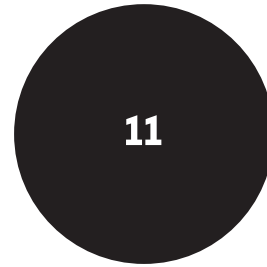




INSTYTUT
KULTURY
POLSKIEJ



Widok. Teorie i praktyki kultury wizualnej.

tytuł:

Słabe obrazy klasy średniej

autor:

Magda Szcześniak

źródło:

„Widok. Teorie i praktyki kultury wizualnej” 10 (2015)

odsyłacz:

<http://pismowidok.org/index.php/one/article/view/349/638/>

wydawca:

Instytut Badań Literackich PAN
Instytut Kultury Polskiej UW
Widok. Fundacja Kultury Wizualnej

Magda Szcześniak

Słabe obrazy klasy średniej

W artykule z „Gazety Wyborczej” z grudnia 1990 roku, wymownie zatytułowanym *Nowa klasa*, znajdujemy opis „typowej” ścieżki kariery przyszłych przedstawicieli polskiej klasy średniej:

Przeciętny kandydat na polskiego kapitalistę stoi po kostki w błocie, marznie na mrozie, siusia po okolicznych klatkach. W nocy kupuje, w dzień sprzedaje. Ma stolik turystyczny, łóżko polowe, „walizkę”, potem namiot, potem drewnianą budę. Potem może sklepik albo hurtownię w mieszkaniu u cioci. [...] Najwyżej co dziesiąty, a może tylko co setny przemieści się w górę na społecznej drabinie: otworzy prawdziwy sklep, założy firmę. Inni na zawsze zostaną na bazarach, wrócą do pracy najemnej albo, niestety, zasilą środowisko lumpów. Nie każdy może zostać biznesmenem, potrzeba do tego łutu szczęścia, wytrwałości, pracy, talentu. Cechy te nie są, jak się zdaje, rozsiane równomiernie w całej populacji¹.

W innym artykule z tego samego roku pojawia się podobna wizja dochodzenia do upragnionego statusu klasowego. Na pytanie, „jak i dlaczego powstaje klasa średnia?”, autor odpowiada: „przede wszystkim dlatego, że chce nią zostać”². Podkreśla się więc rolę determinacji i aspiracji w podwyższaniu statusu społecznego. Oczywiście sama wola nie wystarczy, dziennikarz opisuje więc kilka przykładowych losów drobnych przedsiębiorców, z których każdy (są to wyłącznie mężczyźni) musi przejść serię prób, niepowodzeń, dokonywanych po omacku inwestycji, a także często fizycznych męczarni. Wstępne warunki, które należy spełnić, aby wstąpić na ścieżkę kariery (np. minimalny kapitał ekonomiczny, wiedza) nie zostają jednak wymienione. Wysiłek wkładany we wspinanie się po społecznej drabinie jest zaś w zaproponowanej przez dziennikarzy „Gazety Wyborczej” narracji naturalizowany: „Jeśli chce się zaliczać do klasy średniej, innego wyjścia nie ma”³.

W debacie początku dekady uruchamia się więc znaną, jednak w dużej mierze obcą kulturowo oraz anachroniczną w stosunku do dominującego wówczas na Zachodzie typu kapitalizmu, figurę *self-made mana*, rodem raczej z kapitalizmu przełomu

wieków niż dominującego w latach 90. kapitalizmu korporacyjnego⁴. Jak pokazuje Jadwiga Staniszkis, używając pojęcia neotradycjonalizmu, odwoływanie się do zapóźnionej, lecz znajomej, narracji o wolnym rynku kapitalistycznym, składa się na strategię postkomunistycznej modernizacji, „sięgającą wyrywkowo po stare komponenty (z własnego i cudzego dziedzictwa) i bud[ującą] z nich zręby nowego systemu”⁵. Staniszkis przekonująco pokazuje, że budowanie wizji mechanizmów gospodarczych nie opierało się na, choćby idealizowanym, obrazie globalnej gospodarki oraz – (dopowiedzmy) ówczesnej zachodniej klasy średniej, składającej się w większości nie z prywatnych przedsiębiorców, lecz z funkcjonujących w korporacyjnych strukturach pracowników umysłowych. U swoich podstaw polska klasa średnia – czy raczej jej projekt – miała więc „zideologizowaną (zbyt świadomą siebie i stylizującą się na własne o sobie wyobrażenia) tradycję liberalnego rynku, zaczerpniętą z dawno minionej, wolnokonkurencyjnej fazy kapitalizmu zachodniego”⁶. Choć Staniszkis zainteresowana jest raczej sferą instytucjonalną niż narracjami i obrazami, zwraca uwagę na ich znaczenie oraz performatywny charakter. „Tradycja liberalnego rynku”, którą rozumieć możemy zapewne jako praktyki oraz przekonania wywiedzione z klasycznej myśli liberalnej, wzoruje się w końcu na wizji samej sobie z przeszłości, „stylizuje się na swoje wyobrażenia”. Stylizacją rządzą zasady pastiszu, hiperrealności oraz złamania sekwencyjności. Wszystkie trzy operacje dokonywane na pierwotnym wyobrażeniu – w tym wypadku wyobrażeniu systemu wolnorynkowego oraz jej głównego aktora, czyli kapitalisty, przedstawiciela burżuazji – polegają na wyjęciu z pierwotnego środowiska oraz skompresowaniu, ujednoliceniu (a więc uproszczeniu) i uwydatnieniu wybranych cech. Krążące w sferze publicznej obrazy stają się „realniejsze niż pierwotna »realność« tradycji”, ponieważ zostały w nich „wyostrzone i zideologizowane wybrane [elementy]”⁷. To dlatego obrazy oraz teksty o nowej polskiej klasie średniej zaskakują radykalnymi uproszczeniami, konstrukcją opartą na popularnych kliszach, powierzchownością.

Proces budowania nowej klasy opierał się w dużym stopniu na sferze wizualnej, złożonej z obrazów nowych przedstawicieli klasy średniej: *self-made manów*, inteligentów przeistaczających się w biznesmenów – oraz, w miarę rozwoju transformacji – z odniesień negatywnych: cwaniaczków, nuworyszy, naiwniaków. Obrazy nowej klasy średniej zaludniają strony czasopism, eksponują swoją doskonałość w telewizyjnych pasmach reklamowych, wkraczają na ekrany kinowe –

przykładem niech będzie Karol Karol w *Trzy kolory. Biały* Krzysztofa Kieślowskiego (1993), Piotr Nowosad z *Kapitał, czyli jak zrobić pieniądze w Polsce* Feliksa Falka (1989), Dorota Waltz z *Lepiej być piękną i bogatą* Filipa Bajona (1993), czy nieco późniejsi bohaterowie *Billboardu* Łukasza Zadrzyńskiego (1998), *Długu* Krzysztofa Krauze (1999) i *Pierwszego miliona* Waldemara Dzikiego (2000). W transformacyjnej kulturze wizualnej obrazy pełnią również rolę kodów, za pomocą których aspirujący do klasy średniej komunikowali swoje istnienie i status, a także rozpoznawali siebie nawzajem. Nacisk na umiejętność rozpoznawania przedstawicieli nowej klasy średniej oraz zdolność uchodzenia za osobę o stale rosnącym statusie społecznym staje się jednym z dominujących wątków narracji o procesach kształtowania się nowej klasy. Równocześnie jednak obrazy wykorzystywano do wydzielenia nowej klasy średniej z całości społeczeństwa. Dominujący wzór klasy średniej, wraz z obietnicą dostępności awansu dla każdego, sprawiał, że poza nią dostrzegano wyłącznie tych, którym się „nie udało” (ale próbowali) lub tych, którzy – zgodnie z zasadą mimikry, wymagającą różnicy – naśladują w niewłaściwy sposób (nuworysze).

