresowana intymistyką dziewiętnastowieczną i współczesną. Fascynatka zjawisk językowych, także patologii języka i mowy. Pomysłodawczyni i organizatorka cyklu konferencji poświęconych emocjom (2013, 2014, 2016, 2017) i rozpoczętego w roku 2017 cyklu Białostockich Spotkań Młodych Logopedów; redaktor tomów pokonferencyjnych.*

---