

MIŁOSZ WOJTYNA
Uniwersytet Gdański*

Narcyzm, obraz, disco polo

Narcissism, Image, Disco Polo

Abstract

The article traces the affinities between cultural narcissism on the one hand and the representation of individual and collective identities in visual media on the other. By referring to a body of research on narcissism, the author establishes a connection between identity deficits, compensation strategies and individualization in order to claim that contemporary disco polo videos — in their popular generic form — are a reservoir of visual conventions that underscore certain anxieties that can be observed in twenty-first century Polish society.

* Instytut Anglistyki i Amerykanistyki, Wydział Filologiczny, Budynek Neofilologii
ul. Wita Stwosza 51, 80-308 Gdańsk
e-mail: milosz.wojtyna@ug.edu.pl

Żyjemy w czasach prerażonych wspólnot.
Wiąże się to hiperlękową zasadą działania mediów,
gdzie nie można poruszyć jakiegokolwiek tematu
bez wpadania w tony oszalałego katastrofizmu.

(P. Sloterdijk, M. Nowicki, *Czy Polacy odnajdują szczęście?*)

Człowiek sprzedaje nie tylko towary;
sprzedaje siebie samego.

(E. Fromm, *Ucieczka od wolności*)

Związki

Od Sloterdijka wiemy, że lęk ulega mediatyzacji, a od Fromma — że tożsamość to towar. W poniższej pracy postaram się wyjaśnić, w jaki sposób narcyzm, jeden z istotnych motywów kultury współczesnej, a zarazem przejaw indywidualnego tożsamościowego lęku, zakorzenił się w strategiach komunikacyjnych wykorzystywanych przez media wizualne, zorientowane na kult „ja”, fikcjonalizację i autoterapię. Pochylając się nad problematyką przejawów narcyzmu w kulturze współczesnej, omówię kilka ujęć teoretycznych, a następnie prześledzę wizualno-tekstowe manifestacje narcyzmu na węższym terytorium — w teledyskach (nagraniach wideo), które towarzyszą utworom polskiej muzyki z gatunku disco polo. Namysł nad kulturowymi przejawami silnie zakorzenionych postaw narcystycznych będzie szedł w parze z analizą środków estetycznych zastosowanych w warstwie lirycznej i tekstowej poszczególnych utworów. Traktując teledyski disco polo jako jedną z wielu możliwych ilustracji omawianego związku między narcyzmem a obrazem, chciałbym zadać pytanie o modele funkcjonowania polskiej tożsamości w kulturze popularnej oraz o status narcyzmu jako środka tożsamościotwórczego.

Tożsamość i deficyt

Komunikację społeczną w epoce cyfrowej charakteryzuje pewna nieadekwatność treści. Z jednej strony dobrze zdajemy sobie sprawę, że odbiorca implikowany mediów społecznościowych i masowych zawierzył konfesyjnemu modelowi komunikacji, w którym

indywidualizacja pierwszoosobowego przekazu to priorytet. Z drugiej zaś strony, mamy wrażenie, że kryzys doświadczenia (Benjamin 1996: 241), schyłek wielkich narracji (Lyotard 1997), upadek człowieka publicznego (Sennet 2009) i zmniejszenie roli autorytetów (Lasch 2015: 179–210) — oraz jednoczesne rozrzedzenie różnic kulturowych w rezultacie globalizacji — obniżyły informacyjną wartość komunikatów, których treść stoi dziś w rażącej sprzeczności z ich nierzadko wybuchającą formą. Ponieważ doświadczenie współczesnych nadawców radykalnie zubożało, człowiek umieszczony w teatrze życia codziennego (Goffman 2008) nie ma do powiedzenia nic ponad: „Oto jestem”. Przeorganizowanie reguł społecznego funkcjonowania jednostki, która ponad wszystko preferuje funkcję fatyczną komunikacji, prowadzi zarówno do narodzin nowego reżimu uwagi (w którym poetyka autokreacji nie przynależą już tylko artystom i twórcom), jak i do promocji szczególnej tożsamościowej niemoty.