Należy podkreślić, że obrazy więcej mówią o wyobrażeniach o klasie średniej i cechującym ją stylu życia niż o rzeczywistych warunkach życiowych tej klasy. Choć z pewnością obrazy miały wpływ na praktyki życiowe oglądających i konsumujących je Polaków, rzeczywisty styl życia był raczej efektem negocjacji wyobrażeń z możliwościami – ekonomicznymi oraz kulturowymi. Pozostawiając badanie złożoności praktyk poszczególnych klas społecznych socjologom i etnografom skupiam się na analizie obrazów stylów życia, szerzonych przez media, kulturę popularną, filmy – pamiętając przy tym, że nawet przyjęcie ich jako wzorów do naśladowania przez określone grupy społeczne nie oznacza, że odpowiadają one rzeczywistym praktykom. Naśladowanie – jeśli w ogóle zachodzi, co zakładać będą liczne, nawet wprost instruktażowe komunikaty – nie jest procesem jednoznacznym, a kopia nigdy nie przylega do oryginału. Badania obrazów interpretowanych jako wzory mogą okazać się szczególnie istotne w odniesieniu do okresów radykalnych przekształceń struktury społecznej, która niewątpliwie



Reklama z magazynu „Sukces”

dokonała się po roku 1989. W takich momentach bowiem, jak sugeruje Staniszkis, krążące obrazy mają niekiedy nikłe odniesienie do rzeczywistości społecznej, służą raczej mobilizacji, szerzone są zaś z nadzieją na ich skuteczność, wiarą w sprawczy charakter i z założeniem o ich mimetycznym odbiorze.

Realizm kapitalistyczny

W artykule z 2013 roku, zatytułowanym *O realizm kapitalistyczny*, Jacek Dobrowolski zwraca uwagę na nieobecność w kinie polskim obrazów krytycznie opowiadających o powstawaniu polskiego mieszczaństwa (zrównywanym przez autora z klasą średnią), a więc przyglądających się skomplikowanym procesom wytwarzania różnic klasowych, generowania kapitału kulturowego przez klasę średnią oraz analizujących emocjonalne skutki zmiany stylu życia po 1989 roku, określane przez autora jako „trauma klas aspirujących”⁸. Posługując się terminem „realizm kapitalistyczny”, Dobrowolski apeluje do polskich filmowców o stworzenie nowego gatunku, który łączyłby

coś, co można by nazwać ironicznie-krytycznym materializmem (w miejsce moralistycznego idealizmu), z [...] inteligentną pracą nad formą (w miejsce „kina stylu zerowego”, który oczywiście wcale nie jest zerowy).
 [...] „Realizm kapitalistyczny” mógłby też zapełnić jeszcze jeden brak, jakim jest tematyka i problematyka technik samokształtowania podmiotów, „technik siebie”, jakby to nazwał Foucault, strategii jednostkowego i zbiorowego oporu⁹.

Zastanawiając się, czego brakuje w polskim kinie, by uznać je za ważny komentarz do otaczającej nas rzeczywistości, Dobrowolski zwraca uwagę na paradoksalny brak krytycyzmu polskiej klasy średniej. Jak zauważa, to mieszczaństwo (oczywiście zachodnie) wytworzyło formę fabularną i epicką, komentującą rozterki tożsamościowe tej klasy, i tym samym stało się jedyną klasą „zdolną do krytycznej autorefleksji”¹⁰. Dobrowolski powtarza rzecz jasna rozpoznania wielu badaczy literatury i teoretyków kultury – od Györgya Lukácsa, przez Jürgena Habermasa, do Fredrica Jamesona¹¹ – warto jednak pokrótce zwrócić uwagę na jeden ze



A.K., *Yuppie*, „Sukces” 1990, nr 6, s. 9.

skutków rozwinięcia przez zachodnie mieszczaństwo mechanizmu autonarracji, a mianowicie na wytworzenie przekonania o umiejętności rozpoznawania typów społecznych.

W niezwykle złożonym wywodzie, badającym związki pomiędzy XVIII-wiecznym mieszczaństwem brytyjskim, narodzinami spekulacji finansowych i instytucji ubezpieczenia a handlem niewolnikami, Ian Baucom analizuje wczesną powieść jako obszar negocjowania nowych mieszczańskich tożsamości, stopniowo odrywających się od tradycyjnych struktur dziedziczenia¹². Według amerykańskiego badacza zmiany tożsamości mieszczańskiej – od tożsamości ściśle związanej z przodkami i miejscem zamieszkania do tożsamości indywidualistycznej, za którą każdy ponosi osobistą odpowiedzialność – wiążą się bezpośrednio z narodzinami „kapitalizmu spekulatywnego”, charakteryzującego się między innymi wprowadzeniem do obrotu pieniądza papierowego, rozprzestrzenieniem instytucji kredytu i ubezpieczenia oraz praktyk obrotu długami. Częsty we wczesnej powieści mechanizm narracyjny, polegający na tworzeniu „typów”, służył oswajaniu szybko zmieniającego się świata, rozpoznawaniu niepewnych tożsamości, czytaniu „charakterów”¹³, rozumianych nie jako oparte na „skomplikowanym wnętrzu czy głębi psychologicznej, lecz na zewnętrznej, materialnej powierzchni [...] („płaska”, „bezosobowa” postać widziana i oceniana raczej z zewnątrz niż z wewnątrz)”¹⁴. Trudno nie zwrócić uwagi na wizualno-materialny wymiar „typu”, do utrwalenia którego w kolejnym wieku przyczyni się wynalezienie fotografii i „badania wizualne” podjęte między innymi przez Alphonse’a Bertillona i Francisa Galtona¹⁵. Jak pokazuje Baucom, choć na pierwszy rzut oka „typ” wydaje się figurą przyziemną, to paradoksalnie jego istnienie ściśle wiąże się z pracą wyobraźni – czytelnik powieści, podobnie jak płatnik regulujący transakcje przy użyciu papierowych banknotów, musiał bowiem uwierzyć w coś, co istnieje jedynie umownie, i zgodnie z tą wiarą postępować w rzeczywistości (kontynuować obrót pieniędzmi, rozpoznawać na ulicy powieściowe typy i wchodzić z nimi w określone relacje). Według Baucoma przemiany struktury ekonomicznej wiązały się z przemianami porządku epistemologicznego:

Dzięki wprowadzeniu do niego elementu fantazji, [rewolucja epistemologiczna] rozszerzyła sferę tego, co możemy poznać przez odniesienie do tego, co możemy sobie wyobrazić. [...] Podmiot wkroczył na nową, abstrakcyjną, anonimową i spekulatywną ścieżkę. Podmioty posiadające genealogię, podmioty przywiązane do jednego miejsca,

podporządkowane dworskim, religijnym czy republikańskim reżimom zostały zmuszone do rywalizacji z nowym, mobilnym i abstrakcyjnym podmiotem, podmiotem spekulatywnych projektów i pragnień¹⁶.

W ujęciu Baucoma dominujący model powieści nie dostarczał narzędzi krytycznych, lecz raczej współtworzył, a nawet ułatwiał funkcjonowanie klasy średniej (mieszczaństwa) w czasach intensywnych przemian społeczno-gospodarczych. Opisywane w *Spectres of the Atlantic* przemiany struktury epistemologicznej i finansowej trudno ocenić pozytywnie – również dlatego, że jak przekonująco udowodnił autor, to właśnie bezpośrednio z nimi wiąże się choćby długa społeczna akceptacja bezlitosnego handlu afrykańskimi niewolnikami, których żywe ciała funkcjonują jako wycenione przez ubezpieczyciela towary¹⁷. Niemniej nie da się zaprzeczyć, że rozwój powieści, opierającej się na realistycznej strukturze fabularnej, wspierał procesy przystosowywania się ich czytelników do rzeczywistości społecznej zmieniającej się pod wpływem umacniania się systemu kapitalistycznego.

Pytanie o to, w jaki sposób obrazy krążące w polskiej transformacyjnej sferze publicznej pomagały ich odbiorcom radzić sobie z, dokonującą się na ich oczach i przy ich udziale, radykalną zmianą społeczną, jest więc niezwykle istotne. Czy raczej ma Dobrowolski, że obrazy te pozbawione były krytycyzmu w odniesieniu do nowej klasy? Czy może, jak w analizach Baucoma, raczej ją wzmacniały, pełniąc funkcję orientacyjną? Znakomita większość tekstów i obrazów głównego obiegu po 1989 roku interpretuje rzeczywistość przez pryzmat kategorii rynkowych. Istnieją więc w sferze publicznej obrazy odnoszące się do przemian ekonomicznych oraz zmieniającej się struktury klasowej. Różnica pomiędzy powieścią mieszczańską a polskimi obrazami po 1989 roku – i o to być może chodzi również Dobrowolskiemu – polega na tym, że podczas gdy powieść mieszczańska pozostaje mocno zakorzeniona w otaczającej czytelników rzeczywistości (stabilizuje ją, według Baucoma, lub proponuje czytelnikowi nowe sposoby jej interpretacji), to polskie obrazy z lat 90. są w większości obrazami od rzeczywistości oderwanymi. Niezależnie od tego, czy przyglądamy się filmom fabularnym, z *Białym* Kieślowskiego na czele, pokazującym raczej historie wyjątkowe niż typowe, czy instruktażowym narracjom wizualnym z pism dla nowych biznesmenów, mamy do czynienia z wyraźnym odsunięciem obrazów od rzeczywistości, objawiającym się fantastycznym naddatkiem fabularnym, estetyczną idealizacją, bądź (lub oraz) wprost deklarowanym statusem wzoru do naśladowania.

