

Kraków 28.10.2015

Dr hab. Tomasz Majewski, prof. UJ

Katedra Antropologii Literatury i Badań Kulturowych

Wydział Polonistyki

Uniwersytet Jagielloński

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Łukasza Zaremby „Obraz jako przedmiot sporu w kulturze polskiej po 1989 roku w ujęciu studiów nad kulturą wizualną”

Moją recenzję chciałbym zacząć od uwagi na poły osobistej, na poły zawodowej. Od kilku lat śledzę aktywność publikacyjną i redakcyjną Łukasza Zaremby, kibicuję mu w działaniach na rzecz mocniejszego powiązania badań nad kulturą wizualną z krytyczną analizą współczesnych zjawisk społecznych, tak rozumiem bowiem obowiązki jakie bierze na siebie młoda subdyscyplina eksplorująca obszar „starć obrazowych”. Artykuły Zaremby, które czytałem (ostatnio głównie w „Widoku”, którego zespół ten badacz od początku współtworzył) były bez wątpienia jednymi z ciekawszych wivisekcji fenomenów wizualnych/sfery obrazowej, nawiązujących do myśli Nicholasa Mirzoeffa i Williama Johna Thomasa Mitchella, jakie po polsku można przeczytać. Także przekłady autorstwa Zaremby, opatrzone komentarzami, które wprowadzały do naszej humanistyki klasyczne pozycje J.W.T. Mitchella i Jonathana Crary’ego (ta ostatnia wspólnie z Iwoną Kurz) na dobre zagościły rodzimej biblioteczce studiów nad kulturą wizualną i winny za nie wdzięczność będzie każdy, kto korzystał z nich w swojej akademickiej dydaktyce). Pracowitość, staranność, trzymanie naukowych standardów przez Łukasza Zarembe, które obserwowałem także przy okazji sympozjów i warsztatów naprawdę mi imponowały - i oczywiście wzbudzały uzasadnione nadzieje na przyszłość.

Oczekiwałem zatem z zainteresowaniem rozprawy doktorskiej Łukasza Zaremby, przypuszczałem, że będzie to, niezależnie od tematu dociekań, również próba podsumowania pierwszej fazy instytucjonalizacji badań nad kulturą wizualną w Polsce i być może - po okresie pierwszych fascynacji *visual culture studies* – rozprawa z deficytami poznawczymi tej subdyscypliny. Ten generalny zamysł odnalazłem później rzeczywiście wyrażony we wstępie recenzowanej rozprawy, gdzie autor zobowiązuje się do „zadawania pytań dyscyplinie badawczej *visual culture studies*” oraz stwierdza, że będzie „konfront[ował] jej za nadto ogólne i niezwiązane bezpośrednio z kulturą polską tez[y] z materiałem badawczym, co (...) pozw[oli] wskazać swoistość lub odmienność polskiej kultury wizualnej” (s.12).

Podczas lektury szybko zdałem sobie sprawę, że projekt ten jest czymś daleko bardziej interesującym, niż to, czego się pierwotnie spodziewałem. W swojej rozprawie Łukasz Zaremba wypracowuje wglądy teoretyczne „oddolnie”, w odwołaniu do wyposażonych w naddatek mocy „nadobecných obrazów”, potraktowanych jako *locus* społecznej nie-wiedzy, która obnaża to, co akademicka wiedza skutecznie zasłania. Podstawowa linia argumentacji nie polega u Zaremby na referowaniu idiomów teorii studiów wizualnych, ale na dyskursywnym przedłużaniu efektów działania „mocnych obrazów” wybranych z polskiej domeny publicznej i poszukiwaniu legitymacji dla „logosu obrazu” (tworzeniu eksplikacji praktyk na serio angażującej się w to, co o obrazach publicystycznie i kolokwialnie się mówi). Jak zaznacza autor: „aby zrozumieć konflikty o obrazy w kulturze polskiej ostatniego ćwierćwiecza, należy uwzględnić zagadnienie rozprzestrzeniania się obrazów, ich przemieszczania się i multiplikowania; [tymczasem] tradycyjny zestaw pojęć dostarczanych przez rozmaite nauki o wizualności – takich jak choćby jak kopia i oryginał (...) – okazał się zupełnie nieadekwatny zarówno wobec masowo zamieszkujących od około 1989 roku polską przestrzeń publiczną obrazów komercyjnych, jak również masowo <wychodzących na ulicę> (...) obrazów religijnych”. Parafrazując Rolanda Barthesa’a, można powiedzieć, że u Zaremby to powszednie, codziennie przez nas konsumowane obrazy zostają osadzone w roli „uczynnego grubianina”, który ma dar zuchwałej i

