

GABRIELA ŻUCHOWSKA
Uniwersytet Jagielloński

KICZ — PRZEGLĄD KONCEPCJI TEORETYCZNYCH I PROPOZYCJA DEFINICJI DO CELÓW BADAWCZYCH

Kicz — pojęcie potoczne i mocno wartościujące — niełatwo włączyć w system dyskursu filozoficznego i akademickiego. Odpowiadający mu termin wydaje się zbyt subiektywny i nacechowany pejoratywnie, by opracowania go zawierające mogły spełniać surowe wymogi warsztatu naukowego. Taki typ pseudonaukowych pojęć bywa nazywany *Kampfbegriff*, jako że *de facto* służą one nie określeniu czy wskazaniu czegokolwiek, lecz zwalczaniu jakiejś grupy zjawisk przez niekoniecznie umotywowane przypisanie ich do danej kategorii¹. Mimo to pojawiło się wiele znaczących prób redefinicji zjawiska kiczu na gruncie naukowym — począwszy od dziedziny krytyki sztuki i estetyki przez socjologię sztuki i historię designu aż po socjologię kultury i konsumpcji. W pełni obiektywnych kryteriów kiczu nie wypracowano, jednakże nie wydaje się to konieczne, by pojęciem tym posłużyć się w konceptualizacji badań empirycznych, a nawet przy wyjaśnianiu ich wyników czy w dyskusji teoretycznej na temat kondycji społeczeństw późnonowoczesnych. Odwołanie się do tego terminu niesie potencjał połączenia dorobku krytycznej publicystyki kontrkonsumpcjonistycznej ze sferą uchwytnych zjawisk, w której faktyczne zachowania i wybory jednostek będą mogły potwierdzić bądź podważyć przynajmniej niektóre tezy intelektualnej debaty na ich temat. Przydatność tego pojęcia została też niejednokrotnie potwierdzona w dziedzinie estetyki: „Wraz z pojęciem mógłby

Adres do korespondencji: gabriela.zuchowska@uj.edu.pl

¹ „Argumentem kiczu szermuje się w sporach artystycznych niczym bumerangiem, lecz to właśnie świadczy o tym, że problematyka kiczu jest wewnętrzną problematyką sztuki, a zatem, iż stosując kryteria estetyczne nie można oddzielić czystych cech kiczu od cech dzieła sztuki nie będącego kiczem” (Beylin 1975, s. 215).

zostać zlikwidowany w teorii problem istniejący i odgrywający niemałą rolę w praktycznym życiu sztuki, a przez to i społeczeństwa” (Beylin 1975, s. 203).

Na wstępie pragnę poczynić jeszcze jedną uwagę, którą rozwinę dalej: aby termin „kicz” zachował swą analityczną użyteczność i przejrzystość, konieczne jest wyraźne oddzielenie zjawisk, stylów i postaw, do których odnosi się pierwotny sens tego pojęcia, od kiczu hobbystycznego, czyli stylizacji na kicz powstającej wtórnie, w wyniku fascynacji zjawiskiem już istniejącym. Mimo że kiczowate przedmioty funkcjonują w takiej świadomej, często prześmiewczej, estetyce jako narzędzia naśladowania „autentycznego” kiczowatego stylu, to postuluję rezygnację z mówienia o kiczu w przypadku świadomego naśladownictwa. Aby oddzielić kicz pierwotny, prawdziwy od jego wersji wtórnej, należy odwołać się do intencji jednostki: kicz charakteryzować musi powaga i nieświadomość, ponieważ pastiszowe (Jameson 1996) i nie na serio posługiwanie się tą estetyką nie jest kiczem w sensie czystym (takie przypadki wyłączę zatem z analizy, zaliczając je raczej do kategorii kampu (Sontag 1979) czy postmodernistycznej estetyzacji/stylizacji konsumpcji). Jeżeli zakładamy nieświadomość kiczu właściwego, to wiąże się z tym rezygnacja z poszukiwania istoty zjawiska w odczuciach samych zainteresowanych, czyli twórców i amatorów kiczu. O kiczu będę zatem pisać z perspektywy nieuczestniczącego obserwatora i uwzględniać tylko jego nieświadome przejawy — natomiast deklarację kiczowatej postawy interpretować będę jako przejaw kiczu wtórnego, „nieautentycznego”.

ETYKA, SZTUKA I ESTETYKA *SENSU STRICTO*:
KICZ JAKO ZABURZONA MOTYWACJA TWORZENIA, NIEAUTENTYCZNOŚĆ,
STEREOTYPIZACJA I NIEINTEGRALNOŚĆ

Chronologicznie pierwsza ważna ścieżka definiowania pojęcia i zjawiska kiczu, zapoczątkowana przez *Kilka uwag o kiczu* Hermana Brocha, pozostaje wierna pierwotnemu, estetycznemu kontekstowi zjawiska, choć autor ten zastrzega, że *de facto* nie wypowiada się o sztuce, „lecz o pewnej postawie życiowej” (Broch 1998a, s. 113)². Okazuje się wręcz, że definicja przez niego wypracowana ma źródła etyczne, a nie estetyczne: zastąpienie moralnych kryteriów oceny estetycznymi może być właśnie symptomatyczne dla kiczu, odróżniające go od sztuki właściwej. Broch źródeł kiczu upatruje w trudno uchwytej empirycznie deformacji z natury otwartego systemu sztuki. Działalność artystyczna winna z powołania opierać się na dążeniu do poprawności, prawowitości procesu tworzenia. Zasadą pryncypialną jest „dobra” praca twórcza: w sensie etycznym (twórczość ma charakter autoteliczny albo tworzeniu i jego

² Także w tych rozważaniach mowa będzie jedynie o ścieżce definiowania czy wskazówkach, nie zaś o definicji jako takiej: por. otwierające esej (a ściślej odczyt) zastrzeżenie Brocha (1998a, s. 103): „proszę nie oczekiwać, że dostarczę wam precyzyjnych definicji, wszelkie definiowanie jest bujaniem w obłokach i z filozofią sztuki sprawa z pewnością nie przedstawia się inaczej”.

efektowi patronują kategorie aksjologiczne) lub metodologicznym (prawidłowość wykonywania ważniejsza od efektu, który ma wywołać forma końcowa). W systemie wartości autentycznej sztuka etyka ucieleśnia się w *techné*, doskonałości wykonania, z którą wartość estetyczna jest nieantagonizowana, skoordynowana niezależnie. Empirycznie w procesie tworzenia estetyka jest więc *de facto* nieobecna.

„Nie jest natomiast zdaniem artysty dążenie do piękna, stanowi ono raczej (jak prawda dla naukowca) dojrzały owoc, który spada mu w dłonie, gdy szczęśliwie ukończy on dzieło” (Broch 1998a, s. 113).

Sztuka, rzecz jasna, rodzi piękno, jak akt poznawczy rodzi prawdę, jednakże ów efekt jest wobec procesu tworzenia transcendentny. Autentyczna sztuka zachowuje walor systemu otwartego, kicz zaś jest jego domknięciem, któremu krystalizacja funkcji, skończoność i doraźność nadają charakter rzemieślniczy. Nie musi to jednak prowadzić do jakościowej różnicy powstających w ten sposób dzieł. Chociaż Broch postrzega dewiację sztuki jako wyrugowanie z estetyki kategorii etycznych, to jego koncepcja nie jest daleka od podejścia Kanta, który postulował bezwzględne oddzielenie etycznego i estetycznego systemu wartości, ich wzajemny wpływ oceniając jako wynaturzoną i szkodliwą interesowność (Beylin 1975, s. 30). Owa bezinteresowność u Kanta i otwartość systemu u Brocha wydają się częścią wspólną tych koncepcji — gwarantem wartościowości dzieł, którym zagraża wprowadzanie kryteriów z innego systemu. W kiczu piękno, zamiast pozostawać w sferze platońskich ideałów, zostaje przekształcone w cel bezpośredni; równocześnie dokonuje się redukcja kryteriów oceny i ostateczną instancją staje się opinia odbiorcy dzieła (w przypadku przedmiotów użytkowych — konsumenta). Analogicznie przebiega, jak się wydaje, opisywany przez Zygmunta Baumaną proces eliminowania „prawodawców” w dziedzinie kultury. Jednak szukając dziś bezpośrednich implikacji teorii Brocha, dokonamy przeciwnej obserwacji: dominacja logiki kiczu, uciekając od prawodawstwa krytyków, wiąże się z nowymi, bardziej nawet arbitralnymi kodeksami — między innymi z systemem mody (o którym szerzej za chwilę). Kryteria estetyczne są w tym ujęciu niemiarodajne dla podania cech dystyngtywnych kiczu, skoro nie musi się on od wartościowych wyrobów artystycznych różnić wyglądem czy wykonaniem³. Różni się w wymiarze etycznym, powstając z zaburzonego procesu tworzenia, który w tej aktywności wynaturzonej podporządkowany zostaje efektowi, za cel mając wywołanie u odbiorcy wrażenia piękna.

