

Glosy do historii postkolonialnej

KICZ - NOWY METAJĘZYK KULTURY. O CZYM MÓWI WSPÓŁCZESNY UKRAIŃSKI KICZ W DOBIE GLOBALIZACJI?

TAMARA GUNDOROVA¹
(Kijów)

Słowa kluczowe: kicz, kamp, glamour, globalizacja

Keywords: kicz, camp, glamour, globalization

Abstrakt: Tamara Gundorova, KICZ - NOWY JĘZYK METAKULTURY. O CZYM MÓWI WSPÓŁCZESNY UKRAIŃSKI KICZ W DOBIE GLOBALIZACJI? „PORÓWNANIA” 7, 2010, Vol. VII, s. 165-177, ISSN 1733-165X. W pierwszej części tekstu autorka dokonuje przeglądu najważniejszych koncepcji kiczu, jakie wynikły w kulturze Zachodu na przestrzeni XX wieku. Badaczka szczególną uwagę zwraca na poglądy Hermanna Brocha, Clementa Greenberga, T.W. Adorna, Thomasa Kulki, Ludwiga Giesza oraz Susan Sontag, która spopularyzowała kategorię kampu. W drugiej części artykułu autorka dowodzi, iż kicz we współczesnej kulturze ukraińskiej pełni ważną funkcję w procesach tworzenia nowych politycznych i kulturowych mitów; co więcej - okazuje się nieodłącznym komponentem kreowania nowej ukraińskiej tożsamości narodowej.

Abstract: Tamara Gundorova, KITSCH - THE NEW LANGUAGE OF METACULTURE. WHAT DOES MODERN UKRAINIAN KITSCH SIGNIFY IN THE ERA OF GLOBALIZATION? “PORÓWNANIA” 7, 2010, Vol. VII, p. 165-177, ISSN 1733-165X. In the first section of the article the author reviews the most important concepts of kitsch which appeared in Western culture over the 20th century. The researcher focuses on the views of Hermann Broch, Clement Greenberg, T.W. Adorno, Thomas Kulka, Ludwig Giesz, and Susan Sontag - who mainstreamed the notion of camp. In the second part of the piece the scholar argues that in contemporary Ukrainian culture kitsch plays an important role in the process of creating new political and cultural myths. Additionally, kitsch turns out to be an integral component of creating a new Ukrainian national identity.

¹ Correspondence Address: hundorova@gmail.com

W labiryntach definicji: znajomy niezajomy

Od momentu pojawienia się słowa „kicz” minęło już niemalże półtora stulecia. W tym czasie był on obiektem zainteresowań wielu badaczy, lecz mimo to próba jego jednoznacznego określenia wciąż nastrocza poważne trudności². Hermann Broch już na wstępie swego głośnego wykładu o kiczu wyraźnie zastrzegł, aby nie oczekiwać od niego precyzyjnego zdefiniowania kiczu, bowiem ten odnosi się do tylu zagadnień, iż do ich wyjaśnienia należałoby napisać trzytomową pracę naukową. Z kolei Matei Calinescu w książce o pięciu obliczach modernizmu, gdzie jednym z nich był kicz, zauważył, iż jest on jednym z najbardziej płynnych pojęć estetyki modernizmu, pojęć, które trudno skonkretyzować nawet przez ich negatywne oznaczenie. Natomiast Thomas Kulka w swej znanej monografii poświęconej relacjom kiczu i sztuki skonstatował, iż znacznie łatwiej jest opisać kicz przez pojęcia bliskoznaczne, niż podać dokładne wytłumaczenie, na czym rzeczywiście polega jego istota.

Wydaje się, że jedyną kwestią, wobec której są zgodni wszyscy badacze, jest fakt, iż we współczesnym świecie kicz jest wszechobecny. Niewątpliwie trudno dziś znaleźć taką sferę, która byłaby pozbawiona wpływów masowej kultury oraz jej nieodłącznego towarzysza – kiczu. Jeszcze w 1939 roku znany amerykański krytyk Clement Greenberg wieloaspektowo opisał fenomen kulturowy, jakiemu Niemcy nadali miano kiczu. Do owej kategorii Greenberg zakwalifikował przeznaczoną dla mas sztukę komercyjną i literaturę, z charakterystycznym dla nich kolorytem, okładki czasopism, ilustracje, a także reklamę, komiksy, muzykę popularną, tańce do melodii odtwarzanych z gramofonów, hollywoodzkie filmy itp.³ W ten sposób badacz odniósł do kiczu niemal całą kulturę popularną. Swoją uogólniającą opinię krytyk wysunął na podstawie przeciwstawienia kiczu innym pozytywnie nacechowanym kategoriom takim, jak „dobry gust”, „sztuka wysoka”, „artystyczna awangarda”. Tą krytyką kiczu jako sztuki mechanicznej, sformalizowanej, ucieleśniającej nieautentyczne emocje oraz fałsz nowoczesnego życia, sztuki, która jedynie odtwórczo wykorzystuje zasoby wysoko rozwiniętej tradycji kulturowej i która w dodatku z taką łatwością daje się przeobrazić w sztukę totalitarną, Greenberg na długi czas zaprogramował negatywny stosunek do kiczu. W rzeczywistości autor *Awangardy i kicz* stworzył podstawy do ideologicznego traktowania kiczu. Zdaniem Davida Rieffa, „Greenberg dał

² Szerzej na ten temat zob.: Т. Гундорова, *Китч і література. Травестії*. Київ 2008.