prowołującej szczerości wystawiającej na próbę wewnętrzny spokój i samozadowolenie teorii.

W praktyce wygląda to tak, że autor rozprawy nie klasyfikuje zjawisk polskiej kultury wizualnej, przymierzając do nich gotowe kategorie (choć odwołuje się do refleksji Mirzoeffa oraz Hito Steyerl, ważnej dlań teoretyczki, artystki wizualnej związanej z magazynem *e-flux*), raczej je kwestionuje, testuje na wiele sposobów, aż doprowadza do ich „zmutowania” i przekształcenia (choć samo to „majstrowanie przy kategoriach” teorii wizualnej nie jest dla Zaremba głównym celem stanowi ono jednak dla czytelnika tej rozprawy poznawczy zysk). Autor bardziej ufa trajektoriom migrujących obrazów, ich społecznej, medialnej oraz ideologicznej ruchliwości, niż ustabilizowanej teorii, która z konieczności zacierając różnice, z niejaką zadyszką za nimi podąża. Takie montowanie teorematów „od dołu”, interpretacyjno-analityczne *tour de force*, ma w sobie intelektualną zadziorność, która – ze względu na jakość wykonania tej roboty - nie może się nie podobać. Od obrazów – głównie „nieczystych” medialnie oraz „nieczystych” społecznie obrazów - obciążanych polityczną lub moralną winą, obwinianych o tandetę, estetyczne wybrakowanie (pozwalających jednak nam-badaczom otworzyć „skrzynkę reprezentacji” zupełnie inaczej, niż w przypadku przedstawień *stricte* artystycznych i dokładniej „opukać” jej mechanizm), autor rozprawy oczekuje prawdziwie wglądów poznawczych: „Historia skupiona na obrazach i ich losach nie musi pokrywać się z historią polityczną i gospodarczą, może wręcz testować jej oczywistość i podważać jej pełne przełożenie na życie społeczne. (...) Obrazy pozwalają nieco inaczej opowiedzieć o ostatnim dwudziestopięcioleciu”. Tej tezy Zaremba dowodzi później

Ze względu na kolejną charakterystykę, od której Zaremba wychodzi: „Za decyzją o skupieniu się na obrazach – ‘krytycznej idolatrii’, jak powiedziałby Mitchell – idzie pewnego rodzaju zaufanie do nich, być może tym ważniejszego, że w rozprawie tej praktykowanego w obliczu obrazów atakowanych, czasem wręcz fizycznie niszczonych” (s. 9) - zaryzykowałbym hipotezę, że pewien powracający podskórnie wątek tej rozprawy można także