„[...] nieskończony cel, to, co istotnie estetyczne, irracjonalne, co automatycznie pojawia się jako prawdziwie uboczny «skutek» etycznie pozytywnego działania,

³ Podobnie u Pawła Beylina (1975, s. 212): „Żaden w owych środków formalnych wziętych oddzielnie czy też zorganizowanych w system nie jest jeszcze wartością. Te same zestawy odnajdziemy w dziełach, które uznajemy za piękne, i w dziełach, które uznajemy za kicze”.

[...] owo całkowicie irracjonalne coś zostaje oto przekształcone w racjonalny cel i to właśnie stanowi istotę systemu imitacyjnego, który pozornie niczym się nie różni od pierwotnego systemu wartości, a jednak znajduje się w bezpośredniej opozycji wobec niego” (Broch 1998b, s. 148–149).

Sztuka imitacyjna, jaką jest kicz, bez względu na jej obiektywną jakość, przez sam fakt bycia nastawioną wyłącznie na zaspokojenie oczekiwań ma być wartościowana etycznie, wiąże się bowiem z bezwzględny złem dogmatyzmu, którego istotą jest wchodzenie w autonomiczne kompetencje rozkazodawcze innego systemu wartości. Satysfakcja estetyczna odbiorcy dominuje nad dotychczasowym przywilejem artysty czy profesjonalnych krytyków w zakresie kształtowania powszechnej recepcji dzieła.

W podobnym kontekście Natalie Heinich (2001, s. 69–70; por. Heinich 1998) przywołuje koncepcję Alana Bownessa (1989): czterech koncentrycznie ułożonych kręgów społecznych, w których przebiega odbiór dzieła (społeczności artystów – krytyków sztuki – kolekcjonerów i sprzedawców – szerokiej publiczności spoza artystycznego środowiska). Zdaniem Heinich, współczesną recepcję dzieł charakteryzuje inwersja drugiego i trzeciego kręgu: produkty działalności artystycznej wprost z wąskiego kręgu artystów docierają do czysto komercyjnego środowiska mecenasów, którzy umożliwiają (bądź nie) i stymulują dystrybucję dzieł wśród masowej publiczności, z której nieco wyróżnia się krąg zawodowych krytyków jako najmniej powiązany z rynkiem. Ten kierunek rozważań jest bliski koncepcji Waltera Benjamina (z lat trzydziestych XX wieku): derytualizacji sztuki w dobie zaawansowanych technik, które pozbawiają dzieło sztuki jego wyjątkowości i „aury”, umożliwiając dyfuzję wśród publiczności nieograniczonej liczby równowartościowych kopii. Choć taka „marketingowa” logika i priorytety niosące kiczowaty efekt kierowały tworzeniem wielu dzieł sztuki rozmaitych epok (autor *Kilku uwag o kiczu* przytacza przykłady rozkwitu kiczowatej estetyki we współczesnym mu Związku Radzieckim czy rzekomych żywych pochodni cesarza Nerona), źródła kulturowej dominacji kiczu Broch (1998a, s. 107) upatruje w szczególnej kondycji umysłowo-społecznej XIX wieku:

„Niezależnie od tego, jak dalece kicz wycisnął swoje piętno na wieku XIX, sam wywodzi się w przeważającej mierze z tej postawy duchowej, którą uznajemy za romantyczną”.

Mentalność stanowiąca tak dobrą pożywkę dla kiczu cechowała mieszczaństwo, które wkraczało w wiek XIX niejako predestynowane do objęcia dominacji — „w fazie niezawodnego awansu”. Stało przed zadaniem uzgadniania tradycji ustępującej klasy dworsko-feudalnej z własnym — niegdyś rewolucyjnym — charakterem. Ta pierwsza łączyła obyczajowy libertynizm z dekoracyjnością i estetyzacją życia codziennego (co jest zapewne przywilejem każdej klasy rządzącej), przy czym sfera moralna nie musiała być przedmiotem codziennej troski, bo wpisywała się w mityczne wyobrażenia o boskim hierarchicznym po-

rzędu, któremu podporządkowywano się z pogodnym stoicyzmem. W tradycji mieszczańskiej odmiennie: przeważały kalwińska, purytańska asceza bądź katolicki ideał cnoty, kontestacja liberyńskiego *ancien regime*'u. Rozegzaltowany romantyzm, owocujący niespotykaną dotychczas eskalacją kiczu był w tej sytuacji próbą pogodzenia reformacyjnego odkrycia absolutu w każdej duszy ludzkiej, a tym samym prymatu jednostki, z odróżniającą mieszczaństwo od ustępującej arystokracji cnotą i ideałem monogamii. W sferze moralności duch epoki wyraził się więc w egzaltowanej namiętności:

„[...] wszelka powszednia, przypadkowa kopulacja wyniesiona zostaje pod niebios, urasta do rangi absolutu lub raczej pseudoabsolutu, przekształca się w wieczną i niezmienną miłość Tristana i Izoldy. A ponieważ w ten sposób to, co ziemskie i przyziemne, ulata ku wieczności, gdzie śmierć zostaje przezwyciężona, panuje tu nastrój wręcz nieprzyzwoicie nekrofilski. [...] Monogamiczny akt płciowy zostaje nie tylko wyniesiony do gwiazd: same gwiazdy wraz z całą wiecznością ściągają się na ziemię, aby zrodziła się tu rozkosz najwyższa z możliwych” (Broch 1998a, s. 109).

Broch widział prostą analogię między tą strategią wypracowywania własnej etyki a tendencjami w estetyce. Choć pogardzano dworską ozdobnością, rysy tamtej sztuki dekoratywnej wciąż odbierano jako wyznaczniki dominującej pozycji społecznej. W gruncie rzeczy pożądaną więc uciech artystycznych liberytynów, lecz w obawie przed marnotrawieniem czasu na żmudne, nie zawsze uwieńczone sukcesem tworzenie szukano jakiegoś wyższego poziomu czy instancji, która legitymizowałaby działalność artystyczną:

„I tak jak każda kopulacja miała ściągać na ziemię miłość niebiańską, tak każde dzieło sztuki jako takie miało sprowadzać niebiańskie piękno” (Broch 1998a, s. 111).

W kiczu aprobatą odbiorcy priorytetyzuje działalność artystyczną. Piękno, które ma osiągnąć udany kicz, nie jest rozumiane subiektywnie, lecz jako wartość mająca każdorazowo, bez względu na specyfikę historyczno-kulturową, zaspokajać uniwersalną potrzebę. Owo zaspokajanie staje się serią doraźnych działań, między którymi brak ciągłości i konsekwencji. Choć potrzeba piękna jest powszechnikiem kulturowym, a środki jej zaspokojenia powstają każdorazowo zgodnie z analogicznym mechanizmem i nie wymagają szczególnych kompetencji kulturowych, to jednak sprzężona z nią jest potrzeba nowości i potrzeba aprobaty przez szersze grono. Na bazie afiliacyjnych mechanizmów generowania gustu przez krąg towarzyski i grupy odniesienia, wobec braku immanentnie tkwiących w kiczowatej sztuce czy rzemiośle kryteriów oceny, obowiązujące w danym momencie i środowisku preferencje są ustalane przez modę, która jest systemem zamkniętym i autonomicznym wobec powstającej równolegle prawowitej sztuki.

Mimo nieodpartego uroku wywodu Brocha próba wyabstrahowania z jego koncepcji intersubiektywnych kryteriów pojęcia kiczu kończy się niepowodze-

niem. Pozwala zawęzić intuicyjne pojęcie kiczu i może stanowić przyczynek do historyczno-porównawczych studiów nad genezą jego dominacji (co prawda, dyskusyjnej) w kulturze. Wskazówek pozwalających na sformułowanie przyjętej tu *implicite* definicji jest jednak bardzo niewiele. Można wyszczególnić jedynie:

— podporządkowanie wytwarzania przedmiotu aprobacie i podziwowi najszerszej możliwie publiczności, brak szacunku dla niestandardowych gustów, kryterium porównań przedmiotów ograniczone do szacowania liczby amatorów;

— brak subtelności wyrazu — maksymalizm wrażenia piękna, zachwyty (nad sztuką i detalem użytkowym): nagromadzenie przeżyć, skrajność doznań, czystość wzruszeń czy teatralność autoekspresji (nie chodzi tu o kalkulację roli, ale raczej o to, jak reagują na bodźce bohaterowie *Młodego Wertera*, czy styl, który Proust nazywa „operą”, czyli dramatyczne przerysowanie);

— niepopadanie w ekstrawagancję, która hamuje masowość efektu; nie ma tu miejsca na kontrowersje — bodźce mają być płytkie, by chociaż częściowo docierały do prawie każdego i tak silne, aby zamaskować brak podmiotowej identyfikacji każdego z uczestników spektaklu, który wokół siebie tworzy kiczowata rzecz; przepych ozdobników ma więc abstrahować przeciętne wydarzenie i wpisywać je w pejzaż emocjonalny dowolnego obserwatora, a nadmiar formy uwalnia ją od treści, tworząc coś w rodzaju Barthesowskiego symbolu;

— przeciętność, powszechność, doraźność (natychmiastowość) efektu.