W swojej krytyce obrazów nowej klasy średniej Dobrowolski być może błędnie zakłada, że klasa średnia jest podmiotem realnie istniejącym oraz posiadającym stabilną – nawet jeśli zróżnicowaną – tożsamość. Jeśli jednak tak nie jest, moglibyśmy przyjąć, że powstające w latach 90. obrazy odpowiadają statusowi klasy tworzącej się, pozostającej w fazie projektu. Powstają więc na przykład filmy, by przypomnieć słowa Bożeny Janickiej o *Białym*¹⁸, zrodzone w wyobraźni reżysera-inteligenta wyobrażającego sobie fryzjera wyobrażającego sobie biznesmena – obrazy wielokrotnie zapośredniczone, oparte na przekonaniach o przekonaniach innych.

Na marginesie należy zauważyć, że sposób użycia przez Dobrowolskiego terminu „realizm kapitalistyczny” kłóci się nieco ze strukturą pojęcia realizmu socjalistycznego czy też socrealizmu, być może najgłośniejszego „polskiego realizmu”, również ściśle związanego z przemianą struktury klasowej. W przeciwieństwie do socrealizmu „realizm kapitalistyczny” Dobrowolskiego miałyby krytycznie odnosić się do dominujących struktur systemu, nie budować, lecz dekonstruować (choć trudno powiedzieć do jakiego stopnia) panujący porządek¹⁹. Być może jednak, wbrew Dobrowolskiemu, polski „realizm kapitalistyczny” mógłby zostać zdefiniowany jako swoiste echo realizmu socjalistycznego, niepodzielnie rządzącego polską kulturą wizualną od końca lat 40. do końca pierwszej połowy lat 50., a więc nowy wizualny styl, dominujący po 1989 roku (choć zapewne widoczny również wcześniej) w mediach, kulturze popularnej, filmie, literaturze, architekturze i przestrzeni publicznej, za pomocą którego aktywnie kształtowany, projektowany i uzasadniany był (i jest) nowy, wolnorynkowy porządek²⁰. Zasięg tak rozumianego realizmu kapitalistycznego oraz sposób jego wdrażania i egzekwowania różni się oczywiście zasadniczo od odgórnie narzuconego wszechogarniającego socrealizmu (choć taka wizja socrealizmu również wydaje się uproszczeniem). Niewątpliwie jednak możemy po 1989 roku mówić o pewnym panującym w sferze publicznej stylu wizualnym – do tej sfery ograniczam bowiem swoje rozpoznania²¹ – stanowiącym zaplecze modernizacyjnego projektu transformacji. Jedną z cech tak rozumianego kaprealizmu jest jego kategoryczność (nieskutkująca jednak szczególną spójnością narracyjną), sprawiająca że – jak pisze Mark Fisher za Fredrikiem Jamesonem



Zbigniew Zamachowski jako biznesmen
w filmie *Trzy kolory. Białe*, reż.
Krzysztof Kieślowski, 1993

i Slavojem Žižkiem – „nie jesteśmy sobie dziś nawet w stanie wyobrazić logicznej alternatywy wobec kapitalizmu”²². Czy nie temu miały służyć transformacyjne obrazy?

Choć jednak z dużą dozą pewności można założyć, że taki był ich cel, transformacyjny kaprealizm nie może poszczycić się szczególnie imponującym i przekonującym dorobkiem. Nawet pobieżne zestawienie obrazów kaprealistycznych z socrealistycznymi pozwoli dostrzec wyraźną różnicę pomiędzy obrazem robotnika i robotnicy z lat 50. a obrazami przedstawiciela (o wiele rzadziej przedstawicielki) klasy średniej polskich lat 90. Podczas gdy obrazy bohaterów socrealizmu charakteryzuje się spójnością i powtarzalnością (oddającą egalitarne działanie systemu), obrazy przedstawicieli klasy średniej zaskakują niekonsekwencją (bohaterowie ci bardziej niż dzielnych bojowników o nowy porządek przypominają często podejrzanych gangsterów) oraz wydają się zlepione z wielu wcześniejszych obrazów, których celem rzadko było oddawanie rzeczywistości. Słabi są być może nie tylko bohaterowie, lecz również same obrazy. Nagrywane na fatalnej jakości taśmach, w pośpiechu lub niespójnie montowane, z niewiarygodnymi zwrotami akcji i niewiarygodnie nakreślonymi postaciami, komponowane z zachodnich obrazów stokowych, sztucznie wklejane na makietę czasopisma lub gazety. Pisząc o słabości obrazów, nie mam na myśli ich perswazyjnej siły oddziaływania na odbiorców, lecz słabość rozumianą jako kondycja samych obrazów. Słabe obrazy klasy średniej cechuje między innymi fabularna niespójność. Nie tylko nie są autokrytyczne i zdystansowane (jak chce Dobrowolski) ani nie porządkują i objaśniają zmieniającą się rzeczywistość (jak w opisie Baucoma), lecz dodatkowo same odznaczają się mętnością, wewnętrznymi sprzecznościami, pełne są zagubionych wątków i spiętrzeń nieprawdopodobnych sytuacji. Zbyt proste i zbyt skomplikowane naraz, wyróżniają się nachodzeniem dosłowności przekazu i fantastycznego, a czasem również estetycznego, naddatku. Nie tyle więc przedstawiają uproszczone typy, ile wręcz materializują wizerunki stereotypowe – od stereotypu bogatego obcokrajowca (zbyt dobrze ubranego) po zagubionego w nowej rzeczywistości inteligenta (niemal płączącego się w sweter).

Słabe obrazy polskiej klasy średniej to również obrazy słabe pod względem technicznym. W przypadku filmów chodzi nie tylko o słabą jakość obrazu czy dźwięku (wynikającą zapewne nie tyle z braku umiejętności, ile środków i czasu), ale przede wszystkim o błędy montażowe, które w dziwny sposób odpowiadają

fabularnej niespójności, dodatkowo ją wzmacniając. Polskie kino lat 90. to również skarbnica pomyłek w wizualnym detalu. W przypadku czasopism ilustrowanych zwraca uwagę niedoskonałość montażu czy raczej kolażowego łączenia elementów wizualnych oraz kontrasty między sąsiadującymi ze sobą obrazami. Zresztą pewne podobieństwo słabości między kinem (również tak zwanym kinem ambitnym) a popularnymi pismami wskazuje również inny proces, któremu podlegały w tym czasie obrazy – gatunkowego wymieszania i nakładania się, gatunkowej niepewności, której najbardziej wymownym przykładem jest swoisty gatunek ilustrowanego artykułu instruktażu, kierowanego do projektowanej klasy średniej. Można równocześnie zaryzykować tezę, że oddalenie tak rozumianych słabych obrazów od polskiej rzeczywistości lat 90. wynika z przyjmowanej przez wiele z nich funkcji: nie są to obrazy rzeczywistość naśladowujące, lecz obrazy do naśladowania.

Słabe są zarówno obrazy tworzone przez przedstawicieli bądź spadkobierców polskiej inteligencji, a więc twórców polskiego kina, jak i obrazy powstające w praktykach „autowizerunkowych”. Większość twórców kina pozostaje w latach 90. bezradna wobec rzeczywistych przemian klasowych polskiego społeczeństwa, w tym negatywnych skutków wprowadzenia systemu wolnorynkowego (na przykład rosnących nierówności społecznych)²³. Wybiera więc strategię wycofania (tworząc filmy o przeszłości), idealizacji (filmy o wolnorynkowych *happy endach*), bądź też eskapizmu gatunkowego, polegającego na kopiowaniu gotowych zachodnich schematów fabularnych.

Słabość obrazów lat 90., zwłaszcza tych traktujących o współczesności, mówi wiele o „słabości” samego projektu transformacji, w którym do opisu otaczającej rzeczywistości wykorzystywano mieszanke języków, po to, by raczej zaprojektować upragniony obraz, niż opisać lub poddać krytyce rzeczywistość. Kostiumy jednak nie leżą – marynarki i garsonki gniotą się na niewygodnych postkomunistycznych fotelach, swędzą koronki fantazji o ekscytującym życiu, pękają w szwach marzenia o dobrobycie i nieprzerwanej konsumpcji. Mimo wszystko to właśnie te słabe obrazy miały, jak sądzę, zasadniczy wpływ na procesy kształtowania się takich podstawowych w debacie publicznej pojęć, jak „nowoczesność” czy właśnie „klasa



Adrianna Biedrzyńska jako nowa właścicielka łódzkiej tkalni w filmie *Lepiej być piękną i bogatą*, reż. Filip Bajon, 1993

średnia". W tym wymiarze – retorycznej atrakcyjności i siły perswazji – zapewne słabe nie były. Organizowały wyobraźnię odbiorców oraz wytwarzały i upowszechniały atrybuty składające się na kapitał społeczny kluczowy dla istnienia „nowoczesnej klasy średniej”.