zinterpretować jako „z ducha Girardowski”. Teza Mitchella przywoływana aprobatywnie we wstępie mówi że „to, co społeczne nie istnieje na zewnątrz wizualnego, a to, co wizualne, nie jest ani odbiciem, ani zaledwie odzwierciedleniem tego, co społeczne”. To rozpoznanie dotyczące wizualnej strukturyzacji pola społecznego może być także podjęte jako teza o performatywnej sile obrazowej *mimesis*. Wówczas tyczyłoby mechanizmu, który kryje się za strategiami proliferacji znaków i odsyła nie tylko do obrazów jako „środka produkcji w dobie kognitywnego kapitalizmu” (Lash i Lury). Dotyczyłaby także mechanizmu zniekształcenia języka, który działa sekretnie także „od środka”, w logosie podążającej za owymi zjawiskami wizualnej teorii (kulturowo zlokalizowanej i, bez względu na intencje, zanurzonej w *episteme* rynku), która uczy nas, nawet jeśli *a rebour*, czego i jak należy pragnąć, czego i jak ze strony obrazów należy się obawiać. Obrazy jako pośrednicy w grze społecznych pragnień, obrazy stojące na drodze spełnienia pożądań; przemieszczające się w mimetycznym trójkącie jako przeszkody/modele, obrazy obwiniane w dyskursie sztuki krytycznej o wytwarzanie ułudy, o sprawowanie ideologicznej władzy nad umysłami (zob. słusznie wskazany przez Zarembę idolatryczny, niekrytyczny rys w świadomości sztuki społecznie zaangażowanej), wreszcie: obrazy typowane na społeczne „kozły ofiarne” ustrojowej transformacji (zob. interpretacja prezydenckiej ustawy krajobrazowej) – zastanawiam się, czy Łukasz Zaremba zgodziłby się z taką, jeszcze niedopracowaną, z Girarda czerpiącą translacją analizowanych przez siebie zjawisk?

Sugerowany tutaj zabieg powtórnej antropologizacji tego, co w rozprawie Zaremby rozpatrywane było z godną podziwu konsekwencją na mniejszą skalę, w ramach umiejętnie dobranych studiów przypadku na empirycznym gruncie, pozwoliłaby – po przejściu do końca drogi, którą autor rozprawy sobie wyznaczył - odnaleźć wspólny grunt dla rozpatrywania narodowo-religijnej ekonomii afektywnej, medialnych strategii definiowania *sensorium* i neoliberalnego reżimu rynku - w konstytutywnym dla zjawisk sfery wizualnej ich współprzenikaniu. I byłaby to, jak przypuszczam, inna antropologia wizualności, niż ta proponowana przez Freedberga i Beltinga,

która podpada pod zarzut ahistoryzmu; byłaby to chyba propozycja bliska zapowiadanej we wstępie do polskiego wydania Mitchella „antropologicznej ikonologii” indukowanej przez życie obrazów współczesnych (co nie znaczy: wolnych od historycznych nawarstwień signifiantów kształtowanych przez uprzedni system użyć, wcześniejszą *episteme* lub miniony „reżim skopiczny”)

Na powierzchni dominuje u Zaremba perspektywa studiów nad kulturą wizualną, która parokrotnie wchodzi w kolizję z antropologicznie zorientowaną, nadmiernie generalizującą efekty oddziaływania obrazów refleksją wspomnianego już Hansa Beltinga i Davida Freedberga (sytuuje się tutaj także Hans-Georg Gadamer z tezą o „estetycznej nierozróżnianiu” jako rysie każdego doświadczenia obrazu). Zaremba podważa, moim zdaniem słusznie, prostolinijsnie artykułowanie przez tych autorów tezy o „residualnie mitycznym” stosunku do obrazu jaki objawiać miałyby się we współczesnych aktach ikonoklastycznych, podważa nawet – o czym dalej – semantykę niesioną przez pojęcie obrazoburstwa jako zniekształcającą rozumienie współczesnych praktyk wizualnych i konfliktów o obrazowy. Oczywiście, niezbędny byłby w tym przypadku, jak zawsze, rodzaj roztropnej równowagi – na pewien dystans należy się trzymać zarówno od ahistorycznej filozofii obrazu, jak i od *cogito interruptus* upostaciowanego w naiwnej technofilii (proklamującej ustami teoretyków nowych mediów przy każdej zmianie dyspozytywu „bezprecedensowy” przełom epistemologiczno-antropologiczny).