³ Zob.: К. Гринберг, *Авангард и китч*, пер. с англ. А. Калинина, «Художественный журнал» 2005, № 60 – <http://xz.gif.ru/numbers/60/avangard-i-kitch/> (wersja pol.: С. Greenberg, *Авангарда и кич*, [w:] *Kultura masowa*. Wybór, przekład, przedmowa Cz. Miłosz. Komentarz J. Szacki. Kraków 2002).

wyraz politycznego zaangażowania awangardy i kultury wysokiej, rozpatrując kicz (a właściwie kulturę masową) w kategoriach wroga”.

Natomiast Theodor W. Adorno wiązał kicz z kategoriami estetycznymi w kontekście krytyki kultury masowej jako przemysłu kulturalnego. Dla Adorna kicz to pozorowanie nieistniejących uczuć, tym samym ich neutralizacja, niwelowanie, a także symulacja fenomenu estetycznego⁴. Jednak w przekonaniu filozofa nie jest to wystarczająca definicja, wymaga ona szeregu uzupełnień i wyjaśnień, które mogłyby dotyczyć na przykład faktu, czyje uczucia symuluje kicz (autora czy odbiorcy), na ile kicz związany jest z faktywnością, w jaki sposób można wyznaczyć autentyczną wartość dzieła sztuki itp. itd. Adorno dochodzi jednak do wniosku, że są to pytania w zasadzie kazuistyczne. Stąd badacz nie oddziela kiczu od sztuki, ponieważ – jak sądzi – kiczem można nazwać sztukę, „której ani nie można potraktować poważnie, ani ona tego nie chce, a która swoim wyglądem postuluje przecież powagę estetyczną”⁵. I chociaż Adorno uznaje kicz za „wybujałość” czy też „truciznę wszelkiej sztuki” oraz zjawisko jakościowo od niej odmienne, to mimo wszystko przestrzega, by wszelkich niedociągnięć estetycznych w obrębie sztuki nie zrzucić na karb kiczu. Cała bowiem sztuka w nowoczesnym świecie przeżywa dewaluację, inkorporując się w empiryczną realność i tracąc związek z tą idealistyczno-duchową realnością, która jej najbardziej odpowiada. Dlatego ewolucja artystyczna, zdaniem Adorna, polega na tym, że wszystko „co było sztuką, może stać się kiczem”⁶.

Do odmiennego ujęcia kiczu – nie w kategoriach estetyki a etyki – zachęca austriacki pisarz i krytyk Hermann Broch, nazywając kicz „antychrystowym złem” w hierarchii wartości sztuki. Istota kiczu tkwi, w jego przekonaniu, na zamianie kategorii etycznej kategorią estetyczną: w momencie, gdy twórca zamiast „pięknego” dzieła sztuki, którego piękno jest wynikiem całościowej wizji świata, pragnie jedynie dzieła „ładnego”. *Historycznie rzecz ujmując*, gruntem, z którego wyrasta kicz, jest dla Brocha romantyzm oraz XIX-wieczny sentymentalizm; w aspekcie *geokulturowym* – jest to kultura Europy Środkowo-Wschodniej, gdzie kicz produktywnie się rozwijał, skutecznie obejmując swoim zasięgiem kolejne sfery kultury; z perspektywy *repcji* krytyk wytyczył odrębny typ ludzi, zwolenników i twórców kiczu, określając ich jako kiczmanów; natomiast w płaszczyźnie *formalnej* – kicz to dla niego odtwórcze powtórzenie, naśladowujące poprzedników. W konsekwencji w swoich tekstach takich, jak *Kicz* (1933) oraz *Kilka uwag o kiczu* (1950), Broch nakreślił nową teoretyczno-filozoficzną możliwość postrzegania kiczu jako

⁴ Т.В. Адорно, *Эстетическая теория (Философия искусства)*, пер. с нем. А. Дранова. Москва 2001, s. 448 – http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Adorno/EstTeor_31.phpTh (W. Adorno, *Teoria estetyczna*. Przeł. K. Krzemieniowa. Warszawa 1994, s. 572 i 434).

⁵ Ibidem.

⁶ Ibidem, s. 573.

sztuki, która żyje wewnątrz „sztuki wysokiej”. „Kicz to nie jest «zła sztuka», lecz samoistny, zamknięty system, tkwiący jak obce ciało w ogólnym systemie sztuki lub, jeśli kto woli, obok niego”⁷.

Warto też pamiętać o historycznych kontekstach, w których konstytuują się przywołane koncepcje kiczu jako: wroga kultury wysokiej (C. Greenberg), estetycznej symulacji (T.W. Adorno) i etycznego zła (H. Broch). Zręby teoretyczne owych koncepcji w przeważającej mierze krystalizowały się w pierwszej połowie XX wieku i nieprzypadkowo wyczuwa się w nich, z jednej strony, pogłos strachu rozwijających się wówczas totalitaryzmów, z drugiej zaś, próby zawłaszczenia kultury masowej przez owe reżimy.