Niestety, choć w tekstach Brocha można doszukiwać się wskazania powyższych cech kiczu, kluczowe miejsce w jego teorii zajmuje wartościująca krytyka dogmatyzmu i dążenia do uniwersalności. Implikacje tej koncepcji prowadzą, przy próbie dochowania wierności jej „duchowi”, do skoncentrowania się na krytyce doraźności, płytkości i efemeryczności wrażenia piękna w kulturze masowej i generowanej przez nią modzie. Logiczną konkluzją musiałoby być uznanie całej współczesnej zachodniej kultury konsumpcyjnej za kulturę kiczu. Taka ścieżka rozumowania, choć efektowna, ma niewielką wartość poznawczą; lepiej nadaje się do objaśniania społecznej genezy zjawiska kiczu niż do badania jego współczesnych przejawów i, z wyjątkiem kilku punktów, nie widzę możliwości jej efektywnego rozwinięcia w postaci empirycznej. Przywołanie prac Brocha, mimo tych zastrzeżeń, uważam jednak za pożyteczne z dwóch względów. Po pierwsze, z uwagi na szczupłość dorobku teoretycznego poświęconego ściśle tematyce kiczu. Po drugie, dlatego że ów krytyczny wobec masowości i mieszczaństwa rys prac Brocha, bardzo wyraźny w jego esejach, powraca wiernie u dzisiejszych publicystów kontrkonsumpcjonistycznych (zob. Sowa 2003).

Bardziej precyzyjny, lecz mniej wyrazisty w swoim podejściu do kiczu polski teoretyk Paweł Beylin dwukrotnie zmierzył się z tym pojęciem. W 1966 roku wygłosił odczyt, w którym definiował je w kategoriach naśladownictwa i stereotypizacji, co otworzyło pole do polemik (m.in. ze strony Aleksandry Oko-

pień-Sławińskiej, Marcina Czerwińskiego, Andrzeja Jakimowicza, Wiesława Juszcza, Mieczysława Porębskiego czy redaktora pokonferencyjnego numeru pisma „Polska Sztuka Ludowa”, Aleksandra Jackowskiego). Ich krytykę naśladownictwa jako warunku koniecznego i wystarczającego do kwalifikacji dzieł jako kiczowatych autor uwzględnił w kolejnym eseju na ten temat (Beylin 1975), w którym wyszczególnił dwa kicze. Pierwszy, żerujący na akademizmie i plasujący się tylko o krok od niego, byłby idealizacją formy i chwytów artystycznych pochodzących ze sztuki i jej konwencji, które nadgorliwie doprowadza do przesady, petryfikuje bez polotu i bez treści. Kiczowate dzieło wyprane z treści jest zarazem pozbawioną tożsamości, nieudaną i bezsensowną kalką. W odróżnieniu od kiczu akademickiego istnieje również kicz jarmarczny, który idealizuje tematy, dekontekstualizując je, spłycając i odchodząc od pozornie pokrewnego folkloru, gdyż i tu także brak zakorzenienia, autentyczności, tożsamości, ale i naiwności (tę ostatnią cechę pominę w mojej, częściowo sprawozdawczej, definicji zjawiska, gdyż wręcz przeciwnie: naiwność uważam za warunek konieczny kiczu).

Z kolei Tadeusz Pawłowski (1987) sformułował obszerną typologię sposobów definiowania kiczu, nie opowiadając się kategorycznie za żadną z nich. Stosunkowo dużo uwagi poświęcił kategorii powtarzalności, nawiązując przy tym do koncepcji kultury masowej Antoniny Kłoskowskiej. Inni badacze (biorący udział w dyskusji we fragmentach opublikowanej w „Polskiej Sztuce Ludowej”) cechy główne kiczu widzą między innymi w: połączeniu bez myśli przewodniej niespójnych elementów pochodzących z policentrycznych tradycji, nieintegralności całego dzieła (Czerwiński), zachwianiu autentyczności regionalnej i kulturowej oraz przejściu standardów obcej kultury masowej (Jakimowicz) czy we wtórności, ale przejawionej, karykaturalnej, w niedostosowaniu inspiracji do procedur i formy końcowej.

KICZ JAKO TYP IDEALNY:

SYNDROM CECH FORMALNYCH POZWALAJĄCYCH NA KWALIFIKACJĘ KONKRETNYCH PRZEDMIOTÓW MATERIALNYCH JAKO KICZOWATYCH

Kicz zatem nie tylko potocznie funkcjonuje jako wyrażenie wysoce subiektywne, oceniające, konotatywne i bardzo zniuansowane; nie ma stałego zbioru desygnatów, lecz w zależności od preferowanych przez definiującego kryteriów czy sfer, w których jest obserwowany, może przyjmować różne formy. Najcenniejsze byłoby w pełni sprawozdawcze, klasyfikujące i uniwersalne rozumienie pojęcia (Pawłowski 1987), pozwalające intersubiektywnie wyróżnić zbiór przedmiotów kiczowatych spośród ogółu innych. Nie wypracowano jednak wystarczających kryteriów formalnych, które umożliwiłyby wyznaczenie takiej obiektywnej linii demarkacyjnej, choć istnieje wiele typologii porządkujących, czyli wyznaczających miejsce obiektu bądź dzieła na zrelatywizowanym do danej dziedziny kontinuum „kiczowości”. Takie próby

podjęli Theodor Adorno w muzyce, Walther Killy i Umberto Eco w literaturze czy Eberhard Wahl i Abraham Moles w sztuce użytkowej, pokazując niektóre z morfologicznych kryteriów kiczu. Pozostając w sferze materialnej, najbliższej socjologii konsumpcji, będącej tu głównym odniesieniem, omówię pokrótce typowe parametry przedmiotów kiczowatych, gdzie-niegdzie uzupełnię je o cechy nowoczesne, ewoluujące wyraźnie z wyszczególnionych tendencji. Sięgnę przy tym do pracy Abrahama Molesa (1978, s. 58–71).

(1) Linie wyznaczające kontury przedmiotów bądź wzorów to skomplikowane krzywe o wielu punktach przegięcia, charakterystyczne dla *nouvelle*, czyli stylu „kluskowatego”, zwanego tak od typowych form gotującego się makaronu. Mało jest natomiast punktów zaczepienia czy nieciągłości (poza końcowymi partiami motywu). To styl charakterystyczny na przykład dla kwiecistych obrzeży pocztówek.

(2) Krzywe występują w rodzinach powtarzających się elementów o różnej wielkości, lecz o tych samych proporcjach. Takie ornamenty i krzywe konturu to ostre kryterium, które mogłoby zostać użyte w analizie matematycznej, jednak jest ono bardziej trafne dla kiczu z początku XX wieku (jak *de Stijl* w dekoracji), a mniej na gruncie estetyki współczesnej. Tutaj nasuwa się za to na myśl „kanon” kiczowatych wzorków, które często pozwalają bardzo trafnie wyróżnić kicz późnokapitalistyczny: serduszka, gwiazdki, strzałki czy śnieżynki (albo bardzo popularne w Japonii *Hello kitten*).

(3) Brak większych, niezakłóconych powierzchni. Wszelkie płaszczyzny wypełniają nagromadzone w maksymalnym stopniu elementy dekoracyjne. Sądzę, że konieczne jest tu odróżnienie tych wzorów od choćby perskich arabesek muzułmańskich: w kiczu ornamenty są heterogeniczne w kolorystyce i motywach i często mają charakter figuratywny.

(4) Wiele kolorów i zestawienia kontrastów ich czystych, dopełniających się postaci. Wiele barw ułożonych w tęczę, a także dominacja różów, czerwieni i fioletów. Współcześnie obok różu do palety kiczu należałoby zapewne dodać wszelkie kolory fluorescencyjne, metaliczne, żółty (charakterystyczny dla lat osiemdziesiątych XX wieku) i pastele, zwłaszcza te, które w naszej kulturze stereotypowo kojarzone są z płcią niemowląt.