Szczególny związek „nowej klasy” z obrazami został sugestywnie opisany przez Agnieszkę Osiecką w felietonie w tygodniku „Polityka”, opublikowanym w autorskim cyklu „Galeria potworów” w maju 1989 roku. Choć artykuł jest wyrazem natychmiastowego emocjonalnego odrzucenia przez niektórych przedstawicieli PRL-owskiej inteligencji (której głosem niewątpliwie była Osiecka) „nowej klasy”, a przynajmniej wyraża dość pogardliwy i ironiczny stosunek do bogacących się przedsiębiorców, chciałabym go przeczytać jako wymowne świadectwo o wartości – przynajmniej częściowo – etnograficznej²⁴. Mając nieustannie w pamięci poczucie wyższości odczuwane przez autorkę wobec opisywanej grupy, nie mogę oprzeć się wrażeniu celności tej części jej diagnozy, która pokazuje ścisły związek rodzącej się klasy z radykalnie zmieniającą się w czasach transformacji sferą wizualną.

U Osieckiej nowa klasa przedsiębiorców jest klasą uczącą się z obrazów, naśladowującą obrazy, tworzącą nowe obrazy i komunikaty wizualne oraz obrazy konsumującą²⁵. Jest również klasą, dla której język – tak ważny dla inteligentki – nie pełni już tak wyraźnej funkcji „tożsamościotwórczych”.

Zderzenie języka inteligencji i obrazów nowej klasy autorka rozgrywa już w nazwie nadanej polskim drobnym przedsiębiorcom (oraz samemu felietonowi). Grupę tę Osiecka nazywa „wydeo”, opisując ją jako „warstwę malowniczą, wszędobylską i nową”. Słowo „wydeo” przywołuje stereotyp plebejskiej gwary, nieudolnie spolszczającej wyrazy obcego pochodzenia, sugerując nieinteligentkie pochodzenie nowej grupy. Osiecka poświęca felieton bogacącym się przedsiębiorcom, których początki kariery datuje zresztą na lata 80., a wykiełkowanie marzeń o karierze w handlu – na epokę Gierka. Nową klasę posiadaczy, dla których felietonistka wybiera najniżej lub najśmieszniej kojarzące się sektory działalności (butik odzieżowe w „Katowicach, Olsztynku, Łodzi”; „prężenie firan”, „pośrednictwo w sprzedaży ogródków japońskich”, budowa chlewni, „artystyczne wyroby ze skóry”, „kuśnierstwo z próbami eksportu”), spaja przede wszystkim status „pierwszych w Polsce właścicieli – a zarazem nałogowych oglądaczy – sprzętu wideo”. Oglądanie nowych obrazów – obrazów podrzędnej jakości (film szpiegowski, melodramat australijski, *Rambo*) – staje się więc w opisie Osieckiej wspólnym doświadczeniem

„tożsamościotwórczym” nowej grupy. Konsumpcja obrazów przedstawiona jest jako bezrefleksyjna: odbiorcy rzekomo nie analizują obrazów, lecz jedynie je wchłaniają, nie czyniąc ich nawet tematem codziennych rozmów (wideo jest „grobem życia towarzyskiego”). Obrazy stanowią więc zastępstwo życia wewnętrznego (wideo jest „ratunkiem od śmierci z nudów”). Jeśli czemuś służą, to naśladowaniu – w modelowaniu wyglądu grupy „wydeo” ważną rolę odgrywają filmy i żurnale, jednak najprawdopodobniej lista krążących obrazów jest ograniczona. Według Osieckiej bowiem:

Na bazarze w Rembertowie wszyscy wyglądają podobnie: sprzedawcy i kupujący; nierzadko wręcz zamieniają się rolami. [...] Najgorsze, że oni [...] rzeczy nie tylko produkują, ale potem sami od siebie kupują, więc się to widzi w domach, w galeriach i o zgrozo za granicą.

Wyglądanie i pokazywanie się, odczytywane przez Osiecką jako manifestowanie swojego istnienia w sferze publicznej, plasują się niezwykle wysoko w hierarchii wartości nowej klasy. Konsekwentnie okupuje ona pole wizualne, zaludniając je swoimi ciałami oraz brzydkimi przedmiotami, generując pewnego rodzaju estetyczny nadmiar, kwiecieście opisywany przez autorkę.

Między panami a paniami jest jakiś rozdźwięk estetyczny, jakby oglądali całkiem inne filmy i żurnale. Panowie bowiem, bez względu na porę dnia i okazję (dancing czy zwiedzanie nowej chlewni), mają na sobie następujące części garderoby: sweter popielaty w czarne esy i białe floresy („Pewex” z bonifikatą: 32 dolary), kurtę nylonową na zamek błyskawiczny, džinsy pożyczone od syna, slipy elastyczne pływackie, w rękach – pederastkę, a na nogach adidas lub buty narciarskie. Jego pani (tak się mówi: „moja pani”) ma na sobie gołą bluzkę wysadzaną brylantami, skórzaną spódnicę za 440 tysięcy (Rembertów 1989), pantofle prosto od Harrodsa (koleżanki niemiłosiernie ją wyśmieją, jeżeli będzie miała buty z Chełmka), a na głowie turban, bo jest zawsze niezadowolona z fryzury.

Styl nowej klasy charakteryzuje więc według Osieckiej niedopasowanie i przesada (przeciwstawiana w dalszej części tekstu „zgrzebności” lat 60.). Nadmierne skupianie na sferze wizualnej prowadzi zaś do zmniejszenia roli języka, tak istotnego dla przerażonej publicystki, używanego przecież przez nią (z powodzeniem...) jako broń w walce z „potworami wydeo”. Według Osieckiej nowa klasa rozmawia tylko

i wyłącznie o pieniądzach, w związku z czym akapit zatytułowany *O czym więc się mówi przy stole?* pęcznieje od miejsc, w których o pieniądzach się mówi („przy stole, w łóżku, w samochodzie”) i sposobów nazywania tego, o czym się mówi („o pieniądzach, o szmalu, o pieniądзорach”). W obliczu takiego ograniczenia tematów felietonistka tęskni za badylarzami, którzy językiem operowali na wiele sposobów: „pamiętali piosenki wiejskie, partyzanckie czy więzienne [...], pysznie śpiewali piosenki przy domowej nalewce, snuli opowieści, każdego potrafili zagadać, pożartować z pannami”. Nawet w świetle rzekomego obumierania języka, najbardziej bolesne jest jej zdaniem doświadczenie, leżące u podstaw wszystkich relacji społecznych – spojrzenie na twarz drugiego człowieka. „Co jest najgorsze?” – pyta pogrubiony tytuł akapitu. „Te twarze!” – odpowiada autorka. „Ach, co się stało z naszymi twarzami – w kartoflany mazowiecki owal wpisano zbójcką chytryść, podstęp i chęć mordy”.

Tekst Osieckiej zapowiada wiele tropów retorycznych, które wkrótce pojawią się w polskiej sferze publicznej w dyskusji dotyczącej polskich nuworyszy – dyskusji opartej, podobnie jak część argumentów Osieckiej, na uczuciu estetycznego obrzydzenia. Felieton jest swoistym ćwiczeniem z dystynkcji społecznej, w której, jak pisał Pierre Bourdieu, „dyspozycja estetyczna [...] stanowi także dystynktywny wyraz uprzywilejowanej pozycji w przestrzeni społecznej”, a gusta „utwierdzają się w sposób doskonale negatywny, poprzez odrzucenie innych gustów”²⁶.