Nowy etap w rozumieniu kiczu przypada na radykalne lata 1960, a więc okres intensywnego rozwoju kultury popularnej. Susan Sontag w *Notatkach o kampie* (1964) zaproponowała nowe ujęcie kiczu, traktując go jako rodzaj wrażliwości, która „to, co poważne obraca we frywolne”⁸. Tę nową wrażliwość Sontag nazwała kempem – „umiłowaniem do tego, co nienaturalne: sztuczne i przesadne”. Samo słowo „kamp” pojawia się we Francji około 1909 roku, odnosząc się pierwotnie do określenia „przejaskrawiony”, „nieokrzesany”, „teatralny”, ale także „zniewieściał”. W połowie lat 70. XX wieku do tego zestawu określeń doszło jeszcze znaczenie „banalny”, „nieautentyczny”, „sztuczny”. Jak słusznie zauważa Philip Core, kamp cechuje dwuznaczność, dlatego jest on znakomitym środkiem ekspresji dla zmarginalizowanych outsiderów, których znamionuje odmiennność. Kamp jest bowiem jednocześnie zarówno narzędziem „manifestacji, jak i obrony”⁹. Wyodrębnienie kampu zapoczątkowuje nowy teoretyczny paradygmat w interpretacji kiczu: chodzi o zdystansowaną, świadomą, tzn. ironiczną formę kiczu, czyli kicz jako performans. Pojawił się nawet pomysł, by wprowadzić konceptualne rozróżnienie tych obu zjawisk: kicz oznaczałby przedmiotowe cechy przedmiotu estetycznego, zaś kamp – subiektywny proces, na przykład „uśmiech tego, kto obserwuje przedmiot estetyczny”¹⁰. Andrew Ross przekonuje, iż kamp zakłada świadome celebrowanie wyróżnienia, zdystansowania i nieuczestniczenia, odbywającego się w samym procesie reprezentacji, które wynikało na skutek odkrycia w jakimś enigmatycznie lub ekstrawagancko przedstawionym przedmiocie niespodziewanej wartości¹¹. W konsekwencji, recepcja kiczu stopniowo ewoluuje od

⁷ H. Broch, *Notes on the Problem of Kitsch*, [w:] G. Dorfles (ed.), *Kitsch: The World of Bad Taste*. New York 1969, p. 49–76 (wyd. pol.: H. Broch, *Kilka uwag o kiczu i inne eseje*. Tłum. D. Borkowska. Warszawa 1998, s. 114).

⁸ С. Зонтаг, *Нотатки про «кемп»*, [w:] Eadem, *Проти інтерпретації та інших есе*. Львів 2006, s. 288 (wyd. pol.: S. Sontag, *Notatki o kampie*. Tłum. W. Werenstein. „Literatura na Świecie” 1979, nr 9, s. 306–323).

⁹ P. Core, *Kamp, kłamstwo, które mówi prawdę* [fragment]. „Pismo Literackie” 2007, nr 3–4 (4–5), s. 2.

¹⁰ A. Ross, *Zakresy kampu* [fragment], ibidem, s. 11.

¹¹ Ibidem.

wartościującej klasyfikacji, rozpatrywanej w kategoriach wrogości, ku analizie performatywnego działania, przeciwstawiającego się oficjalnie obowiązującej normie. Performans, jak podpowiada Victor Turner, wykracza bowiem poza ramy teatru, poszerzając swe oddziaływanie na różne socjokulturowe rytuały, gry, zabawy, sport, taniec, muzykę czy politykę, pełniąc przy tym rolę mediatora, swoistego pośrednika w pokonywaniu sytuacji liminalnych: kryzysów, niepewności towarzyszących indywidualnym i kulturowym transformacjom.

Odkrycie performatywnej natury kiczu pod postacią kampu uzmysławia kluczową modyfikację jego interpretacji: kicz okazuje się *działaniem*. Nowe aspekty w rozumieniu kiczu wylaniają się także w związku z traktowaniem go w kategoriach *reprezentacji* kiczowości. Co ciekawe, w krajach ibero- i niemieckojęzycznych kicz jest zestawiany z pojęciem *cursi*, oznaczającym nie przedmiot, lecz rodzaj ludzkiego doświadczenia. Słowo „*cursi*” pojawia się w języku hiszpańskim ok. 1869 roku na określenie osoby, która pragnie, by uważano ją za elegancką i szykowną, choć w rzeczywistości taka nie jest. Określenie to przyjęło się także wobec artystów i pisarzy, którzy swymi dziełami bezskutecznie starali się odzwierciedlać podniosłe, wyrafinowane uczucia¹². Ludwig Giesz w swej fenomenologii kiczu pisze, iż jest on „estetyczną oznaką czegoś, co odnosi się do refleksji czy też warunków *cursi*-istnienia. [...] Jako taki, kicz stanowi reprezentację czegoś *cursi*, jest jego obiektywizacją w sferze estetyki”¹³. A zatem, okazuje się, że kicz demonstruje pewne jakości i substancje, jakie już są *kiczowe*.

To semantyczne przejście od niepełnowartościowego przedmiotu estetycznego do sposobu reprezentacji posiada niebagatelne znaczenie dla zrozumienia natury i funkcji kiczu w drugiej połowie XX wieku. Wszak pojęcie kiczu, które rodzi się w żargonie monachijskich kolekcjonerów sztuki około 1860–1870, początkowo kojarzy się z *przedmiotami*, estetycznie niedopracowanymi i tanimi wyrobami artystycznymi. Przeważnie były to różnego rodzaju imitacje znanych obrazów, utworów muzycznych, tekstów literackich. Z czasem kicz rozszerza sferę swego funkcjonowania, a wraz z tym zmienia się jego rozumienie. Staje się oczywiste, że kicz tworzą nie same rzeczy, ale także i ludzie, którzy odbierają je jako kiczowe. Oznacza to, że kicz przestaje być utożsamiany z *obiektami*, przenosi się natomiast na *receptę*, w której głównym czynnikiem staje się *kiczman* – podmiot obserwujący i szacujący kicz. Wyodrębnieniu podlegają również specyficzne obiekty przedstawiające kicz, zwłaszcza te związane z uniwersalnymi tematami takimi, jak namiętność, miłość, rodzina, nostalgia, a więc tematami, które posiadają wysoką wartość emocjonalną. Thomas Kulka stwierdza, że obiekty tego typu muszą być *ładne* (konie, długonogie kobiety), *przyjemne* (zachód słońca, kwiaty, malownicze krajo-

¹² Zob.: L. Santos, *Tropical Kitsch. Mass Media in Latin American Art and Literature*. Translated by E. Enenbach. Princeton 2006, s. 73.