(5) Prawie niezawodnym kryterium są (jak zresztą wszelkie podróbki i atrapy) materiały udające coś innego. Na przykład: drewno imitujące marmur, guma czy folia udające tkaninę, pozłacane metale czy plastik ukształtowany na wzór drewna. Za Tadeuszem Pawłowskim (1987, s. 185) warto dodać jeszcze jedno: nadanie kształtu aerodynamicznego przedmiotom wybitnie statycznym, takim jak popielniczki czy lampy.

(6) Ostatnim elementarnym wyznacznikiem, nader trafnym w przypadku przedmiotów dekoracyjnych, jest znaczna rozbieżność między rozmiarami wtórnego przedstawienia i jego modelu: wyolbrzymienie czy zminiaturyzowanie oryginału albo wzoru naturalnego, takie jak bibeloty wzorowane na

znanych zabytkach: wieża Eiffla czy Łuk Triumfalny na breloczku do kluczy, miniaturowe słonie lub ogromne, stylizowane myszy czy motyle jako rzeźby ogrodowe. Ta redukcja lub rozszerzenie wzoru wiąże się z prymatem dekoracyjnej funkcji przedmiotu nad jego istotą — dostosowywaniem wymiarów dzieła do przestrzeni jego ekspozycji: na przykład obrazy przycina się albo pomniejsza do wielkości ściany salonu albo powierzchni blatu, zamiast znaleźć miejsce bardziej odpowiednie dla ich oryginalnych rozmiarów i charakteru.

Te elementarne cechy Moles uzupełnia o cztery kryteria odnoszące się do całych zbiorów czy systemów przedmiotów (stylów, wnętrz użytkowych, kompozycji w rozumieniu *display* itd.), związków między materialnymi elementami jakiejś przestrzeni:

(1) Na kicz wskazuje nagromadzenie przedmiotów w niewielkiej przestrzeni, dające efekt ściśnięcia i przytłoczenia. Kiczem jest zbieractwo, magazynowanie, które zatrzymać może fizyczny brak miejsca na nowe eksponaty, ale nie względy estetyczne.

(2) Gromadzone są przedmioty heterogeniczne pod względem faktur, kolorów, rozmiarów, stylu i zastosowania. Ich kombinatoryka nosi znamiona nieświadomego surrealizmu: te przypadkowe zestawienia przywołują zaskakujące skojarzenia.

(3) Elementy nie pasują do siebie formalnie, ale i funkcjonalnie: rzecz jasna, standardowe wyposażenie medyczne, kuchenne czy kosmetyczne nie jawi się jako kicz, lecz na przykład serie dekoracji ściennych czy bibelotów (jeżeli wyobrazimy sobie typowe wnętrza mieszczańskie z kamienicy, zauważymy tu kontynuację koncepcji Brocha).

(4) Ekspozycje autentycznie kiczowate nie są wynikiem zamysłu artystycznego czy dekoratorskiego — powstają przez „zasiedziałość”, stopniowe narastanie się pamiątek z podróży, trofeów kariery społecznej (statuetki czy dyplomy), prezentów czy kolejnych narzędzi spełniających te same funkcje, a różniących się jedynie wzornictwem (kolejny przytyk wobec wielopokoleniowych kolekcji u mieszczań).

Te łatwo wyróżnialne cechy kiczu, chociaż umożliwiają relatywnie proste klasyfikacje, zamykają się jednak w dziedzinie estetyki i nie mają znaczących implikacji socjologicznych. Ciekawszym materiałem do badań byłyby — niesprzeczne z powyższymi, acz znacznie bardziej subiektywne — „cechy ukryte”, które Abraham Moles (1978, s. 76) przytacza za wynikami badań Engelhardta i Killy’ego. Pozwalają one wyznaczyć pięć zasad kiczu, rozumianego wciąż jako cecha przedmiotów, rozpatrywanych jednak ze współczynnikiem humanistycznym, czyli z uwzględnieniem zamierzeń ich twórców i konsumentów. Wzięte łącznie, jako pewien syndrom, mogą dać badaczowi szansę uchwycenia specyficznego typu wrażliwości, zapośredniczonej przez dobra i w nich się materializującej. Owe zasady, trafniej oddają charakter kiczu, który nie jest stylem czy modą, ale pewnym stałym modusem w rozwoju form i za-

chowań. Oczywiście, zasady te należy ujmować jako wzajemnie powiązane — do orzekania o kiczu nie wystarczy jeden z poniższych czynników w oderwaniu od innych.

(1) Niedostosowanie: chodzi o pewną dewiację, stałe odchylenie od nominalnego przeznaczenia i funkcji, jaką dany przedmiot użytkowy powinien pełnić. Mimo niekiedy starannego wykończenia kiczowate rzeczy rażą pokretnością koncepcji. W sztukach narracyjnych paralełą byłby tu zupełny brak odniesień do rzeczywistości, realizm magiczny. Przykładem może być nadawanie fantazyjnych form przedmiotom najbanalniejszym, takim jak łyżka do butów, miniaturowe zabytki czy rzeźbione karykatury znanych postaci w roli zakrętek do butelek, przycisków do papieru czy spinek do mankietów — przy czym nie chodzi tu o zabawki dla dzieci, co kieruje nas w stronę ciekawego współcześnie zjawiska infantylizacji konsumpcji.

(2) Kumulacja to, w przeciwieństwie do minimalizmu i prostoty, monstrialna dążność do gromadzenia w jednym przedmiocie maksymalnej liczby pseudofunkcji, zapożyczeń, stylów i elementów dekoracyjnych — rażące połączenie kolekcjonerstwa pozbawionego myśli przewodniej i ozdóbkarstwa.

(3) Synestezja: bliskie kumulacji staranie zaangażowania maksymalnej liczby zmysłów, próba chorobliwego zintensyfikowania percepcji przez zaatakowanie jak największej liczby kanałów zmysłowych: naraz lub obok siebie. Tę tradycję rodem z lunaparku podtrzymują dziś między innymi kina trójwymiarowe i symulatory albo tzw. spektakle światła i dźwięku, którymi władze niektórych miasteczek starają się podnieść atrakcyjność turystyczną swoich zamkowych wzgórz.

(4) Komfort: unikanie wszelkich trudów, wysiłku i nudy związanych z użytkowaniem rzeczy czy odbiorem dzieła sprawia, że stosunek do przedmiotów ogniskuje się wokół wygody, znajomej prostoty, dobrego samopoczucia i — definiowanego na bazie przekazów medialnych — luksusu. Wiąże się z dążeniem do kryjącego się pod niemieckim terminem *Gemütlichkeit* zjawiska „uprzytulniania” świata. W sferze wizualnej preferowane są łagodne formy i kolory, znane i oswojone motywy; co w muzyce i sztukach narracyjnych przejawia się w uzależnieniu od powtarzalnego rytmu. Przykładem jest szablony popowych piosenek (zwrotki przeplatane refrenem i zasadniczo stały, wąski repertuar zwrotów i fraz w warstwie lirycznej różnych utworów) albo sztampowość popularnych gatunków literackich, filmowych i telewizyjnych (standardowe typy postaci, analogiczny szkielet akcji), w których zadowolenie uzyskiwane jest cyklicznie (przy wyjaśnieniu zagadki w kryminale, zakończeniu misji w serii filmów o Jamesie Bondzie, a w krótszym cyklu — dzięki komicznemu rozwiązaniu każdej sceny w sitcomie). Oprócz wygody, konsumpcję dóbr stymuluje dążenie do regularnego potwierdzania własnej wartości przez porównywanie, jednak przy zachowaniu postawy zasadniczej akceptacji siebie i dominującej roli towarów w systemie komunikacji. Cha-

rakterystyczny jest bardzo mały dystans do nabywanych i posiadanych przedmiotów⁴.

(5) **Przeciętność**: kicz znajduje się zawsze w pół drogi między tym, co od dawna znane, a tym, co pociąga nowością; przeciwstawia się awangardzie, daleki jest jednak od konserwatyzmu. Charakterystyczne jest odbijanie z pewnym stałym opóźnieniem nowych trendów i ciekawostek w dziedzinie mody czy wzornictwa przemysłowego, jednak w wersji złagodzonej, dostosowanej do masowych gustów przez odwołanie do znanych stylów estetycznych. I balansowanie przy tym między brakiem umiaru a zachowaniem pewnej miary, bo zbytne zniesienie w stronę skrajności niszczy kicz, zastępując go pięknem bądź szczerą brzydotą. Kicz jako produkt doraźnej realizacji potrzeby piękna jest zawsze „na miarę każdego człowieka”, inaczej niż produkty sublimacji potrzeb i dzieła sztuki, które z zasady go przerastają.