W tekście z 1996 roku Agata Bielik-Robson zajmuje się sytuacją swojego pokolenia — „dziwnych trzydziestoletnich”:

Pisząc o moim pokoleniu, czuję się jak pacjent, któremu powiedziano, by opowiedział o sobie wszystko i ze szczegółami, nieważne, czy wydają mu się one istotne, czy nie. Pacjent zazwyczaj nie chce nic mówić, uparcie milczy, a jeśli już się odezwie, to po kilku zdaniach urywa wątek, wzrusza ramionami i mruczy do siebie: ale to przecież bez znaczenia. (...) Jego niemota wynika stąd, że nie wiedząc, jak ma siebie wyrazić, czuje, że nie ma w sobie nic wartego wyrażenia. (Bielik-Robson 2006: 51)

Bielik-Robson skutecznie rozpoznaje napięcie charakterystyczne dla każdego zespołu oczekiwania zogniskowanych wokół społecznej tożsamości; zauważa, że do pełnego bytowania grupy społeczne (na przykład pokolenia) potrzebują mitów założycielskich. Jednak jeśli poszukiwanie mitu kończy się niepowodzeniem albo trwa zbyt długo, by zaspokajać społeczne fantazje, o spoistości danej grupy zaświadczy nie wielka narracja ani heroiczny etos, lecz zawód, wyczerpanie, zaniepokojenie porażką¹ — tym silniejsze, im głębiej zakorzenione było pragnienie, by wreszcie móc coś o sobie powiedzieć, zanurzyć się w konfesyjnym opowiadaniu o sobie².

Niemożliwość zbudowania narracji o faktycznym zarzewiu tożsamości (o szczególnym „Wydarzeniu”) miało być dla pokolenia Bielik-Robson powodem do wstydu, który przetrząsa się w cynizm:

¹ Logika wypowiedzi Bielik-Robson wskazuje, że wstyd to rezultat zawiedzionego społecznego „my”. Miało się nam udać, a się nie udało:

Wystarczy nas porównać z tym prawdziwym pokoleniem przez duże „P”, któremu projekt taki świetnie się udał i wobec którego — nie ma sensu zaprzeczać — wypadamy zdecydowanie blado. Pokolenie '68 ma wszystko to, czego nam tak dojmująco brakuje. Ma swój wyraźny mit założycielski, jedno szczególnie traumatyczne Wielkie Doświadczenie, do którego zawsze może się odwołać. (...) Tylko bowiem na Wydarzeniach pokolenia są w stanie budować swoje założycielskie mity. Jeżeli Wydarzenia tracą swoją punktowość, przedłużają się w nieskończoność — na przykład na całą dekadę — to wówczas tracą zdolność do generowania mitów i popadają w smutną banalność. I nie tylko że nie rodzą romantycznych mitów, a jeszcze na odwrót: im bardziej rozwiewa się ich magia, tym bardziej sprzyjają cynizmowi. (Bielik-Robson 2006: 53)

² Dalej autorka tłumaczy:

Nieprzypadkowo od początku wybrałam dla tego tekstu formułę zwierzeniowo-terapeutyczną. Dramat naszego pokolenia ma bowiem wszelkie cechy tego, co Freud nazywał „rodzinnym romansem”. Toczy się on nie na wielkiej scenie Historii, lecz wśród pierwszych rzeczy małych, a raczej ich braku: domu, korzeni, rodziców. (Bielik-Robson 2006: 58).

Cynizm mojego pokolenia idzie więc na trzeciego w parze ze wstydem i utratą mowy: to po prostu nie było życie, o jakim w ogóle dałoby się opowiadać. Złapane w sieć powtórzenia, pozbawione swoich mitów, które z każdym ponownym odegraniem brzmiały tylko gorzej i gorzej, coraz bardziej alergiczne na wszelkie symbole walki narodowej, niepewne swego celu, mogło być ono wszystkim innym — tylko nie materiałem (dla narracji heroicznej.

(Bielik-Robson 2006: 53)

Nie mając niczego, o czym można by powiedzieć — niczego, w czym można by zakorzenieć się tak, jak robili to „prawdziwe” pokolenia „przez duże P” — grupy społeczne stają naprzeciw kulturowej próżni, która domaga się zagospodarowania. Próby zarządzania wstydem i cynizmem nigdzie nie odnajdują tak silnego wyrazu jak w kulturze³. W dalszej części artykułu chciałbym przyrzeć się problematyce autoekspresji grup społecznych, zastanawiając się, jak teksty kultury popularnej (a w szczególności współczesne teledyski muzycznego gatunku disco polo) kodują reakcje na tożsamościowo ufundowane poczucie marazmu, cynizmu i wstydu, konstruując fikcjonalizujące narracje o narcystycznym charakterze.