¹³ L. Giesz, *Fenomenologia del kitsch*. Barcelona 1973, s. 98. Cyt. za: L. Santos, *ibidem*.

brazy) i *miłe* (pieski, kotki), jak również zawierać spory ładunek emocjonalny, np.: matka z dzieckiem czy płaczące dziecko itp. Badacz wyznacza tym samym trzy niezbędne warunki dla zaistnienia kiczu: po pierwsze, kicz odmalowuje przedmioty lub tematy nacechowane silną dozą emocjonalności, po drugie, obiekty i tematy odzwierciedlane przez kicz są stałe i bez trudu dają się zidentyfikować, po trzecie, kicz nie wzbogaca istotnie naszych asocjacji, związanych z obserwowanymi przedmiotami lub tematami¹⁴.

Natomiast transformacja kiczu w kamp powoduje, że kicz staje się wyraźnie sztuczny i ironiczny, w związku z czym zmienia się też jego natura: pozbawiony naiwności, kicz komentuje siebie samego, ironizuje na swój temat oraz na temat własnej reprezentacji. Można nawet mówić o kampsowej strategii, którą posługuje się kicz, zwłaszcza w tych wypadkach, gdy idzie o demaskowanie skostniałych estetycznych, kulturowych i politycznych obrazów oraz gustów. W takich wypadkach kicz przeobraża się w swego rodzaju znaczące „mruknięcie okiem” z powodu kiczu. Poza tym staje się on również kulturowym kodem, poprzez który i za którego pomocą potwierdza się subkulturowa tożsamość zmarginalizowanych outsiderów typu hippie, punk, homo- i queeroseksualistów. W konsekwencji dokonuje się transformacja kiczu w swoisty *metajęzyk*, który nie tylko przedstawia coś kiczowego, ale jednocześnie *opowiada* o samym kiczu, o jego historii i miejscu w kulturze, o różnych sensach i ideologiach, z którymi kojarzono go w społeczeństwie. *W takim kontekście kicz okazuje się specyficznym podwójnym kodowaniem – nazwą i działaniem jednocześnie.*

Nowy ukraiński kicz

Owa podwójna natura kiczu – jako reprezentacji i działania jednocześnie – pozwala zrozumieć jego rolę i znaczenie we współczesnym społeczeństwie ukraińskim, w którym kicz pełni ważną funkcję w procesach tworzenia nowych politycznych i kulturowych mitów, jest wykorzystywany szeroko w literaturze, malarstwie, kinie, fotografii, reklamie, świecie mody, sporcie, a co najistotniejsze – okazuje się nieodłącznym komponentem kreowania nowej ukraińskiej tożsamości.

W ostatnim czasie jednym z najjaskrawszych przykładów politycznego kiczu był „warkocz Julii” – sztucznie stworzony i intensywnie reprodukowany element wizualnego wizerunku Julii Tymoszenko, zbudowany na zaufaniu do wyraźnej, łatwo rozpoznawalnej i zrozumiałej tożsamości. Obraz ten posiada duży ładunek emocjonalny, ma wyraźnie mitologiczny charakter i jest zorientowany na szeroki wachlarz skojarzeń wielu środowisk. Dla pokolenia wyrosłego w czasach radziec-

¹⁴ T. Kulka, *Kitsch and Art*. Pennsylvania 1996, s. 37–38.

kich „kobieta z warkoczem” niewątpliwie kojarzy się z inteligentnym macierzyńskim obrazem pierwszej nauczycielki, która nawet dla ludzi starszych wciąż pozostaje ucieleśnieniem moralnego autorytetu. Z kolei dla młodzieży obraz ten nie posiada już takiej hybrydycznie pięknej monstrualności, bowiem jest on postrzegany ze współczesnej perspektywy *glamour*. Silnie nacechowana kobiecą seksualnością figura „kobiety z warkoczem” przyciąga uwagę nie tylko męskiego audytorium, lecz niesie określone przesłanie i dla kobiet, stanowiąc uosobienie rzymskiej matrony – z jednej strony kobiety obecnej w życiu publicznym, z drugiej zaś – strażniczki domowego ogniska. Ponadto abrewiatura partii BIOT odsyła do skojarzenia z „beauty” (ang. piękno), a więc na poziomie nieświadomości apeluje do mitów współczesnej popkultury, czyli także młodzieżowe audytorium pozostaje w polu jego oddziaływania.