„Przeciwie do tego, co mówi mit wypracowany wokół Haute Couture — pisze Roland Barthes (2005, s. 299) — bardzo możliwe, że to krawiectwo średniego poziomu ma decydujący wpływ na rzeczywiste przyspieszenie zakupów ubrańowych”.

Przeciętność w połączeniu z komfortem nieodmiennie są główną siłą napędową konsumpcji dóbr trwalszego użytku, ale współcześnie generują także bardziej specyficzne zjawiska. Kicz łączy sentymentalną nostalgię z tradycją (w warstwie symbolicznej) i tendencję do gromadzenia z imperatywem bezkrytycznie rozumianej nowoczesności i aktualności: na styku tych zasadniczo sprzecznych dążeń powstają przeróżne wynalazki kompozycyjne, mające na celu dostosowanie podziwianej estetyki do współczesnych standardów. Powstają sprzęty o zaawansowanych mechanizmach (pióra, zegary, telefony i funkcjonalne hybrydy) wmontowane w obudowy staroci, które odpowiednio modyfikuje się, by służyły nowej koncepcji ich zastosowania. Wtórnie za tym procesem nadchodzą gadzety imitujące tamte w antycznych obudowach, łączące nowoczesne i stylizowane elementy. Pojawiają się stare aparaty telefoniczne z wbudowanym mechanizmem dostosowującym je do nowoczesnych standardów wygody albo elektroniczne zegary z kukułką. Ich dalekimi pochodnymi są stylizowane na autentyczną twórczość ludową regionalne pamiątki (np. ciupagi), do których wprowadzono techniczne udogodnienia (długopis czy nawet laser). Te przykłady odsyłają bezpośrednio do opisanego przez Molesę pozornego funkcjonalizmu, który ujmuję niżej jako mit użyteczności.

Intuicja podpowiada, że uzasadniona jest operacjonalizacja zasady przeciętności czy uśrednienia preferencji we współczesnym społeczeństwie jako skłonności znacznej liczby konsumentów do podobnych wyborów estetycznych spośród ogółu produktów znajdujących się w ich logistyczno-finansowym

⁴ Eksplicacja tej zasady u Molesy odsyła do zdecydowanie antykapitalistycznego i antymieszkańskiego wątku jego rozważań. Moją interpretację chciałabym dopasować do realiów społeczeństw późnego kapitalizmu — z wyłączeniem ideologizujących odwołań do ich genezy.

zasięgu. Zauważmy jednak, że repertuar tych produktów jest zwrotnie kształtowany przez trendy wyborów konsumenckich, a mimo to wachlarz różnych form, jakie przyjmują dobra, zmienia się z sezonu na sezon, co sprawia wrażenie pełnej autonomii wobec preferencji poszczególnych klientów. Warto więc chwilę zastanowić się nad genezą uniformizacji gustów w warunkach postfordyzmu, czyli w założeniu rynku konsumenta. Skupię się raczej na uległości wobec mody i reklamy determinującej wybory jednostek niż wariatywności ich indywidualnych preferencji. Na funkcję podtrzymywania przeciętności przez modę zwracał uwagę już Georg Simmel (1980, s. 181):

„Urok naśladownictwa leży przede wszystkim w fakcie, że umożliwia ono dogodną próbę sił, która jednak nie wymaga znaczniejszych, osobistych i twórczych zastosowań, lecz rozgrywana jest gładko i lekko [...] naśladownictwo [...] reprezentuje sobą jedną z podstawowych tendencji naszego charakteru, a mianowicie tę, która zadowala się podobieństwem, jednolitością, przystosowaniem jednostkowego do ogólnego i kładzie nacisk na element stałości w zmianie”.

SYSTEM MODY JAKO CZYNNIK STYMULUJĄCY PRZECIĘTNOŚĆ WSPÓŁCZEŚNIE — KICZ JAKO PRODUKT KULTURY MASOWEJ?

„Marksista powiedziałby, że burżuazja zdegradowała sztukę do poziomu kiczowatego towaru, dlatego też okresy największego rozkwitu kapitalizmu przemysłowego siłą rzeczy muszą być jednocześnie okresami rozkwitu kiczu” (Broch 1998a, s. 107).

Powyższa uwaga Brocha z roku 1950 powinna się zdezaktualizować wraz z nadejściem późnego kapitalizmu i rynkowej rewolucji, postfordyzm zmienił bowiem rozłożenie akcentów na rynku towarów. Wraz z uzależnieniem dynamiki rynku od nieograniczonych wyborów konsumenta spośród tego, co oferują mu konkurujący o jego pragnienia producenci, priorytetowe powinny stać się jakość wyrobu i demokratyczny proces kreowania indywidualistycznych wizerunków. Producenci coraz bardziej skupiają się na dążeniu do uzyskania doraźnej aprobaty klienta. W granicach ekonomicznej opłacalności i technicznych możliwości masowej produkcji towarów rynek musiał wykształcić odpowiednie, subtelne, choć bezbłędne, sposoby permanentnego wywoływania pożądanego efektu piękna, którego potrzeba ma być zaspokajana przez konsumpcję odpowiednich dóbr. Zamiast skoncentrowania na produkcie i dążenia do jego jakościowej przewagi nad konkurencją, energia producentów jest kierowana na strategię reklamowe, które mają wyolbrzymiać pozapragmatyczne pragnienie przedmiotów niewiele się *de facto* różniących od już posiadanych, gdyż są produkowane taśmowo. Udoskonalone mechanizmy komercyjnej perswazji, stając się główną determinantą konsumpcyjnych preferencji, zmniejszają rolę prywatnego zmysłu estetyki konsumenta. Wzrost kulturowego znaczenia konsumpcji wzmocnił więc rolę mody jako zewnętrznego wobec indywidualnych gustów

źródła kryteriów wartościowania dzieł sztuki i produktów użytkowych. Zalew kiczu wśród masowych towarów jest faktyczną konsekwencją panowania rynku konsumenta, który wymusza na twórcy nastawienie na efekt uzyskiwany nie tyle dzięki obiektywnym cechom produktu, ile przez dążenie do generowania nowych pragnień w grze symboli i autorytetów, będących częścią instrumentarium autonomicznego systemu mody.

„Moda ukrywa się niczym bóg: wszechmocny, a jednak udający, że tkanina drukowana ma pełną swobodę oznaczania Wyścigów w *naturalny sposób*. Moda jest tu traktowana jak wstydliva i despocytna wartość, przemilczająca swoją tożsamość” (Barthes 2005, s. 280).

Tak czterdzieści lat temu pisał Barthes w *Systemie mody*, gdzie stosując drobiazgową strukturalistyczną metodologię dowiódł, że moda jest w kulturze systemem semantycznym o pełnej autonomii⁵. Moda jako system jest w tej koncepcji przedstawiona jako rodzaj nieuchwytnej i implicytnej, bo prawie zawsze przemilczanej determinanty stosunku zachodzącego między jakościowo różnymi strukturami: ubiorem jako obrazem, czyli całościową ideą danego stroju, ubiorem jako technologiczną realnością, konkretem oraz strukturą słowną ubioru. Zmiany mody są zupełnie arbitralne, bo to, jakie *signifiant* (rodzaj ubioru) desygnuje w danym momencie Modę (czyli zawsze to samo wskazywane przez nie *signifié*), każdorazowo jest wynikiem niczym nieuwarunkowanej decyzji; system ten jest w pełni konwencjonalny. Jak pisze Barthes o tej nieskończonej metaforze jednego desygnatu:

„Jeśli żurnal opisuje jakiś strój za pomocą mowy, robi to tylko po to, by przekazać pewną informację, której treścią jest — Moda” (Barthes 2005, s. 25).

„*Signifié* zawsze jest ściśle pojedyncze — zawsze i wszędzie jest nim Moda” (Barthes 2005, s. 283).

Co więcej, w magazynach poświęconych modzie reguły stroju, wszystkie pozornie mówiące o praktyczności („biel jest doskonała na upały”), sprawczości („kwiaty przynoszą wiosnę”) czy odpowiedniości („na wieczór tylko czerń”), w rzeczywistości odsyłają do samej mody — wartości samej w sobie, powstającej arbitralnie, choć próbuje się ją legitymizować jako dostosowaną do wymogów codziennego życia.