To, co robi Zaremba, można określić jako sprowadzenie rytualnej dyskusji o obrazoburstwie z transhistorycznych wyżyn na ziemię – i przetestowanie jej na gruncie zjawiska „śmietnika reklamowego”; ponownego zinterpretowania „zachowania ikonoklastycznego” z wrażliwością wyostrzoną na lekturach postkolonialnych, przesuwając punkt ciężkości na artykulacje podporządkowanych – by na koniec opowiedzieć się przeciwko pozornie samooczywistym interpretacjom, które rodzime uliczne „walki obrazowe” ujmują wychodząc od „tranzytologicznych przesłanek o niedojrzałości Polaków do nowoczesności i praktyk kapitalizmu” (s. 195). Pozytywnie waloryzując ten ruch Zaremba na teoretycznej szachownicy. Zamiast współczesne obrazy wpisywać w model relacji ukształtowany w oparciu o

praktyki dotyczące obrazu sakralnego (ujmowane dualistycznie: „obrazoburstwo” vs. „kult”) Zaremba odwraca *locus classicus* teorii – i polski obraz religijny (wizerunek papieski) oraz obraz politycznego przełomu rozpatruje jako podporządkowany/powiązany z ośrodkiem grawitacyjnym, jakim po 1989 roku stał się obraz reklamowy. Kulturowe i historyczne pierwszeństwo „obrazów boskości” i „obrazów władzy” – przywoływane przez Beltinga i Freedberga jako wystarczający argument by całą historyczną inwariantność sprowadzić do stałej „obrazowej natury”- nie powinno wizualnym teoretykom, argumentuje Zaremba, przesłaniać faktu, że współcześnie obrazy władzy i religii, niezależnie od swej genealogii, zyskują widoczność odwzorowując poetykę obrazów reklamowych (komercyjnych, szybko konsumowanych), które ustanawiają właściwy zakres kultury wizualnej „pierwszej prędkości” (w terminologii Zaremby/Mirzoeffa: Wizualności 1).

Do tak zrekonstruowanego argumentu Łukasza Zaremby dorzuciłbym na własną odpowiedzialność kolejny: skoro jak pisze autor pod koniec trzeciego rozdziału rozprawy „reklam zewnętrznych może być dziś w Polsce więcej niż mieszkańców kraju” to być może należy się na serio pochylić nad stwierdzeniem, że w rodzimym wariacie konsumpcja obrazów jest już konsumpcją właściwą. Nie tylko dlatego, że, jak przekonują Girard i Althusser/Debord, obrazy produkują tożsamość / „interpelują” odbiorców oraz stanowią modele uczące nas czego i jak pożądać, - ale również z powodu specyficznego historycznego doświadczenia rodem z PRL. Mam na myśli wpisywanie od lat 70. w przestrzeń obrazów reklamowych i politycznych jako wizerunków autotelicznych (anonsujących to, czego nie ma, pełniących funkcję fatyczną) i przejawów głodu konsumpcyjnego jako doświadczenia, które widmowo wyprzedza sfunkcjonalizowaną rynkowo cyrkulację znaków i towarów. Konsumpcja „czystych obrazów konsumpcji”, konsumpcja znaków/obrazów w miejsce niedostępnych towarów – to ważne doświadczenie społeczne późnego PRL (pisała o tym m.in. Iwona Kurz), które sytuowałaby nasze polskie peryferia na paradoksalnej pozycji - przedwcześnie awangardy - zaangażowanej na długo przed symboliczną datą

1989, w formę wyobrażonych wolnorynkowych relacji ekonomicznych. Byłby to paradoks kraju, gdzie bez istnienia wolnego rynku i obiegu towarów rozkwitał już fantomowo konsumencki habitus związany z tym, co później zaczęliśmy określać mianem „kapitalizmu kognitywnego”. Nie wiem, czy to rozpoznanie jest możliwe do obrony, ale skłonny byłbym zaryzykować tezę o przynależności do wymiaru kulturowego długiego trwania akurat tych zjawisk, które Zaremba łączy eksplicytnie z ostatnim ćwierćwieczem polskiego kapitalizmu, pisząc: „Miliony reklam zewnętrznych różnych formatów, choć być może są w dużej mierze nieskuteczne jako reklamy, oddają powszechność praktyk [polskiego] nowego kapitalizmu. Liczy się obecność – a nie przekaz, ani projektowany cel – obrazów reklamowych”.