Uniwersalna (czy raczej pseudouniwersalna) zdolność do produkowania mitów, wyrazistość i populistyczna emocjonalna nośność kiczu „Julii z warkoczem” w przeważającej mierze jest warunkowana medialną i performatywną naturą współczesnego kiczu, który okazuje się aktualną formą manipulowania świadomością, wykreowaną na bazie konsumeryzmu, utowarowienia i wymianie gustów, a także widowiskowości i teatralności. Kicz oznacza imitację, jest pustym znakiem, który zaciera różnice i niszczy wszystko, co reprezentuje, czyniąc to kłamliwym. Jednak posiada on także niemalą siłę uwodzenia, generowaną przez performatywność, dlatego przetwarza to, co niematerialne w materialne, niejawne, ukryte, czyni jawnym, uprzedmiotawia marzenia i pragnienia ludzi. Co najistotniejsze – kicz unaocznia formowanie się dyskursu pożądania, jednego z centralnych dyskursów nowoczesności. To właśnie kicz stanowi znakomity dowód na to, że pragnienia i marzenia mają skłonność do uprzedmiotawiania się i że wraz z utratą sakralnych treści kicz dopomaga estetyce inkorporować się w życie. W takim sensie kicz okazuje się „kulturowym indeksem fluktuacji między publicznym i prywatnym, wewnętrznym i zewnętrznym, widzialnym i niewidzialnym, „ja” i Innym, „ja” i światem”¹⁵. Projekcje pragnień na zewnątrz, w świat przedmiotów, tworzą obrazowe symulakry/zamienniki, które nie mają niczego wspólnego z rzeczywistością, ale stanowią ucieleśnienie ludzkich snów-marzeń, nadając im piękną formę. Owe symulakry, jak na przykład obraz „kobiety z warkoczem”, zmateriałizowane i w nieskończoność reprodukowane, nie tylko różnią się od swoich realnych obiektów przedstawienia, ale i skupiają na sobie nieświadome społeczne pragnienia i marzenia wielu ludzi.

To właśnie ta właściwość kiczu: bycie mediatorem pragnień, powoduje jego wszechobecność we współczesnym świecie, gdzie kultura funkcjonuje nie pod

¹⁵ N.M. Valis, *The culture of cursilería: bad taste, kitsch, and class in modern Spain*. Durham & London 2002, s. 87.

postacią ustanowionych instytucji czy struktur, lecz jako racjonalny system komunikacji, przeznaczony dla przekazu idei, i jako racjonalna komunikacja, skierowany na osadzanie w codziennym życiu określonych sensów i idei. Kicz estetyzuje ową racjonalność, przetwarza ją na „łatwą pokusę” zdatną do lekkiego rozpowszechniania i sprzedaży. Transformując reprezentację na działanie, w którym zamknięte jest doświadczenie ludzkich emocji, kicz czyni przedstawiane *kuszącym*. Dodatkowo kicz jest posądzany o podważanie wiary w ważność społecznych antytez i lansowanie czczego optymizmu pokazującego, iż można bez najmniejszych przeszkód przechodzić z jednej klasy społecznej do drugiej, ze świata iluzji do realności, ze sfery marzeń w krainę baśniowego dobrobytu¹⁶.

Komunikatywna funkcja kiczu szczególnie aktualizuje się w społeczeństwie postmodernistycznym, w którym staje się on nadzwyczaj ważnym metajęzykiem – kanałem komunikacyjnym, uprzedmiotawiającym pragnienia, reklamującym emocje i życiowe role, biorącym udział w tworzeniu politycznych i kulturowych mitów. Niebagatelne znaczenie kiczu odgrywa też w procesach związanych z postrzeganiem i interpretowaniem Innego – w aspekcie rasowym, kulturowym, społecznym i genderowym. Społecznie-pragmatyczna funkcja kiczu przejawia się także w tym, iż za jego pomocą nawiązują się nici porozumienia między przedstawicielami różnych ras, narodów, klas, płci oraz zawodów i to niezależnie od wyznawanych przez nich poglądów politycznych, wychowania i statusu materialnego.

Znamiennym faktem współczesnej kultury jest wyłonienie się eurokiczu, którego amplituda waha się od „euroremontu” do konkursu Eurowizji. I choć to może się wydawać dziwne, ale to właśnie eurokicz pełni rolę jednego z najważniejszych środków europejskiej interpretacji. Paul Allatson wypowiada się o kiczu w kategoriach ogólnego *drive'u* do Unii Europejskiej, twierdząc iż estetyczne wykorzystanie kiczu ma niebagatelne znaczenie dla konkretnych strategii społeczno-politycznych, dzięki którym udaje się uniknąć konfliktów narodowo-etnicznych¹⁷. Znakomitym przykładem jest konkurs Eurowizji, który przedstawia poszczególne kraje i kultury w ściśle określony sposób – w kontekście tradycji narodowo-etnicznych, dokładając przy tym starań, by sposób prezentacji i postrzegania Innego nie powodował gwałtownego odrzucenia. W rezultacie Unia Europejska jawi się masmedialnym zglobalizowanym spektaklem, umożliwiającym zapoznanie się z wieloma krajami.

I tak, *Dziki tańce* Rusłany, która wygrała konkurs Eurowizji w 2004 roku, w istocie swej są niczym innym niż zglobalizowanym kiczem, łączącym pieśni etniczne, tańce huculskie, techno-punk oraz elementy prymitywu rodem z *Xeny: Wojowniczej księżniczki*. Całość symbolizuje porywający witalizm i ruch kultury

¹⁶ A. Hauser, *The Sociology of Art*. Chicago 1982, s. 590.

¹⁷ P. Allatson, „*Antes cursi que sencilla*”: *Eurovision Song Contests and the Kitsch-Drive to Euro-Unity*. „Culture, Theory and Critique” 2007, Vol. 48, s. 87–98.

masowej, która wciąga w pole swego oddziaływania i narodowo-etniczne motywy, i popkulturę, jak też sprzyja integracji ukraińskości (języka, kultury, obyczajów) z europejską wspólnotą kulturową.