Język, wykorzystywany w krytyce obrazów „wydeo” – grupy nowych przedsiębiorców na początku lat 90. nadal postrzeganej jako załączek nowej klasy średniej, w toku dekady stopniowo dyskredytowanej jako tej klasy margines – z łatwością rozbraja słabe obrazy nowej klasy średniej, ironizując, parodiując, mnożąc je po to, by same się ośmieszały przez swoją powtarzalność. Równocześnie pozostaje jednak krytyką powierzchowną – nie dotyczy bowiem systemowych mechanizmów, które wygenerowały nową klasę, lecz jedynie ich wyglądu i obrazu. Krytykowane są więc nie sposoby gromadzenia kapitału oraz ideologiczne wsparcie dla bogacenia się jednych grup kosztem innych, lecz sposoby wydawania pieniędzy i – przede wszystkim – pokazywania dostatku. Bourdieu wskazywał przecież szczególną irytację klas wyższych spowodowaną nadmierną widzialnością grup uważanych przez nich za niższe. „Tam, gdzie [...] mieszczaństwo świeżej daty »przesadza«, zdradzając tym samym swoją niepewność, dystynkcja burżuazji funkcjonuje jako pewien rodzaj ostentacyjnej dyskrekcji, umiaru i *understatement*, jako odrzucenie wszystkiego co »bije w oczy«, wszelkich »widziałeś mnie tam?« [...]”²⁷.

W sformułowaniu „ostentacyjna dyskrecja” tkwi, jak się wydaje, klarujący się w toku transformacji cel nowej polskiej klasy średniej, stopniowo wykształcającej i promującej styl dyskretnego pokazywania dostatku – pokazywania przez niepokazywanie, w odróżnieniu od negatywnie wyodrębnianej grupy tych, którzy do wizualnej dyskrecji nie dojrżeli. [...]

Białe skarpetki, czyli początki obciachu

Już pod koniec pierwszej połowy lat 90. zaczynają zmieniać się wyobrażenia o nowej klasie średniej – jej najbardziej reprezentatywnych przedstawicielach, wizualnych kodach przynależności oraz charakterze wykonywanej pracy. Zakładanie własnego biznesu – sklepu, firmy typu import-eksport czy zakładu usługowego – a więc stawanie się przedsiębiorcą (potencjalnie prowadzące do wielkiego majątku) zaczyna być w sferze dominujących wzorów i narracji powoli wypierane przez model pracy w korporacji (zazwyczaj zagranicznej). Do coraz szybciej zapominającego o swojej przeszłości przedsiębiorcy biznesmena dołącza więc korporacyjny menedżer, realizujący model kariery stopniowego awansu i bardziej powolnego gromadzenia przywilejów. W tym samym czasie w sferze publicznej widoczne staje się pęknięcie estetyczne o ważnym znaczeniu politycznym i społecznym. Znajduje ono swój wyraz w głosach krytycznych wobec „obciachowych” polskich przedsiębiorców – głosach pojawiających się zresztą w tych samych mediach, a nierzadko w ustach tych samych autorów, którzy jeszcze niedawno nie czynili podobnych rozróżnień, tworząc wizerunek nowej klasy średniej. W miarę zastępowania „nowej klasy średniej” przez „nowoczesną klasę średnią” część wczesnotransformacyjnych biznesmenów zostaje naznaczona jako niedostatecznie dojrzała i nadmiernie obnosząca się ze swoim bogactwem. Krytyka nowobogackich wzmacnia się w połowie lat 90. i opiera się na znanym już schemacie retorycznym – na krytyce podróbek, obnażaniu nieudolnego naśladownictwa. Potrzeba poniżenia nuworyszy, zwłaszcza wyśmiewania ich nadmiarowego, niemal „obscenicznego” wyglądu, wiąże się z krystalizującym się rozczarowaniem estetyką transformacyjnych zmian, z dominującym w mediach głównego nurtu poczuciem, że modernizacja nie dokonuje się tak szybko i tak powszechnie, jak tego oczekiwano. Zmiana charakteru zatrudnienia ludzi aspirujących do nowoczesnej klasy średniej wpłynęła również na przekonanie o konieczności wyznaczania granic, oddzielających „europejski styl życia” klasy średniej od stylu życia nuworyszy oraz „przegranych polskiej transformacji”. Choć nowoczesna klasa średnia również naśladuje – czerpiąc

z polskich i zagranicznych obrazów wzory ubioru, urządzenia wnętrz, sposobu spędzania czasu wolnego – to przede wszystkim nowobogackich krytykuje się za wyraźne odstawanie od wyobrażenia o dostatku. Podróbki rażą już nie tylko niedoskonałością, lecz również heterogenicznością wzorców – mieszanką zachodniego luksusu, wschodniego przepychu i atrybutów polskiego ziemiaństwa.

„Wystarczyło, że byli porządnie ubrani, nosili białe skarpetki i dyplomacki na szyfrowany zamek, a gabinety dyrektorów banków stawały dla nich otworem”²⁸. W ten sposób braci Gębów, niesławnych wyłudzaczy kredytów bankowych, opisywała prowadząca ich sprawę przewodnicząca sądu sędziowskiego. W tym przypadku białe skarpetki i nesesery stanowiły elementy poświadczające status materialny, wręcz przebranie, za pomocą którego Gębowie podszywali się pod godnych zaufania biznesmenów. Nie ulega wątpliwości, że w okresie narodzin polskiej przedsiębiorczości połączenie białych skarpetek i ciemnych mokasynów stanowiło jeden z podstawowych znaków rozpoznawczych świeżo upieczonych biznesmenów. Był to element ubioru celowo ostentacyjny, rzucający się w oczy (zauważony przez sąd i zapewne obecny w zeznaniach świadków i poszkodowanych w opisywanej sprawie), ale zarazem akceptowany i uznawany za właściwy. Białe skarpetki nosi aspirujący do klasy średniej inteligent Piotr Nowosad, bohater filmu *Kapitału* Falka; pojawiają się one również na stopach bohaterów, których zaradność opisują dziennikarze „Sukcesu”. Jeszcze w lipcu 1991 roku wywiad z Markiem Profusem (od 1991 do 2000 roku plasującym się w pierwszej dziesiątce listy najbogatszych Polaków tygodnika „Wprost”, w latach 1994–1996 na miejscu pierwszym), w cyklu *Komu się powiodło i dlaczego?* ilustrowało zdjęcie biznesmena w białych skarpetkach i brązowych mokasynach. Z czasem – już w 1994, gdy sędzia ogłasza wyrok w sprawie Gębów, a „Gazeta Wyborcza” relacjonuje aferę w artykule zatytułowanym *Sita białych skarpetek* – zmieni się wzór prawdziwego dojrzałego biznesmena, a przekształceniu ulegnie nie tylko dobór elementów i kolorów, ale również, jeśli nie przede wszystkim, ocena ostentacji.

Jak do tego doszło, że białe skarpetki stały się znakiem różnicującym przedstawicieli



Magazyn „Sukces”, dział *Komu się powiodło i dlaczego?*, rozmowa z Markiem Profusem, „Sukces” 1991, nr 7, s. 5

nowej klasy średniej, symbolem niechlubnej transformacyjnej przeszłości (jakże niedawnej) i niepełnego akcesu do nowej elity? Dlaczego to właśnie ten element garderoby zaczął kodować opisywany przez Homiego K. Bhabhę „nadmiar i różnicę”, a więc element pozwalający na utrzymanie dystansu pomiędzy kolonizatorem a kolonizowanym²⁹? O ile będący skutkiem nieudolnych praktyk naśladownictwa nadmiar stanowi porażkę podmiotu skolonizowanego, jest on również elementem podtrzymującym mimikrę, potwierdzającym konieczność kontynuacji procesu kolonizacji. W tej perspektywie przywdziewający białe skarpetki nuworysze paradoksalnie stają się niezbędną częścią procesu naśladowania zachodniego systemu klasowego, świadczącą o konieczności utrzymania cechujących transformację lekcji nowoczesności.

Białe skarpetki nie pojawiły się w Polsce w roku 1989 – już w latach 80. był to atrybut bazarowych handlarzy, zwłaszcza sprowadzających towary z RFN. Wykonane z grubej bawełny lub tkaniny frotte, stanowiły element ubioru sportowego, stroju tenisowego, kojarzonego z nowoczesnym stylem życia zachodniego biznesmena, który tak wytrwale promować będą na początku lat 90. pisma takie jak „Sukces”. Zarówno produkowane w Polsce, jak i sprowadzane z Azji, stają się w debacie publicznej lat 90. przedmiotem symbolicznym. Bardzo trudno prześledzić drogę skarpetek z zachodniemieckich bazarów i amerykańskich kortów do szuflad i garderób polskich przedsiębiorców, a nawet na wybieg konkursu „Sexy-Man” w 1991 roku, w którym „za szczyt elegancji większość [kandydatów] uznała czarne mokasy, białe skarpetki i garnitury z Tajlandii”³⁰.

