

Słodycz kiczu



ANNA KŁOSOWSKA – GRYNIEWICZ

Kicz tkwi w głębi każdego z nas, twierdzi Abraham Moles. Nie ma się też co dziwić, że zdanie to może wywołać natychmiastowy sprzeciw. Boimy się tego określenia jak ognia, a używając go – dyskwalifikujemy wartość wszystkiego, czego miałoby dotyczyć. Dlaczego kicz tak drażni? Bo jest lichy, tandetny, przesłodzony, spłyca najważniejsze treści, służy tylko rozrywce i pozomemu poczuciu szczęścia. Problem tkwi w tym, że potrzebujemy kiczu, że nie potrafimy żyć bez niego, że bodaj na stałe wpisał się w ludzką rzeczywistość. Człowiek jest już zmęczony tzw. sztuką wysoką, potrzebując odrobiny przyjemności, dobrego samopoczucia. Dlatego otacza się przedmiotami, które bez dwóch zdań można nazwać kiczowatymi. Chwilowe rządy „ascetyzmu”, który wiązał z przedmiotem jedno tylko znaczenie – jego funkcjonalność – już w drugiej połowie XX wieku zastąpiła etyka konsumpcyjna. Z jednej strony nadal kładzie się nacisk na użyteczność przedmiotów, z drugiej – widoczna staje się apologia gadżetu, elementu, którego wygląd ma znaczenie większe niż przydatność.

Niektórzy badacze twierdzą, że kicz powstaje w wyniku tzw. „zdrady medium”, czyli przeniesienia dzieła z jednego środka wyrazu na inny. Wszystkie przeróbki utworów literackich na komiks, filmów na książkę i *vice versa*, dawałyby w rezultacie utwór w złym guście. Każdy intersemiotyczny przykład tego typu byłby w rzeczywistości degeneracją pierwowzoru. Sprawdzają się ta teza tylko w pewnej części – kto widział na przykład *Rękopis znaleziony w Saragossie* Wojciecha J. Hasa, sfilmowany na podstawie osiemnastowiecznej powieści Jana Potockiego,

przekonany jest, że „zdrada medium” niekoniecznie musi tłumaczyć istnienie kiczu.

Szerzenie się kiczu w dwudziestowiecznej kulturze masowej było błyskawiczne i wszechogarniające. Pod wpływem przemian cywilizacyjnych i awangardowych praktyk artystycznych, przeszłość zaczęto widzieć jako magazyn rzeczy przecenionych, co zaowocowało gigantyczną „posezonową wyprzedacją” arcydzieł. Niemal w tym samym momencie doszło do odkrycia i eskalacji kiczu, który raz dostrzeżony – łatwy był już wszędzie do odnalezienia. Zaczęto mówić o kiczu Giotta i Botticellego, kiczu Bocklina i Rubensa, kiczu rokoka, klasycyzmu, sentymentalizmu, gotycyzmu; o kiczu Cervantesa, Goethego i Byrona, kiczu Wagnera i Pucciniego, kiczu Mickiewicza, Witkacego i Gombrowicza, etc, etc.

Ważniejszym jednak zjawiskiem było dostrzeżenie i ujawnienie bezwzględnej, wszechwładnej i zawłaszczającej mocy kiczu, którego działanie Abraham Moles nie przypadkowo określa jako „totalitaryzm bez przemocy”: to po prostu sztuka spełniająca oczekiwania odbiorcy. Kicz pełni przede wszystkim funkcję dostarczania przyjemności, czy też raczej – spontaniczności w odczuwaniu przyjemności. Spontaniczności, która jest całkowicie obca transcendentnej idei piękna lub brzydoty, natomiast umożliwia człowiekowi ograniczony i pozbawiony autentyczności udział w ekstrawagancji. Johann Wolfgang Goethe w swej przedmowie do *Fausta* podkreśla potęgę kiczu: „Publiczność to masa, której należy się przypodobać, ponieważ ona żyjąc pozwala innym żyć. Najpewniejszym źródłem oddziaływania na masę jest dostarczanie jej różnego pokamu, z którego każdy coś dla siebie wybierze. Publiczność ta nie przywykła do wyższych wartości; jej gusty zaspokajają kolorowe obrazki, żdźbło prawdy zmieszane z masą błędu i błazeństwo obok rozumu i namiętności; ale nade wszystko przyciąga ją zwykły obraz pospolitego ludzkiego życia, które każdy przeżywa, ale tylko niewielu przeżywa świadomie. Nie zdobyciu sławy u potomności, ale zabawie współczesnych służyć ma sztuka zgodnie z dyrektywami tej praktycznej filozofii kultury.”

