

Trzy pokolenia kiczu

Wprowadzenie

Kicz to słowo które w pełni wniknęło w nasz codzienny słownik. Używając go jesteśmy w stanie zakomunikować nasze negatywne lub nawet prześmiewcze nastawienie wobec przedmiotów oraz wytworów sztuki. Łatwo nam uznać, że wielka reprodukcja *Ostatniej Wieczery* Leonarda da Vinci, wisząca nad kanapą w salonie sąsiada jest kiczowata. Jednak czy jesteśmy w stanie dostrzec kicz we własnym domu i szczerze przyznać, że sami otaczamy się przedmiotami, które zasługują na takie miano? W mojej pracy przeanalizuję miejsca zamieszkania trzech pokoleń mojej rodziny: dziadków, moich rodziców oraz moje własne mieszkanie. W pracy pragnę ukazać dynamikę przemian rzeczy kiczowatych, którymi otaczają się dane pokolenia oraz pokazać, że to co kiczowate nie musi być złe. Część empiryczną przeprowadzę na podstawie analizy wykonanych fotografii wewnątrz 3 miejsc zamieszkania. Pragnę podkreślić, że wybory kiczowatych przedmiotów i pomieszczeń były moim subiektywnym wyborem i nie były one konsultowane z żadnym członkiem rodziny.

Część teoretyczna

Kicz to termin artystyczny pochodzący z języka niemieckiego oznaczający śmieci, coś lichego, bubel, twór o niskiej wartości. W dobie globalizacji sztuki i estetyki przedmiotów użytku codziennego słowa tego używamy do określania sentymentalnych i tanich form sztuki. Pojęcie kiczu ukształtowało się w XX wieku, co może również wskazywać na moment komercjalizacji i globalizacji sztuki. W tym samym wieku powstały mass media, a sztuka stawała się coraz bardziej dostępna dla wszystkich. Mianem kiczu określano właśnie wytwory sztuki komercyjnej i masowej.

Jako źródło pochodzenia określenia kiczu uznaje się esej Clementa Greenberga *Awangarda i kicz* z 1939 roku. W swojej pracy Greenberg definiuje samo pojęcie kiczu oraz bada jego związek z tradycją sztuki wysokiej. Autor uważał kicz za jej przeciwieństwo.

Drugą niezwykle ważną postacią związaną z popularyzacją określenia kiczu jest Theodor Adorno. Badacz sztuki mianem kiczu określał dzieła parodiujące sztukę oraz jej wyniosłość. Według krytyka w dobie kapitalizmu sztuka została przekształcona w towar, tracąc tym samym swoją wartość stając się prostą, masową i łatwą w odbiorze.

Kontynuatorem pojęcia kiczu był Hermann Broch, który swoje rozważania na temat kiczu ukierunkował w stronę problemu etycznego, a nie tylko estetycznego - *zło w systemie wartości sztuki*¹. Zdaniem filozofa kicz na rzecz wartości estetycznej rezygnuje w wartości etycznej, pozbawiając tym samym sztukę pierwiastku etycznego. Do tej pory spotkanie ze sztuką stanowiło pewnego rodzaju katharsis. Broch uważał, że estetyka sztuki jest jedynie poboczną procesem tworzenia sztuki etycznej, a nie celem samym w sobie. Takie nastawienie jest zaprzeczeniem ideologii sztuki masowej, która często jest jedynie ładna, czyli według Brocha kiczowata.

Warto również wspomnieć o perspektywie semiotycznej kiczu. Twórcą tej perspektywy jest Marek Hendrykowski. Jego podejście wobec kiczu jest mniej negatywne, gdzie jest on niezbędnym elementem sztuki. Według niego *w ocenie wartości artystycznej dzieła sztuki i kicz się wykluczają, ale jako pojęcia przeciwstawne i zwalczające się, paradoksalnie są nawzajem potrzebne*². Teoria ta uznaje, że kicz jest potrzebny wobec przetrwania sztuki wysokiej. Od wieków kicz stanowi zagrożenie dla sztuki wysokiej, która aby bronić się stale

¹ Hermann Broch *Kilka uwag o kiczu*, Warszawa 1998 zbiór *Creation litteraire et connaissance*.