Skarpetka to tylko szczegół, dodatek, zaledwie element kompozycji. Jak zauważa jednak w *Systemach mody* Roland Barthes, detal może okazać się również najważniejszą częścią stroju, na której zbudowany jest sens zaprojektowanego komunikatu. Detal to „znikomy byt, który daje obfite plony, [...] *małe coś, co wszystko zmienia; coś, od czego wszystko zależy*”³¹. Warto pamiętać, że w historii kultury polskiej był to element nieoczywisty (podobnie jak buty), dystynktywny, historycznie odróżniający przede wszystkim chłopów od mieszczan. W tym sensie do przysłowiowej „słomy z butów”, zdradzającej chłopskie pochodzenie, dołączają w latach 90. białe skarpetki frotte jako element symboliczny, wykraczający poza normę. Oczywiście szukając źródeł popularności białych skarpetek, warto zauważyć, że sama biel – jako jakość i eksponowana wartość – jest kolorem możliwym do utrzymania jedynie przy określonym stylu życia, wykluczającym przynależność do

wielu grup społecznych oraz wykonywanie zawodów wymagających pracy fizycznej. Być może również dlatego białe skarpetki w okolicach roku 1989 konotowały dla wielu dostatek oraz wysoką pozycję społeczną, wskazywały zawód i styl życia. Potwierdzają zatem tezę Barthes'a o demokratyzującej sile detalu, taniego dodatku, pozwalającego na „udział we wzniosłości idei” mody mimo braku odpowiednich środków³². Białe skarpetki musiały świecić czystością i rzucać się w oczy. Choć znane w wielu kulturach jako fałszywe połączenie (z resztą stroju), błąd odsłaniający brak kompetencji, w przypadku kultury polskiej transformacji zyskały szczególną symboliczną siłę. Paradoksalnie to one, w połączeniu z mokasynami i garniturem – połączenie jest rzecz jasna tym, co uczyni je z czasem niewłaściwymi (jak powiedziała by Barthes – niemożliwość syntagmatycznego połączenia, wynikająca z zasad estetyki) – stają się dla niektórych aspirujących do powstającej grupy biznesmenów i klasy średniej towarem luksusowym, znakiem statusu. Stanowią tym samym przykład strategii udowadniania i konieczności wystawiania na widok symboli tego statusu.

Potępienie białych skarpetek – a konkretnie noszenia białych skarpetek do niesportowych ciemnych butów – w połowie lat 90. musiało wiązać się właśnie z odrzuceniem praktyk demonstrowania pozycji społecznej. Zgodnie z logiką nowoczesnej klasy średniej zakładający białe skarpetki i drogie mokasyny nuworysze próbują usilnie zademonstrować wysoką pozycję społeczną oraz przynależność do klasy średniej, do której należeć nie mogą. Gdyby bowiem byli naprawdę jej częścią, a nie jedynie jej, rzeczywiście drogą, podróbką, wiedzieliby, że „białych skarpetek nie wolno zakładać pod żadnym pozorem”³³. Innymi słowy, potrzeba ostentacyjnego udowodnienia pozycji klasowej jest już dowodem na jej pozorność oraz słabo maskowane kompleksy. Białe skarpetki stają się również świadectwem niezrozumienia zasad stylu życia klasy średniej – unikającej pewnych kontrastów (sportowe z eleganckim), rozdzielającej różne sfery życia. Tymczasem w nowobogackiej stylizacji, łączącej białe skarpetki ze skórzanymi mokasynami/lakierkami i garniturem, współistnieją trzy różne porządki: czas pracy, czas wolny (sport), czas towarzyski.

Białe skarpetki stają się w połowie lat 90. wizualnym synonimem zacofania i nienowoczesności. Najwcześniej przed obciachem „białych skarpetek” zaczyna



„Twój Styl” 1993, nr 11 (40), listopad, s. 86-87.

ostrzegać „Gazeta Wyborcza”, głównie w lokalnych dodatkach poświęconych zakupom i okazjom. Na jej łamach w połowie lat 90. ten element garderoby jest już wizualnym skrótem, pozwalającym na oznaczenie tego, co pozostać musi zarówno poza nowoczesną klasą średnią, jak i elitarną klasą wyższą. „Biała skarpetka” staje się więc dla nowoczesnych wstydliwym rekwizytem z początku lat 90., przywoływanym często w celu podkreślenia wyższości w przyswajaniu lekcji modernizacyjnych. W artykule z 1995 roku dziennikarz „Gazety Wyborczej” przytacza anegdotę, ukazującą proces wywoływania wstydu związanego z niedawną fazą niedojrzałości.

Jeden ze znanych dziennikarzy telewizyjnych opowiadał mi ostatnio pewną historię. Podczas bankietu powiedział jakąś niepochlebną uwagę o wielkich biznesmenach i politykach noszących białe skarpetki do garnituru.

Odpowiedział mu huragan śmiechu – tak głośny, że aż nienaturalny. Po chwili zauważył, że większość panów dyskretnie chowa nogi pod krzesła³⁴.

Jeśli chcielibyśmy prześledzić schemat przemian wyobrażeń o klasie średniej za pomocą figury białych skarpetek, można byłoby stwierdzić, że początkiem niezagrożonego panowania estetyki nowoczesnej klasy średniej jest koniec lat 90. Od połowy lat 90. artykuły wspominające o problemie białych skarpetek utrzymane są w zaskakująco poważnym i alarmującym tonie, uderzającym zwłaszcza w artykułach z działu „Supermarket” („Gazeta Wyborcza”), „Weekend” („Gazeta Wyborcza”) czy „Styl życia” („Rzeczpospolita”). „Sportowa niedziela może wyglądać następująco: np. T-shirt w jakimś pięknym kolorze czekolady, na to narzucony antracytowy kardigan z białej bawełny, dresowe spodnie i (uwaga!)... tu dopiero dozwolone są białe skarpetki”³⁵ – przypomina dziennikarka „Gazety Wyborczej”. Inny dziennikarz ostro zauważa, że „nie powinno się nosić białych skarpetek do garnituru!”³⁶. Wtórząc mu dziennikarze „Rzeczpospolitej”, wołając „Nie wolno i już!”³⁷, lub, w nieco mniej wrogim i bardziej zatroskanym tonie, „nigdy (!) do garnituru nie wkłada się białych skarpet do tenisa (lub innych sportowych dyscyplin)”. Dziennikarze używają języka przyzwolenia bądź nagany, a gdy chcą uderzyć szczególnie boleśnie, wybierają ironię lub sarkazm.

Jeśli ktoś naiwnie myśli, że [skarpetki] można zakładać, nie przestrzegając żadnych reguł, jest w błędzie. Część mężczyzn uważa, że białe skarpetki [...] „pasują do wszystkiego”. A to kompromitacja. Można je założyć do

sportowych butów, idąc na plażę, czy na kort. Podczas [...] załatwiana interesów należy zakładać tylko jednokolorowe skarpetki, zawsze ciemniejsze niż garnitur³⁸.

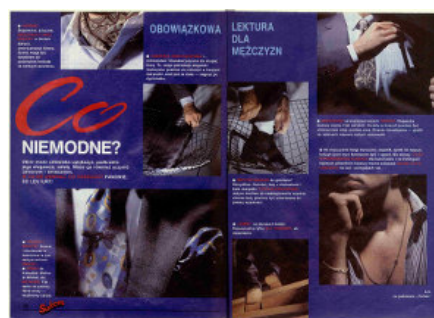
Odwołując się do języka klasowego, zauważają że „o elity można się nie martwić, ale przeciętny Polak ma kłopot z dobraniem skarpetek na odpowiednie okazje”³⁹.

Instruktażowe artykuły mają właśnie uchronić przeciętnego Polaka od bycia posądzonym o przynależność do grup nadal noszących białe skarpetki w drugiej połowie lat 90. – „ludzi nowobogackich i nieobytych w dobrym towarzystwie”⁴⁰, „obywateli WNP na bazarach i tzw. wieśniaków”⁴¹, „biznesmenów”⁴².

Ścieżka białych skarpetek prowadzi od może nieco przypadkowego wpisania we właściwy styl nowego biznesmena, pokazującego swój status materialny, do jaskrawej widoczności, interpretowanej jako niestosowna ostentacja, świadcząca o jedynie pozorowanej przynależności do klasy średniej. Społeczne wykluczenie opiera się na estetycznym napiętnowaniu ekscesu oraz niezrozumienia reguł stosownego prezentowania się.

Pokazywanie statusu materialnego na początku lat 90. zostaje zastąpione pragnieniem „ostentacyjnej dyskrecji” – pokazywaniem przez niepokazywanie. Obsesyjne koncentrowanie się na wyglądzie grupy, która coraz częściej nazywana jest nowobogackimi czy nuworyszami, może zostać zinterpretowane jako syndrom powierzchownej krytyki, której obiektem nie są procesy gromadzenia kapitału ani, często będące jego skutkiem, wzrastające nierówności klasowe, lecz jedynie sposoby wykorzystywania i pokazywania gromadzonych dóbr i towarów.