Terapeutyczne fikcje Narcyza

Dokonując rozpoznania narcystycznych podstaw kultury masowej i społeczeństw ponowoczesnych, badacze są zgodni: narcyzm to postawa defensywna, będąca reakcją na traumę (Britton 2003: 156; Kernberg 1975: 165; Maliszewski 2012: 50; Modell 1985; Ostaszewska 2011b: 279; Symington 2013: 104; Szpunar 2016: 8). Umiłowanie siebie ma w takim mechanizmie funkcjonować jako sposób na skonsolidowanie („usztynwienie”⁴) pewnej fikcjonalnej wersji tożsamości, wokół której da się zogniskować całe społeczne funkcjonowanie jednostki lub grupy pomimo ewidentnego braku mitu założycielskiego (albo innych autentycznych podstaw do samozadowolenia). „Małe prywatne światy, skupienie na wewnętrznych przeżyciach stanowią formy radzenia sobie z lękiem, poczuciem pustki i narcystycznym, wręcz pasożytniczym uzależnieniem od nieustannej aprobaty innych”, pisze Magdalena Szpunar (2016: 8), wskazując na tożsamościowo twórczy potencjał fikcjonalizacji i fantazmatu — zjawisk szczegółowo opisanych zarówno przez teoretyków narracji (Zunshine 2006: 47–72), socjologów (Aboujaoude 2012: 13–41), jak i historyków literatury (Janion 2007: 12–46, 303–337). Podłożem zapotrzebowania na uwagę i kompensacyjne dyskursy o samym sobie ma być sytuacja społeczna, w której jednostki i grupy próbują się odnaleźć, reagując na deficyty zewnętrzne (np. niedoskonała przemiana ustrojowa, niezrozumiałe zmiany kulturowe) i wewnętrzne (np. brak poczucia sprawczości, brak zrozumienia przemian). Według Anety Ostaszewskiej, narcyzm to „próba obrony przed własną bezwartościowością”. Wyrażając się z niemoły o samym sobie,

³ Jak podkreśla Magdalena Szpunar:

Niebagatelne znaczenie w erupcji narcyzmu odgrywa sfera popkultury. Jak pokazują badania zrealizowane w 2005 roku, aż 31% amerykańskich nastolatków jest przekonanych, że kiedyś stanie się popularna i sławna. Na pytanie o to, co zmieniliby w swoim życiu, aż 15% z nich wybiera sławę, postrzegając ją jako jedną z form ucieczki przed samotnością. (Szpunar 2016: 11)

⁴ Kazimierz Pospiszyl zwraca uwagę na etymologię:

Imię Narcyz należy do grupy greckich słów o wspólnym rdzeniu „narko”, który oznacza: zesztynienie, sparaliżowanie, przerażenie, a także zahipnotyzowanie. Z tego samego źródłosłowu wywodzą się określenia „narkotyk”, „narkomania” itp. (Pospiszyl 2005: 13)

współczesny Narcyz podejmuje próby opowiadania, w których kluczowa jest nie tyle faktyczność narracji, ile jej stylistyczna orientacja i pierwszoosobowa forma.

Narcyzm powstaje wtedy, gdy jednostka próbuje budować obraz siebie istotnie różny od tego, kim faktycznie jest. Najważniejszym punktem jej zainteresowania staje się własny wizerunek, obraz samego siebie. (Ostaszewska 2011b: 279)

Jak więc myślimy o sobie? W polskim społeczeństwie da się dziś zaobserwować nastroje o dwojakim charakterze: postkomunistycznym i postkapitalistycznym. Z jednej strony niezadowolenie z niedostatecznie szybkich przemian (na wielu poziomach tożsame z pragnieniem „dogonienia Zachodu”), a z drugiej — silną niechęć do bolączek późnego kapitalizmu⁵. Cechą wspólną obu tendencji jest wyraźne zaabsorbowanie kwestią polskiej tożsamości, rolą Polski w Europie i świecie, a także stanem polskiej kultury. Polacy ustawiają przed sobą dwa krzywe zwierciadła i przeglądają się w nich, porównując swoje zalety i przywary. Niezadowoleni z obrazu, poddają się operacji jeszcze innego typu. Zamiast przeglądać się w predefiniowanych modelach, na polu kultury konstruują własne, dalece bardziej obszerne „światy”. W eseju *Horror polonicus* Przemysław Czapliński pisze:

Kim są Polacy? Potrafię odpowiedzieć na to pytanie tylko w jeden sposób: są społecznością sfingowaną. Nie znaczy to — sfalszowaną, nieprawdziwą, fikcyjną. Znaczy: społecznością, która nieprzerwanie samą siebie wymyśla, społecznością sklejaną przez kolejne mity, istniejącą w narracjach. Zbiorowość układa o sobie opowieści, a poprzez owe opowieści wytwarza możliwe więzi; ich pojemność, zdolność do wkluczenia i wykluczenia, zdecyduje o tym, jak wielu zechce o sobie mówić i myśleć: „My, Polacy”. Ten akt dopisania siebie do wspólnoty wymaga właśnie finguwania. (Czapliński 2013: 96)