Jak wiadomo, Roland Barthes przeanalizował symboliczne procesy współczesnej mitologii i pokazał, że to właśnie wtórne, dosłowne znaczenie obrazu naturalizuje mitologiczny przekaz, przenosi go w porządek zdrowego rozsądku, sprawiedliwości, normy. Kicz zaś okazuje się jednym z najistotniejszych składników współczesnej mitologii, albowiem idealnie naturalizuje, wizualizuje, uprzedmiotawia, estetyzuje, opakuje i sprzedaje socjokulturowe znaki różnego przeznaczenia – kulturowego, etnonarodowego, politycznego, ideologicznego, religijnego, genderowego, turystycznego. W przekonaniu Terry'ego Eagletona „głoszenie, że realność socjalna jest w przeważającej mierze konsumowana, oznacza twierdzenie, iż jest ona zawsze «zestetyzowana» – tekstualna, opakowana, fetyszyzowana, poddana libido”¹⁸.

Stąd wynika specyfika kiczowej reprezentacji. Umożliwiając, na zasadach gry, steatralizowane przyjęcie Innego – imigrantów, turystów, przedstawicieli różnych etnokultur, członków subkultur lesbijskich, gejowskich czy queerowych, kicz poddaje Inność w formach emocjonalnie zrozumiałych, wizualnie dostępnych, barwnych, ułatwiając tym samym kontakt i porozumienie między ludźmi. Zresztą kicz, który narodził się na skrzyżowaniu zmian społecznych i kulturowych, w procesie intensywnej migracji ludności wiejskiej do miast i rozwoju stanu trzeciego, immanentnie zawiera w sobie mechanizmy adaptacji do nowych uwarunkowań socjokulturowych.

Jednakże kicz jest dość specyficznym środkiem komunikacji. Tworzy nowe kalki, wykorzystując stare, homogenizuje odbiór, ubarwia go wzniosłością, libidinalnym zadowoleniem/ekstazą, na swój sposób kolonizuje go przez totalizujące wyobrażenia/marzenia. Ten rodzaj reprezentacji można nazwać *turystycznym*, albowiem jest on ukierunkowany na swoiste *wystawianie* realności, rozgrywanie jej jako spektaklu niosącego zadowolenie i pragnienie kolekcjonowania wrażeń. Odbiorca kiczu fascynuje się kiczem samym w sobie, kolekcjonuje wrażenia i uprzedmiotawia je pod postacią pamiątek. Wszak afrykańskie krajobrazy, japońska ceremonia picia herbaty czy wielobarwność Soroczyńskiego jarmarku weszły do świadomości współczesnego człowieka najpierw jako reklamowy kicz, w którym turystyczne zanurzenie się przynosi niemalże jednakowe zadowolenie, niezależnie od różnicy samych zjawisk. Ważne jednak, że kicz unaocznia te zjawiska, tzn. afrykańskie pejzaże, japońską ceremonię picia herbaty czy ukraiński jarmark w Soroczyńcach, a tym samym wyprowadza je ze stanu zapomnienia i spokoju, nadaje im określoną formę i paradoksalnie – nadaje im własną wartość. Istotne

¹⁸ T. Eagleton, *Capitalism, Modernism, Postmodernism*, [w:] Idem, *Against the Grain: Essays 1975–1985*. London 1986, s. 133.

również, że kicz nie tylko umacnia stereotypowe kalki, ale może też być zdemaszkowany, przeważnie za pomocą ironicznego kampu.

Jak przebiega proces demaskacji tradycyjnego kiczu, chciałabym pokazać na przykładzie projektu Antona Mucharskiego *Wiejski glamour* (*Сільський гламур*), zaprezentowanego na „Gogolfest-2009”. Przypadek ten jest znamieny o tyle, że dobitnie ilustruje, jaką rolę odgrywa kicz we współczesnym świecie. Mucharski, sięgając po tradycyjny kicz, demonstrowuje jego zmianę gatunkową, spowodowaną zaadaptowaniem kiczu przez współczesną kulturę, oraz zawarte w nim nowe globalizacyjne sensy.

Wiejski glamour to monumentalne płótno, składające się z setek ludowych obrazków sklejonych i połączonych w jeden wielki obraz. Zastosowane obrazki przedstawiają oddzielne scenki rodzajowe, jak też całe serie kompozycyjne, np. Ołenkę z jelonkiem, kozaka z dziewczyną, łabędzie, baśniowe pałace czy rajskie jeziora. Zestawione ze sobą, reprodukowane i multiplikowane w *Wiejskim glamourze* obrazki zostały poddane powtórnemu zkichowieniu, już nie naśladowczemu, lecz aktywnemu, twórczemu. Doszło tu do ponownego wykorzystania kiczu na zasadzie cytowania.

Owe obrazki, które były niezwykle popularne w latach 30.–60. XX wieku w niewielkich miastach i wsiach centralnych i północnych rejonów Ukrainy, sam Mucharski nazywa mianem „chałupniczych (albo bazarowych) obrazów”. Przez długi czas były one uważane przez oficjalną kulturę socrealistyczną za przykład „drobnomieszczańskiej pseudosztuki”. Zamiarem zaś Mucharskiego jest ich aktualizacja w zupełnie nowy sposób: wpisanie w kontekst współczesnej kultury i wyłansowanie w charakterze *mega stylu pod nazwą „wiejski glamour”*. W przekonaniu artysty taki mega styl z jednej strony przypominał pop-art, a z drugiej – stanowił alternatywę socrealizmu. „W odróżnieniu od jedynej przewodniej religii artystycznej tamtych lat – zauważa Mucharski – na Ukrainie istniał i rozwijał się «ukraiński ludowy pop-art» ze wszystkimi charakterystycznymi dla tego kierunku oznakami: reprodukowaniem archetypowych tematów, wykorzystywaniem jaskrawych, czasami nienaturalnych kolorów, włączeniem do tematyki pop-obrazów, jakimi żywił zbiorową wyobraźnię imperialny (niemiecki i amerykański), a niekiedy hinduski kinematograf, zachodnich pocztówek, zagranicznych znaczków, etykietek z zapalek itp”¹⁹.