„Funkcją systemu retorycznego jest maskowanie systemowej i semantycznej natury wypowiedzi, które są jej podporządkowane, poprzez przekształcenie równoważności w rację, [...] złączenie świata i ubioru czyni przedmiotem *zwykłego*

⁵ Zastanawiając się tu nad modą sięgnęłam po teoretyczne odwołania do strukturalnego ujęcia tego zjawiska przez Barthesa, ponieważ jego analiza mody z żurnali — jako systemu wybitnie arbitralnego — najlepiej pokazuje źródła uniformizacji preferencji estetycznych (zresztą, podobnie jak w *Dystynkcji* Bourdieu). Jednak moda powstająca oddolnie, za sprawą inspiracji „ulicą” także prowadzi do wykształcenia się uniformizujących trendów, czym zajmę się dalej.

dyskursu, ujawniając przyczyny, pokrewieństwa, [...] wszelkie pseudologiczne skutki” (Barthes 2005, s. 280).

Faktycznie, wydaje się, że normatywny system mody, determinujący wybory i styl konsumowania, przez jednostki jest postrzegany jako oczywisty i dany⁶, na równi z innymi faktami społecznymi. Georg Simmel (1980, s. 184) także podkreśla arbitralność tego systemu:

„Z reguły materialne uzasadnienie działania pokrywa się z generalnym upowszechnieniem, ale w wypadku mody istnieje całkowita rozbieżność obojga i jednostce pozostaje tylko ogólna akceptacja jako decydujący motyw jej przyjęcia. Sądząc po brzydkich i odpychających rzeczach, jakie są czasami modne, można by przypuszczać, że moda pragnie okazać swą władzę zmuszając nas do noszenia najbardziej odrażających rzeczy dla niej samej”.

W okresie późnego kapitalizmu produkty, dostępne jednostkom bez wysiłku, funkcjonują w stałym dla całego zachodniego świata cyklu, który pod względem estetycznym podlega wspólnemu systemowi trendów generowanych przez pojedyncze centra (Skandynawia i Berlin dla designu, Mediolan czy Paryż w przypadku odzieży). Elementy lokalne w toku globalizacji zostały wpisane w pojedyncze, przemijające trendy w ogólnym systemie, a z czasem zupełnie wyparte na rzecz zunifikowanych, cyklicznie zmieniających się stylów. Ogromna większość przedmiotów będących w danym momencie w obiegu społecznym to modele najnowsze bądź wyraźnie rozpoznawalne jako pochodzące z kilku (nie więcej niż ośmiu) ostatnich sezonów. Cykl życia produktów intencjonalnie został skrócony tak, aby produkcję od konsumpcji docelowo dzielił okres nieprzekraczający dwóch lat. W przypadku przedmiotów użytkowych ten cel jest osiągany przez dostosowanie jakości do maksymalnie kilkunastomiesięcznego okresu gwarancji. Z kolei przedmioty o funkcji dekoracyjnej oznacza się charakterystycznymi elementami wizualnymi, które w powszechnym odbiorze mają przypisać je do konkretnego sezonu. Brak aktualności jest odbierany jako komunikat o mniejszym powodzeniu społecznym, zatem w wielu kręgach zawodowych i towarzyskich marginalizuje jednostki. W ten sposób wskazówki mody stają się społecznie ważniejszym kryterium wyborów niż indywidualne preferencje estetyczne i w perspektywie czasu to one kształtują gust.

Wizerunek kreowany przez jednostki za pomocą systemu dóbr materialnych w efekcie jest wyrazem mniejszej bądź większej uległości wobec mody albo zdecydowanej i celowej opozycji wobec niej — w sytuacji braku systemów alternatywnych niemożliwe jest funkcjonowanie zupełnie obok, niezależnie od tego powszechnie obowiązującego kodu. Fakt, że styl bardzo indywidualny, odmienny od lansowanego w danym momencie, jest zawsze opozycyjny wobec efemerycznych trendów sezonu, zrywa jego zakorzenienie czasowe na rzecz

⁶ Analogicznie, Peter Berger i Thomas Luckmann (1983) opisują skonstruowaną rzeczywistość społeczną dnia codziennego jako *taken for granted*.

wiecznie napiętej relacji z terażniejszością. Brak aktualności jest postrzegany w kategoriach spóźnienia i błędu. W warunkach monopolu krótkotrwałości odniesienia do przeszłości przekształcają się w ulotne momenty nostalgii. To dobra egzemplifikacja fragmentaryzacji czasu na serię wiecznych „teraz” (Jameson 1996).

Umieszczenie przeciętności wśród wskaźników kiczu wymaga sformułowania zastrzeżeń. Uznanie całej współczesnej kultury konsumpcyjnej za przejaw kiczu ze względu na samą jej masowość byłoby odarciem tytułowego pojęcia z całego potencjału, jaki może wnieść do naukowego dyskursu i badań, degradowałoby je do rangi *kampfbegriff*. Przeciętność zatem, rozumianą jako uległość wobec autorytetów (mody, ekspertów, celebrytów, środowiska, grup rówieśniczych itd.), w połączeniu z lękiem przed zbytnim ekscentryzmem, konwencjonalizmem w estetycznych preferencjach i wstydem jako ich głównym korektorem można włączyć jedynie jako część składową definicji specyficznego typu konsumowania, na równi z elementami dążenia do komfortu (por. poprzednie typologie) i dekoracyjności (wyżej jako „kumulacja”). Dopiero wówczas można kategorię przeciętności zastosować w badaniach empirycznych wraz z drugim komponentem, odnoszonym przez Alexandra Molesa do przedmiotów.

KICZ JAKO POSTAWA WOBEC ŚWIATA MATERIALNEGO, GENERUJĄCA SZCZEGÓLNY TYPI STOSUNKÓW Z PRZEDMIOTAMI

Pojęcie kiczu można zoperacjonalizować w oderwaniu od konkretnych obiektów materialnych. W tym sensie jest to typ stosunków, jakie człowiek może nawiązywać z dowolnymi przedmiotami, warunkujący jego styl konsumpcji. Wykorzystam w tym celu ujęcie kiczu jako proporcji opisanych poniżej postaw, uzupełnionych o cechy samych przedmiotów, na przykład „przeciętność”. Nawiązując do dzieła Molesa (1978, s. 36), można wyróżnić sześć podstawowych typów stosunków ludzi ze światem przedmiotów, które w określonych proporcjach wchodzi w skład typów bardziej złożonych. Jeden z takich typów będzie charakterystyczny dla kiczu. Najpierw scharakteryzuję krótko (w ich formie „czystej”) poszczególne postawy wobec przedmiotów:

Postawa *a s c e t y c z n a* opiera się na systematycznym ograniczaniu bądź odrzucaniu wszelkich przedmiotów, które nie pełnią niezbędnych w życiu funkcji; ta zdolność wyrzeczenia się komfortu i przyjemności obcowania z materialnym otoczeniem jest charakterystyczna dla ortodoksyjnych wspólnot religijnych oraz współczesnych kontestatorów konsumpcjonizmu. Etyka surowości i ograniczeń ma za zadanie zachować integralność jednostki wobec kultury obfitości; łączy się często z dużym dystansem do świata społecznego w ogóle oraz skłonnością do jego krytyki.

Postawa *a g r e s y w n a* to czerpanie przyjemności z destrukcji. Obejmuje całe spektrum zachowań: od patologii chuliganizmu, poprzez piromanię, po-

tlacz, aż po charakterystyczne dla momentów przejścia w wielu typach kultury oczyszczanie terenu z rekwizytów przeszłości i tworzenie symbolicznej przestrzeni, uwalnianie się od presji rzeczy. Panowanie nad przedmiotami jest tu najpełniejsze w momencie niszczenia. Od ascetyzmu różni tę postawę — paradoksalnie — szacunek wobec przedmiotów, nierzadko bogata symbolika zbudowana wokół sfery materialnej, a także autoteliczny charakter stosunków z przedmiotami (niszczenie jest nagradzające samo w sobie, podczas gdy asceza jest podporządkowana szerszemu systemowi etycznemu, który ma ją wynagradzać).