² Marek Hendrykowski *Kłopoty z kiczem filmowym, Niedyskretny urok kiczu*, Kraków 1997.

udoskonala się estetycznie i etycznie. Popularyzacja określania kiczu nastąpiła w latach 70. XX wieku. Krytycy sztuki w Monachium mianami kiczu określili masowo powielane pejzaże oprawione w złote ramy. Kupno ich było bowiem manifestem awansu społecznego lub rzekomego bogactwa burżuazji. Była to sztuka bezpieczna i przyjemna dla wszystkich, nie szokowała, nie wymagała wysiłku intelektualnego ale była ładna, dostępna i przyjemna dla oka.

Współcześnie kicz jest terminem kulturowym, obecnym w przestrzeni społecznej. Z perspektywy socjologicznej uznać można, że kicz jest rodzajem fałszywej świadomości, która pozwala zaakceptować panujący porządek społeczny. Warto pamiętać, że samo pojęcie ukształtowało się w dobie silnych przemian społecznych XX wieku. Mając na uwadze masowość sztuki mianem kiczu często opisuje się wytwory masowe, powielanie i często tanie i dostępne dla szerokiego grona społecznego. Ich atrakcyjność i walor estetyczny tworzony jest tak aby podobał się wielu grupom społecznym i jednostkom, a zrozumienie go nie wymagało wielkiego wysiłku intelektualnego. Jak możemy zauważać taka rzeczywistość pokrywa się z tezą kiczu Hermanna Brocha. Wtwory sztuki straciły walor etyczny na rzecz przystępności estetycznej. Rozważania poszerzyć można dalej i zaobserwować, że kicz często imituje obiekty sztuki wysokiej, która przecież często jest niedostępna chociażby z powodów ekonomicznych dla wielu grup czy klas społecznych. Zastanówmy się czy masowe reprodukcje *Słoneczników* Vincenta van Gogha, *Ostatniej Wieczery* Leonarda da Vinci, ozdabiające wnętrza salonów, niezależnie od klasy społecznej nie są wyborem automatycznie kiczowatym? Uważam, że podstawa ekonomiczna różnicująca kicz od klasowego przepychu nie ma tu sensu. Masowe reprodukcje, które straciły swój walor etyczny poprzez milionowe powielanie prezentują się tak samo *kiczowato* we wnętrzu domu rodziny klasy niższej jak i wyższej. W perspektywie socjologicznej dopatrywać można się zjawiska iluzji dostępności. Bowiem, kto może sobie pozwolić na oryginalny obraz? Niewielki procent społeczeństwa. Jednak na koszulkę, podstawkę pod kubek i zeszyt ze *Słonecznikami* Vincenta van Gogha prawie każdy. To co kiedyś było sztuką wysoką i umożliwiającą przeżycie swoistego katharsis teraz zostało poddane globalizacji użyteczności i dostosowane do przeciętnego gustu społeczeństwa. To co elitarne kiedyś teraz dostępne jest w sklepach sieciowych. Warto jednak pamiętać o tym, że *kicz* może stanowić odpowiedź na potrzeby społeczeństwa. Portrety papieża Jana Pawła II w domach Polaków czy kubki z księżną Dianą w dłoniach Brytyjczyków mogą być wyrazem potrzeby możliwości łatwego wyrażenia swojej tożsamości czy patriotyzmu. Czy obraz papieża na ścianie kuchni uznać można za kiczowaty? Oczywiście, że tak. Czy jego obecność sygnalizuje nam poczucie tożsamości domowników? Oczywiście, że tak. Dlatego pojęcie kiczu uważam za określenie niekoniecznie negatywne. Według moich odczuć i obserwacji kicz jest aktualnie pojęciem obiektywnym i niekoniecznie musi mieć emocjonalne nastawienie. Kiczem określamy daną grupę przedmiotów, bo takie po prostu są - kiczowate. Figurki Hello Kitty, reprodukcje obrazów, magnesy z Zakopanego i Sri Lanki, podkładki pod kubek z wizerunkiem Michaela Jacksona, czy pejzaże przedstawiające zachód słońca, złote zdobienia łazienki i imitowany marmur w kuchni. Czy te wszystkie przedmioty są kiczowate? Tak, ale w rzeczywistości niosą duży ładunek emocjonalny, tożsamościowy i sentymentalny. Są one bowiem wyrazem upodobań i tożsamości mieszkańców. Oglądając takie wnętrza po raz pierwszy przedmioty te informują nas o ich właścicielach i niekoniecznie myślimy o kiczu. Często sami możemy utożsamiać się z takimi preferencjami bo mamy magnes z Sopotu i też słuchamy Michaela Jacksona więc spytamy sąsiadki skąd ma takie podkładki bo sami sobie chętnie takie kupimy. To co kiczowate współcześnie jest użytkowe, łatwe w odbiorze i