Wpisując wiejskie obrazki w tradycję pop-artu, prądu artystycznego dominującego w zachodniej kulturze lat 1960, Mucharski świadomie zestawia je z trendami lat 2000 i charakterystycznym dla nich *glamourem*. Mucharski kolekcjoner, wokalista, artysta plastyk oraz showman, zwraca uwagę na kompensacyjną naturę ludowych obrazków i w zasadzie stawia znak równości między nimi a współcze-

¹⁹ А. Мухарський, *Сільський гламур, або мистецьки мандри у пошуках українського мега-стилю* – http://www.antins.net/?page_id=494&lang=uk

snymi czasopismami, poświęconymi życiu celebrytów, oraz popularnymi serialami telewizyjnymi, oferującymi odbiorcy złudzenie „pełni” i „doskonałości” życia, a także oczarowującymi wyobraźnię czytelnika-słuchacza-widza wizjami pięknego szczęścia. „Jaskrawość kolorów, feeryczność tematyki, absolutna «rajska idylliczność» tych obrazków – komentuje artysta – zastępowała ludziom i ekran telewizora, i mityczną «idealność» celebryckich czasopism, wabiła do świata marzeń i choćby na moment wyrывała z szarej codzienności, czasami na pół głodnej”²⁰.

Stawiając znak równości między *glamour*em a naiwną sztuką ludową, Mucharski kreuje wyższego stopnia ironiczną koncepcję hybrydyczności „wiejskiego *glamouru*”. Artysta zwraca tym samym uwagę na tragiczno-katastroficzny sens współczesnej kultury ukraińskiej, która – będąc wyraźnie zdominowaną przez wiejską świadomość kulturową – jednocześnie aktywnie przeszczepia na swój grunt trendy zachodniej kultury masowej o charakterze urbanistycznym. Jednak z punktu widzenia performatywności *Wiejski glamour* niesie jeszcze jedno ważne przesłanie: w rzeczywistości artysta zajmuje pozycję obrońcy „wiejskiej kultury”, aczkolwiek sama jej reprezentacja jest już naznaczona kiczową *glamournością* podaną „z przymrużeniem oka”.

W autorskim projekcie Mucharskiego wiejskie obrazki zostały odrestaurowane, pokryte lakierem, a więc pozbawione swej „aury”, następnie sklejone i złożone w jedno wielkie płótno. W swej pięknej, niby to bezpośredniej bezpretensjonalności i jaskrawości, *Wiejski glamour* zaadresowany jest jednak do zewnętrznego odbiorcy, to znaczy do niestrudzonego turysty albo wielbiciela ludowego kiczu, który w swoim domu wiesza ludowe obrazki jako cytaty innego świata, być może tego, do którego kiedyś sam należał. Tym sposobem „wiejski glamour” nie jest już zjawiskiem przynależnym do repertuaru kulturowego wiejskich „nizin”, lecz stanowi część składową kultury zglobalizowanego świata postmodernistycznego.

Wiejski glamour – jako działanie, akcja – rodzi łatwe, pozbawione poczucia ostrego wyobcowania i bliskie doznaniom turysty, oczarowanie swojskością, oczarowanie, które równie łatwo prowadzi do oddania się „obcemu”, być może nawet bliższemu i bardziej zrozumiałemu niż „swoje”. Na pierwszy rzut oka to glamour wydaje się tym „obcym”, kojarzonym przeważnie ze zglobalizowanym zachodnim produktem kulturowym, który pokrywa swą poświęcą otaczającą rzeczywistość i wszystkie sfery życia, który polewa je sosem swej „aury”, dając iluzję szczęścia i rozkoszy. Znamienne, iż specyficzne hybrydy czy też swoiste „mieszanki” *glamouru* obserwuje się w tych kulturach, w jakich istnieje znaczna przepaść między biednymi i bogatymi i gdzie funkcjonuje klasa średnia, będąca głównym konsumentem *glamouru*.

Zdaniem niektórych socjologów, glamour jako fenomen kulturowy korzeniami swymi sięga do pierwszej połowy XIX wieku i ze względu na swój międzytaro-

²⁰ Ibidem.

dowy charakter stanowi jedną z czytelnych oznak społeczeństwa konsumpcyjnego. Słowo to pochodzi od angielskiego „glitz”, określającego udawany przepych, blask. Pierwszym, który użył tego pojęcia na początku XIX stulecia, był angielski romantyk Walter Scott. W jego rozumieniu glamour to magiczna siła przeobrażająca szarą codzienność w czarowną baśń²¹. Dziś, jak dowodzi Larysa Rudowa, z pojęciem „glamour” kojarzy się obraz pięknego życia, które nie tylko oczarowuje swoim blaskiem i przepychem, lecz i szokuje ekstrawagancją²².

Jak twierdzą analitycy, w postradzieckiej przestrzeni kulturowej glamour to obraz/autoprezentacja nowej elity, jak i uniwersalny kult rozkoszy, mody, egzotycznego i zerotyżowanego sposobu życia reklamowanego przez masmedia. Jednocześnie w owej przestrzeni glamour zabarwiony jest ogromną dozą posttraumatycznej nostalgii za bliżej nieokreśloną pseudoarystokratyczną wielkością. To także oznaka zadowolenia, że minęły chaotyczne i biedne lata 1990, jak też i sygnał o przynależności do zglobalizowanego świata Zachodu. Generalnie – glamour to nieodłączny atrybut konstytuowania się kultury klasy średniej²³.