Interpretacja ta pozostawałaby w zgodzie z tezami Gila Eyal, Ivána Szelenyiego i Eleanor Townsley, autorów książki *Making Capitalism without Capitalists*, według których podstawą osiągnięcia długoterminowego sukcesu w państwach postsocjalistycznych, definiowanego jako ciągle powiększanie poziomu życia (lub przynajmniej stabilność materialna) oraz wpływ na rzeczywistość społeczną, było posiadanie odpowiedniego kapitału kulturowego. Jako „zwycięzców” transformacji, a więc tych, którzy na przemianie ustroju gospodarczo-politycznego zyskali najwięcej, autorzy wskazują reprezentantów dwóch grup – opozycyjnej inteligencji oraz „komunistycznych technokratów”. Elementem warunkującym powodzenie był



Magazyn „Sukces”

jednak według autorów przede wszystkim kapitał kulturowy – łączący obie grupy, które w dominującej narracji o zmianie systemu politycznego pozostają wobec siebie wrogie.

Spółczeństwo komunistyczne charakteryzuje się unikatową strukturą społeczną, w której to kapitał kulturowy jest głównym źródłem władzy, prestiżu oraz przywilejów. Posiadanie kapitału ekonomicznego umiejscawia aktorów jedynie w środkowej części hierarchii społecznej, zaś przemiana kapitału politycznego z poprzedniego systemu w prywatne zasoby bogactwa pozostaje raczej wyjątkiem niż regułą. Zamiana przywilejów z systemu komunistycznego w przywileje posiadane w systemie postkomunistycznym zachodzi więc jedynie wtedy, gdy aktorzy społeczni dysponują odpowiednimi rodzajami kapitału. Ci, którzy znajdowali się na szczycie hierarchii społecznej w czasach socjalizmu, utrzymują się na nim tylko, jeśli będą potrafili się dostosować do nowego systemu, co możliwe jest jedynie, jeśli posiadają duże zasoby kapitału kulturowego⁴³.

Tezy stawiane przez autorów pozwalają wytłumaczyć współistnienie w sferze publicznej po 1989 roku dwóch tradycyjnie przeciwstawianych sobie grup – członków opozycji oraz partyjnych technokratów. Twierdzenia te przeczą tezie o „politycznym kapitalizmie”, formułowanej choćby przez Jadwigę Staniszkis, według której najważniejszym elementem pozwalającym utrzymać wysoką pozycję społeczną po 1989 roku jest kapitał polityczny sprzed przełomu (przynależność do struktur partyjnych). Jak pokazują autorzy *Making Capitalism...*, jedynie część politycznej nomenklatury poprzedniego systemu odniosła sukces ekonomiczny w czasach transformacji. Warunkiem utrzymania pozycji społecznej stało się właśnie posiadanie kapitału kulturowego, rozumianego jako wykształcenie, obycie, elastyczność, umiejętność uczenia się nowych reguł funkcjonowania. Należy oczywiście zauważyć, że obydwie tezy z góry definiują wyznaczniki, wedle których mierzony jest sukces oraz władza. Wydaje się jednak, że rozpoznania Eyala, Szelenyiego oraz Townsley uwzględniają dość szeroką definicję sposobów egzekwowania władzy w neoliberalnym kapitalizmie poprzez wskazanie nie tylko posiadaczy majątku (a więc przedstawicieli klasycznie definiowanej burżuazji), lecz również nowej warstwy menedżerów, nie tyle posiadających kapitał ekonomiczny, lecz możliwości zarządzania pracownikami oraz władzę symboliczną, dzierżoną przez dominujące w sferze publicznej media.

Jeśli więc, zgodnie z definicją Bourdieu, do kapitału kulturowego wliczymy tak niemierzalne elementy jak gust oraz zmysł estetyczny, obrzydzenie nowobogackimi nieuchronnie okaże się jedną ze strategii budowania i utrwalania nowej struktury klasowej. W narracji niekwestionującej słuszności czy nieuchronności neoliberalnych zmian nuworysze pełnią od połowy lat 90. kilka funkcji – po pierwsze odgrywają rolę negatywnego wzoru dla wciąż wykształcającej się klasy średniej, której celem staje się wierniejsze naśladowanie europejskości, doskonalsza estetycznie imitacja. Po drugie pozwalają utrzymać teleologiczną wizję transformacji, w której szalone kapitalistyczne dzieciństwo wypierane jest przez „normalny” stan dojrzałości. Rewidowanie wzorców estetycznych staje się jedną z dróg ku normalności, wspomaganą zarówno przez cierpliwe instruktaze, jak i przez struktury „pedagogiki wstydu”, opierającej się na tekstach i obrazach mających wzbudzić w polskim społeczeństwie poczucie zawstydzenia za swoją niedojrzałość, prząsność i nienowoczesność. Zgodnie z retoryką „doganiania Europy” wypełnione złośliwościami teksty o nuworyszach kończą się więc zazwyczaj pozytywnymi prognozami, przewidującymi dostosowywanie się przynajmniej części tej grupy do „europejskich standardów”. Jak wieszczą Osiecka, której *Wydeo* okazało się zapowiedzią nadchodzącego oburzenia estetyczną przesadą części nowej klasy średniej:

Co będzie? Dobrze będzie. Wydeo, jak wszystko, co się toczy, nie będzie przecież po wiek wieków kanciaste. Wyładzą się rysy, zbieleją dłonie, a serca zakwitną na słońcu jak małe, czerwone peonie. I pewnego dnia popielaty z subtelności młodzieniec przeprowadzi mnie na drugą stronę jezdni, deklamując sagę norweską⁴⁴.

Fragmenty książki *Normy widzialności. Tożsamość w czasach transformacji*, która ukaże się latem 2016 roku nakładem Fundacji Bęc Zmiana.

Przypisy

- 1 Danuta Zagrodzka, *Nowa klasa*, „Gazeta Wyborcza” z 29 grudnia 1990, s. 6.
- 2 Andrzej Gzyło, *Jak i dlaczego powstaje klasa średnia*, „Gazeta Wyborcza” z 7 listopada 1990, s. 7.
- 3 Ibidem.
- 4 Zmiana sposobu postrzegania klasy średniej, zarówno w debacie publicznej, jak i w kulturze popularnej, zajdzie w drugiej połowie lat 90. W opublikowanym w 1998 roku artykule *Kontrowersje wokół klasy średniej w Polsce lat dziewięćdziesiątych* Rafał Drozdowski dokonuje już podziału na „starą” i „nową klasę średnią”. Do pierwszej zalicza samodzielnych przedsiębiorców, do drugiej zaś „wysoko wykwalifikowanych specjalistów i ekspertów”, wskazując równocześnie na stopniowe wypieranie starej klasy średniej przez nową. Zob. Rafał Drozdowski, *Kontrowersje wokół klasy średniej w Polsce lat dziewięćdziesiątych*, „Kultura i Społeczeństwo” 1998, nr 1, s. 100.
- 5 Jadwiga Staniszkis, *Postkomunizm. Próba opisu, słowo/obraz terytoria*, Gdańsk 2001, s. 136.
- 6 Ibidem, s. 140.
- 7 Ibidem, s. 137.
- 8 Jacek Dobrowolski, *O realizm kapitalistyczny*, „Dziennik Opinii” z 14 maja 2013, <http://www.krytykapolityczna.pl/artykuly/film/20130514/dobrowolski-o-realizm-kapitalistyczny>, dostęp 5 maja 2016.
- 9 Ibidem.
- 10 Ibidem.
- 11 Por. m.in. György Lukács, *Teoria powieści: esej historyczno-filozoficzny o wielkich formach epiki*, przeł. J. Goślicki, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1968; Jürgen Habermas, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, przeł. W. Lipnik, M. Łukasiewicz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007; Fredric Jameson, *Political Unconscious. Narrative as a Socially Symbolic Act*, Cornell University Press, Ithaca, NY 1982, w szczególności: Fredric Jameson, *Autentyczny resentyment*.

Cięcia gatunkowe i ideologemy w „eksperymentalnych” powieściach George’a Gissinga, przeł. S. Królak, „Widok. Teorie i praktyki kultury wizualnej” 2015, nr 11, <http://pismowidok.org/index.php/one/article/view/345/636>, dostęp 15 maja 2016.

12 Ian Baucom, *Spectres of the Atlantic. Finance Capital, Slavery, and the Philosophy of History*, Duke University Press, Durham, NC 2005.