dostępne. W perspektywie społeczeństwa może mieć element łączący a nie dzielący tak jak w przeszłości, kiedy sztuka była czymś wysokim i niedostępnym dla niższych klas społecznych. Uważam, że kicz jest dobry i jako społeczeństwo potrzebujemy go. Kicz to *sztuka szczęścia*, jako społeczeństwo pozwalamy sobie uczestniczyć w sztuce złego gustu, lubimy to i kultywujemy.

Jakie są współczesne przykłady kiczu? Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie bo jest ich tak wiele, że możemy ich już nawet nie zauważać. Nasze przestrzenie nasiąknięte są kiczem i zdaje się, że lubimy to i sami na to pozwalamy. W stereotypowym polskim domu lodówka w kuchni pokryta jest magnesami, na półkach stoją różnego rodzaju bibeloty, na ścianie wisi zakupiony obraz, obok niego tabliczka z napisem *kot i my to kochająca rodzina*, na innej ścianie fototapeta, obok portret ślubny, a na stole leżą podkładki z nadrukiem jakiegoś znanego obrazu. Tylko kicz, czy użytkowa manifestacja tożsamości społeczeństwa? Magnesy w łatwy sposób komunikują o miejscach w których byliśmy, ale też mają wartość sentymentalną dla nas samych. Figurki na półkach są pamiątkami z różnych miejsc, wypełniają przestrzeń. Obraz kupiony w sieciówce z meblami nie szokuje, jest bezpieczny i cieszy oko. Tabliczka z hasłem pokazuje naszą tożsamość i wartości, na przykład jesteśmy rodziną i kochamy zwierzęta. Fototapeta urozmaica przestrzeń, wydaje się nowatorska i możliwa jest jej personalizacja, co również może być manifestem nas samych. Portret ślubny ukazuje nasz status społeczny, podkreśla więzi i przynależność do rodziny. Podkładki pod kubek z obrazem, mogą mieć charakter czysto estetyczny ale i symboliczny. Przestrzeń kiczowata ale pełna informacji o domownikach.

Warto również przeanalizować to czym karmi nas popkultura - kiczem. Popularne mangi, motyw *Hello Kitty*, tomy komiksów o superbohaterach, figurki *Funko POP!* - wszystko to jest kiczem. Motywy te przenikają również do przedmiotów użytku codziennego. W sklepach możemy znaleźć przedmioty kuchenne z *Hello Kitty*, figurki, kubki, kosmetyczki, koce. Chętnie kupujemy takie przedmioty bo są dla nas przyjemniejsze estetycznie niż zwykłe przedmioty użytkowe. Wolimy różowy kubek z motywem Hello Kitty niż zwykły biały. Jako jednostki w łatwy sposób nie tylko ozdabiamy własną przestrzeń ale również manifestujemy nasze upodobania.

Część empiryczna

Część empiryczna mojej pracy opierać będzie się na analizie fotografii przedstawiających kicz obecny w domu moich dziadków, rodziców oraz moim mieszkaniu. Wszystkie te przestrzenie poddałam subiektywnej obserwacji starając nie kierować się tezą, że to co kiczowate jest złe. Taka obserwacja umożliwiła mi spostrzeżenie codziennych dla mnie przestrzeni w inny sposób. W dalszej części pracy umieszczę wykonane fotografie, które poprę opisem. W pracy pragnę ukazać dynamikę zmian elementów kiczu w przestrzeni domowej na przestrzeni pokoleń.

Dom dziadków.

Dla pełnego zrozumienia empirycznego ważne jest przedstawienie zmiennych, które określają przestrzeń mieszkalną moich dziadków. Dom znajduje się w miejscowości - wieś o liczności 405 mieszkańców (stan na 2021 rok) w województwie lubelskim. Moi dziadkowie mieszkają w nim nieprzerwanie od 1978 roku. Takie ramowe określenie dat ważne jest dla przypomnienia istotnych wydarzeń dla polskiego społeczeństwa. Dom ten i jego przestrzeń była niemymi świadkami komunizmu, transformacji, stanu wojennego, wyboru Jana Pawła II

na papieża. Wszystkie te wydarzenia są głęboko zakorzenione w polskiej świadomości społecznej.