Jestem również ciekawy, czy analiza z I rozdziału pracy wychodząca od *Wideogramów rewolucji* Haruna Farockiego i Andrei Ujicy oraz cyklu fotograficznego *Żywoty nieświętych* Krzysztofa Pijarskiego, która jest zmaganiem się autora z brakiem polskiego obrazu ustrojowego przełomu, brakiem obrazu „gestu ikonoklastycznego reprezentującego zmianę” po roku 1989, (przy dystansowaniu się od tezy Sergiusza Michalskiego o rodzimym „niemrawym ikonoklazmie”) nie dałaby się zdaniem Łukasza Zaremby poprowadzić inaczej – tak mianowicie, aby wspierała się z jego argumentacją z rozdziału III. Skoro rozpoznanie dotyczące reklam zewnętrznych zmierzało ku tezie, że „liczy się obecność – a nie przekaz”, a stawką wojny w polu wizualnym jest oznakowanie/zawłaszczenie przestrzeni, a nie działanie perswazyjne oraz jego skuteczność - to jak sparafrazowana w rozdziale I, Taussigowska „wiedza o tym, czego nie należy widzieć”, dotycząca pomników czasów PRL, wizerunków ulokowanych we publicznej przestrzeni, ale przekształcanych przez wyszkolone oko w obiekty „aktywnie niedostrzegane” – miałyby się do tezy o „czystej obecności wizualnej” i *epoche* przekazu obrazów reklamowych? Uderzające jest przecież to – gdy przeanalizujemy łącznie obrazy reklamowe i komunistyczne pomniki, że jednych i drugi w społecznej percepcji dotyczy swoista „neutralizacja semantyki”. Analogia ta daje się pociągnąć jeszcze dalej: być może już pierwotnie PRL-owskie monumenty miały raczej „być” (ich obecność mówi czyja jest przestrzeń), niż

jako obrazy elokwentne – kogokolwiek ideologicznie przekonywać. I w tej sytuacji „brak obrazów gestu ikonoklastycznego” może być jeszcze bardziej wymowny.

Na koniec zainspirowany wywodem autora z II rozdziału jego pracy, który w zasadniczej części stanowi odczytanie reguł polskiej sfery publicznej, zrekonstruowanych w procesie podążania za migrującym przez media oraz systemy obiegu wizualności „pierwszej” i „drugiej prędkości” obrazu papieskiego – chciałbym przyklasnąć wyrażonemu tam kulturoznawczemu rozpoznaniu: „Gdyby (...) słowa Hito Steyerl miały właściwie opisać polską kulturę wizualną ostatniego ćwierćwiecza, powinny one brzmieć (...): nad Wisłą obrazy wychodzą z ekranów jako towary i jako święci” (s. 175). Zastanawiam się jedynie dlaczego ikonofagia (żarłoczny i hegemoniczny *modus existentiae*) ujawniający się w „sposobie funkcjonowania i rozprzestrzeniania się obrazów religijnych” w przestrzeni publicznej nie dotyczy w tym samym stopniu obrazu reklamowego. Obrazy z pola sztuki i obrazy reklamowe (podlegające wspólnie grawitacji rynku) również „kanibalizują się wzajemnie”. I choć Łukasz Zaremba tego do końca nie dopowiada, to stoi, jak sądzę, na stanowisku, że charakterystyki te nie są do końca wymienne – mimo, że „komodyfikacja świętości” i „sakralizacja towarów” to zwykle dwie charakterystyki tego, co Marks z górami 160 lat temu określił mianem fetyszyzmu towarowego. Jak z tego wynika, analiza wizualnego strukturyzowania pola społecznego, którą Łukasz Zaremba wnosi tu coś nowego i zgodnie z jego deklaracją prowadzić znacznie dalej, niż ekonomiczny oraz polityczny język opisu polskiej transformacji.

Reasumując, rozprawa Łukasza Zaremby stanowi w mojej ocenie rzetelną podstawę do podjęcia kolejnych kroków w celu pomyślnej finalizacji przewodu doktorskiego.

Tomasz Mejst