13 *Character* to po angielsku zarówno charakter, jak i bohater. W pewnym sensie przejście od romantycznych epickich narracji do wczesnej powieści mieszczańskiej może zostać opisane jako przejście od unikalnych bohaterów (*heroes*) do typowych charakterów (*characters*).

14 Ian Baucom, *Spectres...*, s. 69. Por. także Deidre Shauna Lynch, *The Economy of Character. Novels, Market Culture, and the Business of Inner Meaning*, University of Chicago Press, Chicago 1998.

15 Allan Sekula, *Ciało i archiwum*, w: *Społeczne użycia fotografii*, przeł. K. Pijarski, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010.

16 Ian Baucom, *Spectres...*, s. 71.

17 Książka *Spectres of the Atlantic* osnuta jest wokół tragicznych wydarzeń na angielskim statku Zong, przewożącym niewolników. Podczas rejsu na Jamajkę kapitan statku zdecydował się, z powodu niedoborów wody, wyrzucić za burtę 142 niewolników. Właściciele statku następnie zgłosili się do ubezpieczycieli o odszkodowanie za wyrzuconych niewolników, których ciała były ubezpieczone jako przewożony „towar”. Gdy ubezpieczyciele odmówili zwrotu pieniędzy, właściciele Zonga pozwali ich do sądu. Mimo nagłośnienia sprawy przez brytyjskiego abolicjonistę, Granville’a Sharpa, nikt natomiast nie został pozwany za zamordowanie 142 niewolników.

18 Bożena Janicka opisuje głównego bohatera *Białego* jako „wyglądającego i zachowującego się jak biznesman, którego wyobraził sobie fryzjer”. Zob. *Zwykły facet – tak, to do mnie pasuje. Ze Zbigniewem Zamachowskim rozmawia Bożena Janicka*, „Kino” 1994, nr 2, s. 6.

19 Sposób użycia terminu „realizm kapitalistyczny” przez Jacka Dobrowolskiego bliższy jest jednemu z jego pierwszych użyc, tekście Gerharda Richtera, opisującym działalność nowo powstałej grupy młodych niemieckich artystów, w której poza

Richterem znajdowali się Konrad Luege i Sigmar Polke. Pojęcie „realizmu kapitalistycznego”, w oczywisty sposób nawiązujące do wypracowanego we wschodnim bloku realizmu socjalistycznego, w intencji artystów miało ironicznie krytykować konsumpcjonizm oraz społeczeństwo kapitalistyczne. Por.

Kapitallistischer Realismus. Von der Kunstaktion zur Gesellschaftskritik, red. S. Neckel, Campus, Frankfurt–New York, 2010.

20 Alison Shonkwiler i Leigh Claire La Berge, redaktorki tomu *Reading Capitalist Realism* poświęconego amerykańskiej literaturze i popkulturze od lat 80. XX wieku do dziś zwracają uwagę, że termin „realizm kapitalistyczny” kryje w sobie definicyjną podwójność – równie często pojęcie to używane jest do określenia projektów krytycznych wobec kapitalizmu, jak i do projektów go utwierdzających. Według redaktorek tomu sprzeczność pojęcia odpowiada w dużej mierze sprzeczności i zróżnicowaniu samego systemu społeczno-ekonomicznego. Zob. Leigh Claire La Berge, Alison Shonkwiler, *A Theory of Capitalist Realism*, w: *Reading Capitalist Realism*, red. L. C. La Berge, A. Shonkwiler, University of Iowa Press, Iowa City 2004.

21 Kapitalistyczna nowomowa została poddana krytyce w polskiej literaturze późnych lat 90. oraz wczesnych lat 2000. Por. m.in. *Nic* Dawida Bieńkowskiego (2005), *Zwał* Sławomira Shutego (2004), *Czwarte niebo* Mariusza Sieniewicza (2003).

22 Mark Fisher, *Capitalist Realism. Is There No Alternative?*, Zero Books, London 2009, s. 2.

23 Choć temat rozwoju wolnego rynku, konsumpcji oraz wytwarzania się nowej klasy społecznej pojawiają się często w literaturze polskiej lat 90., według Przemysława Czaplińskiego polscy pisarze zajmujący się transformacyjnymi przemianami zazwyczaj „jedynie pozorują krytycyzm. Odślaniając trywialność życia społecznego, pisarze sygnalizowali nawiązanie do tradycji realizmu satyrycznego, aby uruchomić schematy społecznego postrzegania nowej rzeczywistości. [...] Nie mamy w tych powieściach do czynienia z rzetelną diagnozą nowych warunków życia, lecz z symulowaniem realizmu”. Zob. Przemysław Czapliński, *Świat podrobiony. Krytyka i literatura wobec nowej rzeczywistości*, Universitas, Kraków 2003, s. 176.

24 Agnieszka Osiecka, *Wydeo*, „Polityka” 1989, nr 22, s. 8.

- 25 Na marginesie warto zauważyć, że również polska inteligencja krytykowana była niegdyś za naśladowanie obrazów. W felietonach Andrzeja Mencwela z przełomu lat 70. i 80. znajdziemy opis mieszkań „nowej inteligencji”, kształtującej przestrzeń mieszkalną na wzór telewizyjnych wyobrażeń o szlacheckiej przeszłości. „Fałsz dekoracyjnego wnętrza, kopiowanych mebli, niesmak podrabianych obić, pretensjonalność stylizowanego oświetlenia, seryjność przypadkowych bibelotów pozostaje niezmienna. [...] Nowa inteligencja przebiera się, marzenia sugeruje jej telewizja”. Zob. Andrzej Mencwel, *Mała historia wnętrz mieszkalnych*, w: idem, *Widziane z dołu*, PIW, Warszawa 1980, s. 116.
- 26 Pierre Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, przeł. P. Biłos, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005, s. 74–75.
- 27 Tamże, s. 307.
- 28 Jacek Brzuszkiewicz, *Siła białych skarpetek*, „Gazeta Wyborcza” z 8 grudnia 1994.
- 29 Homi K. Bhabha, *Mimikra i ludzie. O dwuznaczności dyskursu kolonialnego*, w: idem, *Miejsca kultury*, przeł. T. Dobrogoszcz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, s. 83.
- 30 Baw, *Polski sexy-man*, „Gazeta Wyborcza” z 13 grudnia 1991, s. 3.
- 31 Roland Barthes, *System mody*, przeł. M. Falski, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 243. Zapis oryginalny.
- 32 Tamże.
- 33 Wojciech Mittelstaedt, *Wyższa szkoła biznesu. Odc. 4. Strój, „Sukces”* 1994, nr 10.
- 34 Kamil Niemira, *Moda przemija, zasady pozostają*, dodatek „Na zakupy” do „Gazety Wyborczej” z 3 lutego 1995.
- 35 Dorota Maj, *Porzucić stado*, dodatek „Weekend” do „Gazety Wyborczej” z 26 czerwca 1992, s. 3. To najwcześniejszy znaleziony przeze mnie fragment krytyczny dotyczący białych skarpetek.
- 36 Kamil Niemira, *Moda....*

- 37 Magda Ignar, *Nie wolno i już!*, dodatek „Magazyn” do „Rzeczpospolitej” z 26 marca 1998.
- 38 Andrzej Kostyra, *Jak zostać prawdziwym elegantem?*, „Sukces” 1994, nr 4, s. 99.
- 39 Grzegorz Sieczkowski, *Sztuka dodatków*, „Rzeczpospolita” z 29 czerwca 1996.
- 40 Grzegorz Sieczkowski, *Sześć najważniejszych wzorów*, „Rzeczpospolita” z 15 czerwca 1996, s. 4.
- 41 Małgorzata Matuszewska, Monika Zakrzewska, *Życie w dresie*, „Gazeta Wyborcza” z 22 kwietnia 1998, s. 24.
- 42 Opisując kulturę „byznesmenów”, felietonista „Sukcesu” również odwoływał się do retoryki wizualnej: „Mają już swój strój organizacyjny, co pozwala odróżnić byznesmena od łyka jednym łypnięciem oka. Czarne mokasyny, białe skarpety, bransoleta z 14-karatowego złota, sygnet i łańcuch szyjny, czapka baseballówka i telefon komórkowy w dłoni – to budzi szacunek i sprzyja integracji”. Marek Przybylik, *Język giętki*, „Sukces” 1995, nr 2, s. 84.
- 43 Gil Eyal, Iván Szelenyi, Eleonor R. Townsley, *Making Capitalism without Capitalists. The New Ruling Elites in Eastern Europe*, Verso Books, London 2002, s. 6.
- 44 Agnieszka Osiecka, *Wydeo...*