zdjęcie własne 1

Zdjęcie przedstawia fragment pomieszczenia, które w teorii ma służyć jako miejsce do przyjmowania gości. W rzeczywistości jednak nie pełni większej funkcji oprócz czysto wizualnej. Uwagę przykuwa przede wszystkim główna ściana pomieszczenia. Widzimy na niej dwa obrazy z wizerunkiem papieża Jana Pawła II, po środku obraz przedstawiający Pana Jezusa w koronie cierniowej, a po prawej stronie gigantycznego drewnianego pająka, rękodzieło wykonane przez jedną z wnuczek i karykaturalną figurkę. Taka estetyczna mieszanka jest wyrazem kiczu. Obrazy religijne, które przywołują patetyczne emocje kontrastują z groteskowymi ozdobami. One z kolei stanowią wyraz sentymentalnych wartości domowników. Karykaturalna figurka jest pamiątką z jednej z podróży, a rękodzieło jest prezentem. Takie kontrastowe zestawienie patosu i groteski uznać można za kicz.



W tym samym pomieszczeniu znajduje się prawie półmetrowa druga karykaturalna figurka. Ciężko jednoznacznie określić czyj wizerunek przedstawia. Pióra na głowie, złote zdobienia i naga sylwetka wydają się mocno groteskowe. Dzieło sztuki? Ozdoba? Ciężko określić jednoznacznie jaką rolę pełni ta figurka oprócz czysto wizualnych. Wydaje się, że ma ona naśladować awangardową rzeźbę, tym samym w swojej niepokojącej karykaturalności uznać można ją za kiczowatą.

zdjęcie własne 2

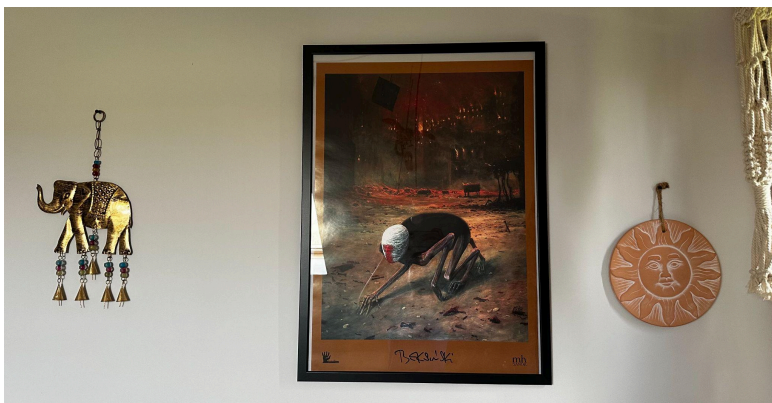
Dom rodzinny.

Tak samo jak poprzedni dom będący punktem obserwacji, mój dom rodzinny znajduje się w tej samej miejscowości - wieś, 405 mieszkańców (stan na 2021 rok), województwo Lubelskie. Mieszkamy tu od 2010 roku.



zdjęcie własne 3

Kuchenny okap a na nim garść magnesów, które nie są na wysokim estetycznym poziomie. Karykaturalny drewniany góral z Zakopanego, mewa o ludzkiej sylwetce z Łeby i masowo produkowane magnesy z różnych miejsc. Trudno przyznać, że takie połączenie jest estetycznie przyjemne dla oka. Mają one raczej wyraz sentymentalny i uważam, że są manifestem kiczu w polskich domach.



zdjęcie własne 4

Zdjęcie przedstawia ścianę w moim pokoju w domu rodzinnym. Hinduski blaszany słoń, plakat z obrazem Zdzisława Beksińskiego, gliniane słońce. Istnie kiczowata mieszanka. Turpistyczny obraz wygląda kiczowato w zestawieniu obecnych obok ozdób. Istotne dla wartości empirycznej jest również samo pochodzenie obrazu. Jest to plakat z nadrukiem obrazu Zdzisława Beksińskiego zakupiony w muzeum. Jego cena nie przekraczała 30 zł, a plakat został oprawiony w plastikową ramkę z IKEI. Czy uznać można to za upadek sztuki? Czy tak wybitne i niepokojące dzieło powinno znajdować się w codziennej przestrzeni? O ile sam obraz nie zasługuje na miano kiczu, to całokształt aranżacji ściany owszem. Zgodnie z wcześniej przedstawionymi teoriami sztuka wybitna uległa komercjalizacji i wizerunki wybitnych dzieł sztuki mogą być powielane i sprzedawane.