Wiejski glamour Antona Mucharskiego to w pierwszej kolejności i przede wszystkim metafora glamouru-mieszkańca. Stanowi on ucieleśnienie współczesnej hybrydycznej mentalności ukraińskiej klasy średniej, mentalności, która wynikła drogą przeszczepienia glamourowego szyku do na wpół wiejskich gustów nowo narodzonego ukraińskiego burżuazji. Pierwotny naiwny kicz – owe wiejskie obrazki tworzone w czasach powojennych przez ludowych artystów, mające być symbolem pięknego życia – był jednocześnie i zwierciadłem-sublimacją, i kompensacją szarej radzieckiej egzystencji. Wtórny kicz, tworzony przez Mucharskiego, implikuje zaś socjokulturowy model nowej ukraińskiej tożsamości ukształtowanej w dobie kapitalizmu rynkowego. Mucharski, konstruując w *Wiejskim glamourze* koncepcję nowego megastylu, multiplikuje i estetyzuje tradycyjny kicz, czyniąc z niego totalny obraz ujmowany w kategoriach gry. Właściwa owemu działaniu głęboka ironia polega na tym, iż we współczesnym społeczeństwie masowej konsumpcji ludowy kicz staje się kapitałem kulturowym wystawianym na sprzedaż.

Jednakże w projekcie Mucharskiego wyraźnie daje się odczuć na wskroś melancholijna miłość do pierwotnego naiwnego kiczu ludowego. Owa melancholia rodzi się z poczucia utraty, której nic nie jest w stanie zrekompensować. Uwzględniwszy ludowy w swej istocie kulturowy rdzeń obrazków wykorzystanych przez Mucharskiego, jego *Wiejski glamour* niespodziewanie odkrywa zapomniane skarby ukraińskiej kultury popularnej, która na przestrzeni całego XX wieku nieodłącznie

²¹ S. Gundle, C.T. Castelli, *The Glamour System*. New York 2006; S. Gundle, *Glamour: A History*. New York 2008.

²² Л. Рудова, *Гламур и постсоветский человек*. „Неприкосновенный запас” 2009, №6 (68) – <http://magazines.russ.ru/nz/2009/6/ru17.html>

²³ Szerzej na ten temat zob.: B. Menzel, *Russian Discourse on Glamour* – http://www.kulturarus.de/kultura_dokumente/ausgaben/englisch/kultura_6_2008_EN.pdf

towarzyszyła Ukraińcom, będąc ich pocieszycielką, marzeniem i obiektem pożądania. I wówczas *Wiejski glamour* sprawia szokujące wrażenie: przed nami nagle uobecnia się zatopiona Atlantyda – świat, którego wcześniej nie dostrzegaliśmy, piękny w swej naiwności i ufności, świat, który niegdyś istniał obok nas, a dziś – wydawało się – zniknął bezpowrotnie. Ci „świadkowie” wiejskiego czy też małomiasteczkowego życia zebrani w jedną całość i zmultiplikowani szokują tak bardzo dlatego, że okazują się immanentnym komponentem zglobalizowanej współczesności, stają się towarem wystawionym dla podziwiania, światem-spektaklem, a nie światem prywatnością. I to właśnie ta utracona na naszych oczach niewinność świata percypowanego dotychczas w kategoriach prywatności przeobraża się w *glamour*, dając szokujący efekt zlania w jedno piękna i diabelskiej pokusy kiczu.

Współcześnie nowy ukraiński kicz, którego charakterystycznym przykładem jest *Wiejski glamour* Antona Mucharskiego, staje się coraz bardziej aktualny i kreatywny. Znamionuje go powtórne wykorzystanie pierwotnego kiczu, a następnie wpisanie go w nowy kontekst znaczeniowy, tworzący już inną mitologię, która wychodzi poza ramy etnokulturowego romantyzmu i egzotyki. O tradycyjnym pseudoludowym ukraińskim kiczu z haftowanymi koszulami, szarawarami, kozakami, hopakami, pierogami, słoniną i wódką etc. można by długo rozprawiać. Jednak warto zauważyć, iż obok niego pojawia się dziś jeszcze jedna odmiana ukraińskiego kiczu, reprezentowanego i przez Wierkę Sierdiuczkę (artysta Andrij Danyłko), i przez zglobalizowany *Wiejski glamour*, i przez skarnawalizowane akcje typu „Gogolfest”, gdzie rozgrywana jest multimedialna i wielokulturowa maskarada rodem z gogolowskich przedstawień. Tego typu nowy kicz jest polemiczny w stosunku do różnego rodzaju minionych socjokulturowych i politycznych mitów, tożsamości, zwłaszcza tych nostalgiczno-folklorystycznych, idealnie-narodnickich, imitacyjno-kolonialnych czy też ideologiczno-socrealistycznych. Ów nowy ukraiński kicz stanowi odznakę współczesnego świata – nie jest paseistyczny i dydaktyczny, lecz komercyjny, masmedialny, ironiczny i zabawowy. Biorąc zaś pod uwagę jego „zwodnicze” właściwości, nie jest sprawą przypadku, iż jako forma autoprezentacji stosunek wobec niego na Ukrainie jest niejednoznaczny. Najistotniejsze jednak, iż *pokazuje* on Ukrainę jako kulturę w stanie transformacji: społecznej, narodowej, genderowej i klasowej. A zatem kicz staje się dziś językiem nowej ukraińskiej tożsamości narodowej, wyrażającym kształtowanie się klasy średniej i szerzenie się nowej postkolonialnej mentalności.

Przełożyła Agnieszka Matusiak