Postawa *nabywca*, czyli gromadzenie, polega na utożsamieniu pola posiadania z obszarem władzy człowieka. Przedmioty są postrzegane jako ekstenzje właścicieli, a ogół materialnej sfery świata społecznego — jako chaotyczny zbiór, nad którym władanie symbolizuje władzę w innych sferach społecznych. Co istotne, nabywane przedmioty nie zastępują się wzajemnie: gromadzenie postępuje nawet wówczas, gdy objętość przedmiotów przekracza pojemność miejsca przeznaczonego pierwotnie na ich ekspozycję. Nabywaniu dóbr zaczyna wtedy towarzyszyć nabywanie przeróżnych kontenerów (notabene również traktowanych jako produkty o walorach estetycznych), mających pomóc wygospodarować przestrzeń na nowe nabytki. Działania wynikających z tej postawy napędza często permanentne porównywanie się z grupą odniesienia. Warunkiem przyjemności jest więc nie tylko nieposkromione gromadzenie i eksponowanie wszelkich przedmiotów, ale też posiadanie wśród nich eksponatów w danej chwili najmodniejszych, przynoszących największy prestiż społeczny. Co ważne, granica tolerancji jest tu szeroka i luksusowe dobra, lansowane przez elitę, bez wielkiego żalu zastępuje się atrapami i podróbkami oryginału, które bardziej bądź mniej udolnie powtarzają luksusowy projekt, pozwalają zaoszczędzić na materiale i jakości wykonania. Stosunek nabywczo-gromadzący jest wyraźnie kontrastowy do postawy kolekcjonera⁷, dla którego jakikolwiek wyrób niebędący pierwowzorem powstałym z oryginalnego projektu jest bezwartościowy. Z postawy nabywczej wywodzą się w prostej linii dwie z wyżej opisanych zasad kiczu: kumulacja (jako zbieractwo różnych przedmiotów i jako zamiłowanie do dekoracyjności) oraz przeciętność, gdyż system symbolizowania społecznego prestiżu jest generalnie wspólny w danym społeczeństwie, a więc i aspirujące do prestiżowych przedmioty funkcjonujące w obiegu masowym są podróbkami tych samych modeli.

Hedonizm konsumpcyjny: nad utylitarnym podejściem do przedmiotów góruje ideał spontanicznej przyjemności z obcowania z nimi i zachwyt nad pięknem objawiającym się w znanych motywach według schematycznych kategorii. Zmysłowość obcowania z przedmiotami objawia się w potrzebie cielesnego kontaktu z nimi, nieustannego odbierania z ich strony zaskaku-

⁷ Szerzej na temat kolekcjonowania zob. Baudrillard 2004.

jących bodźców. Infantylnizacja konsumpcji, czyli regresja stylu konsumowania w kierunku zachowań charakterystycznych dla najmłodszych konsumentów, jest doskonałym przykładem tej postawy u tych dorosłych, którzy traktują wszelkie dobra użytkowe jak zabawki dostarczające codziennej umiarkowanej porcji społecznie akceptowanego zadowolenia. Zatraceniu ulega racjonalna ocena jakości i użyteczności przedmiotów, zastąpiona stanem ekscytacji osiąganym podczas zakupów, zakupami terapeutycznymi (samonagradzanie lub pocieszanie się przez nabywanie zbytecznych akcesoriów). Nacisk kładziony jest na ponoszenie jak najmniejszego wysiłku podczas użytkowania przedmiotów. To ostatnie jest zupełnie naturalne w przypadku narzędzi, tu przenosi się jednak również na podejście do sztuki i rozrywki. Tę postawę ucieleśniają komfort (między innymi potrzeba „uprzytulniania” otoczenia) i zasada synestezyjnej percepcji z typologii poprzedniej.

Surrealistyczność to postawa specyficzna, wynikająca ze szczególnego rodzaju percepcji estetycznej. W odróżnieniu od władczości, charakteryzującej postawy nabywcze i agresywne, czy postawy hedonistycznej, gdy stosunek do przedmiotu jest czysto zmysłowy, surrealistyczne postrzeganie przedmiotów bazuje na czynniku sytuacyjnym, czyli momencie dziwności. Sytuacja surrealistyczna to wyjęcie przedmiotu z jego naturalnego kontekstu i umieszczenie go w otoczeniu niepasującym, przez co osiąga się efekt komiczny. Wprowadzając większą liczbę elementów wyabstrahowanych z ich konwencjonalnego miejsca w materialnym świecie, można osiągnąć dwa skutki: uwypuklić cechy formalne przedmiotów, zwykle przyćmione przez ich funkcje (na przykład wykorzystanie przedmiotów użytkowych w celach dekoracyjnych albo stylizacyjne eksperymenty w modzie, polegające na adaptowaniu elementów stroju z dawnych epok albo przeniesieniu ich z odzieży roboczej); lub podkreślić właśnie funkcjonalne aspekty: niekonwencjonalne zbliżenie jako komunikat grający na symbolicznej wartości przedmiotów składowych (sztuka współczesna, na przykład instalacje i kolaże, *ready made*, ruch Fluxus itd.). Co prawda, niedopasowanie i perwersyjność koncepcji kiczowatych przedmiotów (wymienione wyżej w typologii cech samego zjawiska) wywołuje efekt surrealizmu, ale jest on przez twórcę i odbiorcę kiczu niezamierzony i nieuświadomiony. Celowa stylizacja na kicz, wtórna wobec naiwnego kiczu, który zamierzałam tu analizować, a bliska kempowi, zakłada naśladowniczy, pastiszowy stosunek, który jest surrealistyczny, ale kicz naiwny generuje tę cechę tylko jako uboczny, przypadkowy efekt — wdzięcznymi przykładami mogą być długopis-mikroskop czy temperówka-telefon.

Funkcjonalność (użyteczność), przez Molesę nazywana też relacją cybernetyczną, opiera się na priorytecie racjonalności. W skrajnej wersji przedmiot ma społeczną rację bytu tylko jako narzędzie jakiegoś działania, a porównania między rzeczami przebiegają tylko według ich kryteriów funkcjonalnych, a nie formalnych. Świat przedmiotów jest służebny wobec świata działań i ich optymalizacji z punktu widzenia czasu i ekonomii. To postawa dosko-

nale opozycyjna wobec rzeczywistej motywacji kiczu, jednakże w praktyce kicz zwykle odwołuje się do ideału funkcjonalności w celu redukcji dysonansu, jaki w konsumentach powodowałaby świadoma ucieczka w kiczowatą bajkowość. Pretekst praktyczności gadżetu czy pamiątki pozwala na zaspokajanie potrzeby hedonistycznej i zbieractwa, jest jedynie tłem dla dekoratywności. Obiektywnie przedmioty kiczu stanowią przecież zupełny kontrast dla funkcjonalności. Gadżet jako nowy typ przedmiotu, który po raz pierwszy pojawił się w kapitalizmie, ucieleśnia mit użyteczności wykorzystywany przez kicz. Jego istota opiera się na koncepcji nie tyle znalezienia narzędzi, które umożliwiałyby wszystkie potrzebne czynności, ale na skonstruowaniu pomysłowego narzędzia, które najtrafniej nadawałoby się do jakiejś konkretnej, specyficznej czynności, jakkolwiek mało znacząca byłaby owa czynność sama w sobie i bez względu na to, ile już wymyślonych narzędzi o przeznaczeniu ogólnym nadaje się do tego celu niewiele gorzej. Mechanizm redukującego dysonans myślenia o gadżecie wyglądać może na przykład następująco: „dobry pomysł: taki nóż do wydłubywania pestek z jabłek... mały, wszędzie można go zabrać, no i jest nierdzewny, więc taki trwały... poza tym pestki z jabłek są przecież bardzo niezdrowe, więc to rozsądna inwestycja... no i je się przecież tyle jabłek... a jakby coś, to zawsze nada się na prezent...” itd.

PROPOZYCJA ZASTOSOWANIA POJĘCIA KICZU W BADANIACH EMPIRYCZNYCH

Na bazie powyższej typologii stosunków, jakie jednostki nawiązują ze światem dóbr, można wyróżnić kombinowany typ, który określeń roboczo jako „postawę kiczowatą”. To układ wyżej opisanych postaw w następujących proporcjach:

— brak lub bliski zeru komponent postawy ascetycznej i agresywnej (brak skłonności do wyrzeczeń konsumpcyjnych i oczyszczania przestrzeni z niekornych przedmiotów);

— maksymalne nasilenie postawy nabywczo-gromadzącej i hedonistyczno-komfortowej;

— mniejszy udział postaw surrealistyczno-humorystycznej i funkcjonalno-utyliarystycznej, jednak przy założeniu, że wskaźniki tej pierwszej będą efektem ubocznym realizacji innych tendencji, bardziej dla kiczu reprezentatywnych, a drugiej — cechą pozorną (deklarowaną), a nie rzeczywistą.

Najogólniejszą definicję operacyjną kiczu autentycznego, pierwotnego, można zatem sformułować następująco — jest to postawa wobec przedmiotów codziennego użytku, dla której charakterystyczna jest dominacja subpostaw określonych tu jako: nabywczo-gromadząca i hedonistyczno-komfortowa, ponadto mit racjonalności i użyteczności w ocenie własnej konsumpcji oraz preferowanie przedmiotów spełniających kryteria komfortu, dekoracyjności

i przeciętności (rozumianej jako uległość wobec autorytetów estetycznych i unikanie ekstrawagancji).