Mieszkanie

Analizie poddałam również przestrzeń, którą zamieszkuję sama podczas roku akademickiego od 2023 roku. Mieszkanie znajduje się w Warszawie.



zdjęcie własne 5

Na pierwszej z fotografii przedstawiony jest fragment sypialni. Dominuje tu ostatnio bardzo popularny w mediach społecznościowych zwierzęcy motyw panterki. Dywan we wspomnianym wzorze kształtem imitować ma skórę zwierzęcia. Jednak już z daleka widać, że jest to tania imitacja i daleko jej do drogich skór. Obok wisi szlafrok w ten sam wzór, co ukazuje podążanie za trendami kiczu. Wzór panterki kojarzy się raczej z tandetą lub taniością stylu glamour. Mimo swojego kiczu zdominował trendy w mediach społecznościowych, a my podążając za nimi wprowadzamy je w nasze prywatne przestrzenie.



zdjęcie własne 6

Zdjęcie przedstawia fragment regału również umieszczonego w sypialni. Na nim figurka *Funko POP!* masowej produkcji, która jest bardzo prosta w swej estetyce. Nie posiada licznych szczegółów, rozmiar głowy do reszty ciała jest nieproporcjonalny, a twarz uproszczona. Takie cechy wskazują na jej kicz, ponieważ nie przedstawia ona większych wartości estetycznych. Jednak doszukiwać można się w niej wartości sentymentalnych i tożsamościowych. Postać figurki pochodzi z gry komputerowej więc można się domyślić kogo ma naśladować swoją karykaturalnością. Stawiając ją na półce deklarujemy, że

graliśmy w daną grę i ją lubimy. Jest prosta, nawet trochę zabawna i na pewno kiczowata. Obok niej stoi lalka *Monster High*, którą również można uznać za wyraz kiczu. Sylwetce lalki daleko od imitacji ludzkiej proporcji. Lalki te są masowo produkowane od 2010 roku i głęboko przeniknęły we współczesną popkulturę. O kiczu może świadczyć również potraktowanie zabawki, jako ozdoby wewnątrz co raczej nie jest w najlepszym guście. Dodatkowo tuż obok niej leży uśmiechnięta pluszowa dynia i pudełko po perfumach z motywem japońskiej szkoły tatuażu. Cała kompozycja jest kiczem, jednak niesie ze sobą informacje o jednostce zamieszkującej daną przestrzeń. Uznaję to za właśnie swego rodzaju sztukę szczęśliwą, wszystkim przedmiotom daleko od jakiegokolwiek sztuki jednak mają one po prostu cieszyć i dawać komfort swoją obecnością.



zdjęcie własne 7

Na kolejnym ze zdjęć również widzimy kiczowate połączenie. Dwa zabawkowe króliki *Sylvanian Families*, a obok nich ręka Hamsa. Figurki aktualnie są trendem w mediach społecznościowych. Warto zaznaczyć, że mimo tego, że są one zabawkami to stanowią one obiekt pożądania jednostek dorosłych. Swoje przestrzenie dekorujemy kiczowatymi zabawkami, dlatego że aktualnie popularne są na portalach społecznościowych. Popkultura przenika w przestrzeń i nie niesie ze sobą żadnych wartości etycznych. Małym króliczkom daleko do sztuki, mimo tego traktujemy je jako małe figurki i dekorujemy nimi półki. Wspomniana obok ręka Hamsa, jako symbol pochodzi z wierzeń dalekiego wschodu. Nie jestem powiązana w żaden sposób z religią muzułmańską, mimo tego na mojej półce leży ozdoba właśnie z tym religijnym motywem. Wywnioskować można, że wartości estetyczne przewyższyły wartości etyczne, ponieważ kierowałam się estetyką, a nie głębszymi wartościami.