W 1969 roku Leslie Fiedler w postmodernistycznym manifestie (drukowanym zresztą w *Playboyu*) dokonuje

rehabilitacji westernu, nurtu *science-fiction*, porno, pop-artu. Sztuki popularnej – a więc całej sfery kultury, która najczęściej balansuje na krawędzi kiczu. Ponowoczesna kultura jest kulturą ludyczną, karnawaliczną, obszarem znaczeń, gdzie nade wszystko liczy się zabawa. Nie powinno wobec tego dziwić zainteresowanie kiczem, tak widoczne wśród współczesnych artystów. Sposób prezentowania rzeczywistości, kreacja postaci (literackich, filmowych, teatralnych, a nawet tanecznych) świadczy o tym, że mówienie o kiczu językiem kiczu jego nieodparty urok. Demaskuje jednocześnie jego „pozorność” i uludę, jaką ponoć przynosi. Co więcej – pozwala stawiać najtrudniejsze pytania dotyczące kondycji współczesnego człowieka. Przykładem może być kino Pedro Almodovara, w którym nasyconie kiczem nie kłóci się z uznaniem dla rangi tej sztuki. Także filmy Quentina Tarantino – tak kiczowate, jak *Od zmięchu do świtu*, czy *Cztery pokoje* – stają się świadectwem gry między estetyką kiczu a estetyką awangardy; gdy szukającej czegoś nowego w sztuce. Nie inaczej ma się rzecz ze sztuką sceniczną – no bo czy współczesny twórca teatru może tworzyć aktualne i atrakcyjne dla współczesnego odbiorcy widowisko, nie odwołując się do estetyki kiczu mediów elektronicznych?

Spotykamy się z kiczem wchodząc do każdego niemal kościoła – kicz jest tam wręcz wszechobecny. Uniemżliwia on autentyczne doświadczenie religijne, ponieważ przekazuje informacje o tym, co święte, w formie zredukowanej, zakłamanej, błędnej, czyli dostępnej ograniczonym ludzkim wyobrażeniom. Podam tu konkretny przykład: przez całe lata funkcjonował obrazek przedstawiający św. Teresę z Lisieux w formie „ulizanej” – ot, taka „święta-głupia” z różyczkami. To nieczła egzemplifikacja tezy Herberta McLuhana, mówiącej, że środek komunikacji sam jest komunikatem. Oznaczałoby to, że kiczowaty komunikat religijny jest fałszywym komunikatem religijnym, a treści komunikowane w banalnej formie będą odbierane jako banalne. Z tego wszakże względu wszystko, co pokazuje się i przekazuje w Kościele, powinno podnosić i sublimować duchową kondycję człowieka. Powieszenie w kościele kiczowatego obrazu jest jak puszczenie wiemym *Big Brothera*.



Wesołych Świąt
i szczęśliwego
Nowego Roku

Klientom Polish Deli
i wszystkim Rodakom

życzy

DOROTA GAWRON



Wesołych Świąt
i pomyślności
w nadchodzącym roku

Klientom Piast Bakery & Deli
i wszystkim Rodakom

życzą

Małgorzata i Krzysztof Hoffman



Wesołych Świąt
i radosnego
Nowego Roku
NASZYM Klientom
i całej Polonii

życzą

BARBARA i JAROSŁAW BRODA
B.J. BAKERY

South Burnaby OPEN HOUSE Sept., Feb. - daty: www.sbnh.

POLSKO-KANADYJSKIE PRZEDSZKOLE w Metrotown

ZAPISY NA WRZESIEŃ 2012 i na r. SZKOLNY 2012-13

- * Nauka języka polskiego
- * Dla dzieci w wieku 3-5
- * Przedszkole licencjonowane
- * Nauczyciele ECE
- * 2 lub 4 godz, 3 lub 2 dni w tygodniu, od 9:30 rano
- * Adres: Marlborough Care / Clinton Care (Burnaby) www.sbnh.ca

Polish semi immersion

ZADZWOŃ JESZCZE DZIŚ PO APLIKACJE (604) 431-0400 annetteb@sbnh.ca

"Dar Języka Polskiego dla Twojego Dziecka"
"Give Your Child The Gift Of A Second Language"