Dla kiczu wtórnego zaś, który oceniam jako nieautentyczny, płynący z fascynacji kiczem pierwotnym, bliższy kampowi, charakterystyczną dominantą są postawy surrealistyczno-humorystyczna i hedonistyczno-komfortowa, znaczący udział postaw ascetycznej (krytycyzm i zdolność do wyrzeczenia) i agresywnej (brak pietyzmu w obchodzeniu się z przedmiotem, częste zmiany obiektu zainteresowania, potrzeba oczyszczania terenu i uwalnianie się od presji przedmiotów), a w obiektach konkretnych najwyżej cenione są: niedostosowanie, odchylenie od przeznaczenia, oryginalność, przesada i dziwaczność, nawiązania do minionych mód czy stylów, groteska i turpizm. Chcąc zachować przydatną w badaniach analityczną przejrzystość eksplikacji i operacjonalizacji pojęcia kiczu, zdecydowałam się podjąć niełatwą i arbitralną decyzję wyłączenia tej postaci wtórnej ze zbioru desygnatów definiowanego tu pojęcia. Opisany syndrom może z powodzeniem posłużyć do badania takich zjawisk empirycznych, jak ponowoczesny styl subkulturowy czy wizerunki transgresywne, zwłaszcza kamp⁸.

Głównym celem takich badań byłoby zweryfikowanie, czy zmienne, które wstępnie uznałam za wskaźniki kiczu, rzeczywiście występują łącznie — jako syndrom i czy pojawiają się jako cecha jakiejś szczególnej kategorii respondentów, czy też ich rozkład jest przypadkowy w całej badanej populacji. Uwzględnione w definicji sudpostawy można przy tym zoperacjonalizować poszukując następujących wskaźników:

— skłonność do nabywania dóbr, które nie są konieczne, nawet w opinii użytkowników, i nie podnoszą standardu życia, służąc zaspokojeniu samej potrzeby kupowania i gromadzenia; istotne są tu motywacje do nabywania określonych dóbr, słabość do bibelotów, pamiątek, podróbek i kopii dóbr luksusowych;

— hedonizm konsumpcyjny i ludycka forma estetyzacji konsumpcji; istotne jest tu znaczenie przedmiotów użytkowych dla respondenta; to, czy ich estetyka bywa ważniejsza niż funkcjonalność względem zadań, do których są przeznaczone; z uwagi na wzrost popularności we wszystkich grupach wiekowych akcesoriów dziecięcych proponuję też pytania związane z infantyлизacją gustu — społeczną akceptacją nabywania i korzystania przez osoby dorosłe z przedmiotów zaprojektowanych dla dzieci (przyłonek, maskotek, dodatków wzorowanych na zabawkach czy biżuterii z tworzyw sztucznych o „przesłodzonej” stylistyce) oraz traktowania przedmiotów jako zabawek;

— pozorny praktycyzm, który nie wskazuje na kiczowatą konsumpcję sam w sobie, lecz dopiero w połączeniu z gromadzeniem przedmiotów i zamiłowaniem do ich dekoracyjności; deklarowany utylitaryzm często ma redukować

⁸ Szerzej na temat kampu, a zwłaszcza kryteriów odróżniania go od kiczu zob. Sontag 1979.

dysonans powodowany wydawaniem pieniędzy na rzeczy niepotrzebne i nie jest przejawem faktycznego praktycznego podejścia — wskazywanie na funkcję przedmiotów ma odciągnąć uwagę od wstydlivej przyjemności posiadania bibelotów (takich jak otwieracz do butelek czy przycisk do papieru), może też usprawiedliwiać ich nadmierną dekoracyjność;

— potrzeba komfortu i przyjemności użytkowania przedmiotów oraz oswojania i dekorowania przestrzeni życiowej, ulegania autorytetom w dziedzinie gustu, co przejawia się w kopiowaniu stylu znanego z mediów czy w bezkrytycznym zaufaniu do estetyki marek.

*

Intuicja badawcza i nieusystematyzowane obserwacje skłaniają, by uznać, że zdefiniowany tu syndrom postawy kiczowatej może być narzędziem opisu i wyjaśnienia zachowań konsumpcyjnych przejawianych przez konsumentów pewnego typu — tych, u których ten eskapistyczny styl życia *de facto* jest strategią personalizującą w świecie współczesnej konsumpcji, która wymaga znacznego zasobu określonej wiedzy, w zamian oferując niewielkie poczucie bezpieczeństwa⁹.

BIBLIOGRAFIA

- Barthes Roland, 2005, *System mody*, tłum. Maciej Falski, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Bauman Zygmunt, 1996, *Prawodawcy i tłumacze*, tłum. Anna Tanalska, w: Ryszard Nycz (red.), *Postmodernizm. Antologia przekładów*, Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków.
- Baudrillard Jean, 2004, *Le Système des objets*, Éditions Gallimard, Paris.
- Berger Peter L., Luckmann Thomas, 1983, *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. Józef Niżnik, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Beylin Paweł, 1975, *Autentyczność i kicze*, PIW, Warszawa.
- Bowness Alan, 1989, *The Condition of Success: How the Modern Artist Rises to Fame*, Thames and Hudson, New York.
- Broch Hermann, 1998a, *Kilka uwag o kiczu*, tłum. Danuta Borkowska, w: Hermann Broch, *Kilka uwag o kiczu i inne eseje*, Czytelnik, Warszawa.
- Broch Hermann, 1998b, *Zło w systemie wartości sztuki*, tłum. Ryszard Turczyn, w: Hermann Broch, *Kilka uwag o kiczu i inne eseje*, Czytelnik, Warszawa.
- Featherstone Mike, 1996, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, tłum. Przemysław Czapliński, Jacek Lang, w: Ryszard Nycz (red.), *Postmodernizm. Antologia przekładów*, Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków.
- Heinich Natalie, 2001, *La sociologie de l'art*, Gallimard, Paris.
- Heinich Natalie, 1998, *Des conflits de valeurs autour de l'art contemporain*, „Le Débat”, nr 1(98).
- Jackowski Aleksander, 1966, *Kicz — sztuka jarmarczna — sztuka ludowa. Dyskusja*, „Polska Sztuka Ludowa”, t. 20, nr 3–4.

⁹ Szerzej na temat społecznego personalizującego potencjału kiczu zob. Żuchowska 2011.

- Jameson Fredric, 1996, *Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*, tłum. Przemysław Czapliński, w: Ryszard Nycz (red.), *Postmodernizm. Antologia przekładów*, Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków.
- Lipovetsky Gilles, 2004, *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*, Gallimard, Paris.
- Moles Abraham, 1978, *Kicz, czyli sztuka szczęścia. Studium o psychologii kiczu*, tłum. Anita Szczepańska, Ewa Wende, PIW, Warszawa.
- Pawłowski Tadeusz, 1987, *Wartość estetyczna a kicz*, w: Tadeusz Pawłowski, *Wartości estetyczne*, Wiedza Powszechna, Warszawa.
- Simmel Georg, 1980, *Filozofia mody*, w: Sławomir Magala, *Simmel*, Wiedza Powszechna, Warszawa.
- Sontag Susan, 1979, *Notatki o kampie*, „Literatura na Świecie”, nr 9.
- Sowa Jan, 2003, *System konsumpcji, czyli o co gram*, w: Jan Sowa, *Sezon w teatrze lalek i inne eseje*, Krakowska Alternatywa, Kraków.
- Szlendak Tomasz, Pietrowicz Krzysztof, 2007, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, w: Tomasz Szlendak, Krzysztof Pietrowicz (red.), *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Żuchowska Gabriela, 2011, *Indywidualne strategie konsumpcji w warunkach nadmiaru dóbr: estetyzacja konsumpcji, kicz, ruchy alternatywnej konsumpcji*, w: Krystyna Romaniszyn (red.), *O życiu w społeczeństwie konsumpcyjnym*, Wydawnictwo UJ, Kraków.

KITSCH — A REVIEW OF THEORETICAL APPROACHES AND A PROPOSED DEFINITION FOR RESEARCH USE

Summary

Kitsch, as a phenomenon belonging to the domain of low culture, is today rather a subject for essayists and public discourse than for academic investigation. The very definition of kitsch has a pejorative sound. The author, however, tackles the theoretical questions related to the phenomenon and extensively discusses several ideas (including those of Hermann Broch and Abraham Moles) that are helpful in defining the concept of kitsch. She suggests an operational definition which could prove useful in social research, particularly research devoted to broader issues of consumerism or popular culture. With these goals in mind, she chooses those connotations of the concept of 'kitsch' that are signs of the special relation between the world of material things and consumption styles.

Key words/słowa kluczowe

kitsch / kicz; fashion / moda; consumption / konsumpcja; taste / gust