Podsumowanie

Analiza teoretyczna i empiryczna pracy wskazują na to, że otaczamy się kiczem w naszych przestrzeniach mieszkalnych. Niezależnie od pokolenia w naszych domach możemy znaleźć elementy kiczu. Dostrzegam w tym zjawisku pewną dynamikę, co ukazują moje obserwacje. Pierwszą analizowaną przestrzenią był dom moich dziadków. Należą oni do pokolenia *Baby Boomers* (1946-1964), które było świadkami przełomowych przemian dla Polski. Widać, że te polityczne i istotne wydarzenia dla tożsamości Polaków przeniknęły również do ich przestrzeni prywatnych. Owszem religijno - ikoniczne obrazy w przestrzeniach mieszkalnych uważane są raczej za formę kiczu, to ukazują etyczne wartości. Warto poszerzyć rozważania o proces przenikalności sfery publicznej do sfery prywatnej - *sfery publiczna i*

prywatna podlegają stopniowej, początkowo niedostrzegalnej dyfuzji, w wyniku której trudno wydzielić przestrzeń czysto prywatną, pozbawioną ingerencji zewnętrznych i na nie odporną³. Proces ten opisywany jest przez profesor Magdaleny Łukasiuk w numerze 8 kwartalnika *Rzut. Kwartalnik architektoniczny*. Za sprawą mediów i polityki w nasze przestrzenie wkrada się to co publiczne. Karol Wojtyła na papieża wybrany został w 1978 roku i pod względem symbolicznym, tożsamościowym i politycznym, było to jedno z najważniejszych wydarzeń dla wspomnianego pokolenia Polaków. Mimo iż moi dziadkowie nie należą do osób szczególnie religijnych to i tak na ścianie w ich prywatnej przestrzeni widnieje symbol tego co publiczne, bo wspólne dla wielu Polaków.

Kolejną analizowaną przestrzenią był mój rodzinny dom. Moi rodzice należą do *pokolenia X* (1965-1980). Muszę przyznać, że w przestrzeni wspólnej naszego domu trudno było mi znaleźć przejawy kiczu. Jedynymi rzeczywiście kiczowatymi przedmiotami były wspomniane wcześniej magnesy. Jak się okazuje kicz w dużo większym stopniu obejmował mój własny pokój. Twierdę, że może wynikać to z charakterystyki pokolenia do którego należę, co opiszę w kolejnym akapicie.

Ostatnią analizowaną przestrzenią było mieszkanie, w którym mieszkam. Należę do *pokolenia Z* (1997-2012). Nasze pokolenie jest pod największym wpływem mediów społecznościowych, a co za tym idzie to co publiczne, czyli trendy przenikają do naszych prywatnych przestrzeni. Dzięki temu w sposób łatwy możemy uzewnętrzniać swoje preferencje estetyczne, często nie zważając na ich wartości etyczne. Na swoim własnym przykładzie ukazałam, że mimo iż trudno mi określić, co przedstawia turpistyczny obraz Zdzisława Beksińskiego, to i tak postanowiłam powiesić go na ścianie, dodatkowo komponując go z hinduską ozdobą. Uważam, że takie otaczanie się przedmiotami ze względu na ich czysto estetyczny charakter jest kiczowate ale nie jest złe. Masowe trendy takie jak wzór panterki, figurki *Funko POP!*, *Sylvanian Families* za sprawą platform takich jak *TIKTOK* przenikają w nasze przestrzenie. My czujemy się modni i na czasie, mimo że są to przedmioty kiczu.

Uważam, że teoria Hermanna Brocha na temat kiczu jest najbardziej aktualna. Współcześnie zalewani jesteśmy produktami masowej produkcji, które rzadko kiedy niosą ze sobą wartości etyczne. Jako społeczeństwo konsumpcji kierujemy się tylko estetyką i coraz rzadziej potrzebujemy wyniosłych i patetycznych symboliką ozdób w naszych domach. Media społecznościowe napędzają cały ten proces popularyzowania estetycznego kiczu, a my jako konsumenci pragniemy posiadać wszystkie te przedmioty. Tak jak wykazała moja obserwacja kicz ewoluuje. Od religijnej ikonografii w domostwach do przedmiotów masowych trendów o wartości czysto estetycznej.

³Magdalena Łukasiuk. *Redefinicje współczesnego domu*, *Rzut. kwartalnik Architektoniczny* nr +8, 2015, s. 4-10.

Bibliografia

Hermann Broch *Kilka uwag o kiczu*, Warszawa 1998 zbiór *Creation litteraire et connaissance*.

Marek Hendrykowski *Kłopoty z kiczem filmowym, Niedyskretny urok kiczu*, Kraków 1997.

Magdalena Łukasiuk. *Redefinicje współczesnego domu, Rzut. kwartalnik Architektoniczny nr +8*, 2015, s. 4-10.