Postępy w konstruowaniu fikcji o nas samych nie są jednak przejawem umiłowania siebie, lecz — przeciwnie — reżimu uwagi, w którym cała koncentracja na losach, charakterystyce, przewagach i przywarach polskości rozgrywa się w poczuciu niezadowolenia i zagrożenia. „Narcyzm jest przeciwieństwem silnej miłości własnej”, twierdzi Christopher Lasch (1991: 31), a Aneta Ostaszewska dodaje:

Narcyzm w perspektywie socjologicznej (konsekwencja wielu przemian społeczno-ekonomicznych) można interpretować jako sposób pokonywania przez współczesne społeczeństwo — zbiorowość ludzi zaabsorbowanych własnym wizerunkiem — codziennych niepokojów, frustracji oraz poczucia społecznego zagrożenia. (...) Ogólny wniosek można zatem sformułować następująco: narcyzm jako zjawisko społeczne to obrona przed cierpieniem, którego przyczyną jest brak satysfakcjonujących odpowiedzi na podstawowe, egzystencjalne pytania: „kim jestem” i „jak żyć”. (2011b: 279)

Chociaż mogłoby się wydawać, że fikcjonalizujące skłonności Narcyza wynikające z wstępnej niemoty powinny na pewnym etapie (wraz z „dojrzwaniem” narcystycznej opowieści) umożliwić rozwinięcie projektu pozytywnego, czyli takiej narracji, która przetrzebi się w faktyczny model bytowania, współczesne kulturowe realizacje tego motywu

⁵ Por. argumentacja Agaty Pyzik w tomie *Biedni, ale sexy* (Pyzik 2018).

wskazują na tendencję przeciwną: Narcyzm przejawia się w banalnych komunikatach obronnych o ograniczonej liczbie⁶ środków ekspresji. Zanim scharakteryzuję kilka z nich na przykładzie teledysków disco polo, chciałbym omówić podłoże tego ekspresyjnego niedostatku.

Wyjałowienie życia publicznego⁷ oraz będąca bezpośrednią konsekwencją coraz głębsza indywidualizacja społeczeństwa, a także proliferacja przemian (szczególnie tych, które w Polsce rozpoczęły się po 1989 roku i do dziś pozostają przedmiotem sporu) to elementy składowe:

niestabilnej i kruchej rzeczywistości społecznej, [w której] tożsamość wyrwa się z tradycyjnych ram odniesienia i staje się autorskim projektem jednostki zyskującej stosunkowo dużą autonomię i wolność w konstruowaniu siebie. (Dziuban 2013: 11)

W takiej rzeczywistości *anything goes* — jakość komunikatów nie ma znaczenia, ponieważ nie sposób ustalić punktu odniesienia w ich jakościowej ocenie. Zresztą i tak na próby ich ustalenia nie ma czasu, ponieważ reżim uwagi stoi ponad porządkiem treści.

Poprzez wyznanie swych przeżyć [współczesny Narcyz] chce wieść innych, zdobyć ich uwagę, aklamację i współczucie. Wyznanie ma też służyć podtrzymaniu chwijnego, lecz wyidealizowanego obrazu siebie. Konfesyjny sposób mówienia — tak chętnie stosowany w mediach — przechodzi (niezamierzenie) w parodię wewnętrznego życia. (...) Wyznania czynione publicznie są godne uwagi tylko dla ich banalności. W tym sensie narcystyczny wgląd w samego siebie jest pseudowglądem, służy bowiem przede wszystkim jako środek potwierdzenia własnej znakomitości. Narcyz potrzebuje ciągle przyglądać się sobie. (Ostaszewska 2011a: 311)

Christopher Lasch uważa deficyt środków ekspresji za zjawisko globalne:

Międzynarodowy zasięg tego marazmu świadczy o tym, iż nie tylko społeczeństwu amerykańskiemu można przypisywać brak inicjatywy. Wydaje się, iż społeczeństwo burżuazyjne wszędzie zużywa nagromadzone zasoby twórczych koncepcji. Straciło zarówno zdolność, jak i wolę konfrontowania się z przeciwnościami, które zagrażają mu obezwładnieniem. (Lasch 2015: 21)

Wydaje się, że również społeczeństwo polskie, poddające się chętnie efektom globalizacji, wyczerpało pokłady cierpliwości — nie potrafi już dłużej utrzymywać martyrologiczno-bohaterskiej tożsamości społeczeństwa, które walczyło z komunizmem. Nie czuje się wystarczająco dobrze z nowo unaocznionym obowiązkiem udowodnienia sobie i wszystkim, że zamiast walczyć i zmagać się z ciemnością, trzeba skrupulatnie budować. Społeczeństwo

⁶ Magdalena Szpunar wskazuje na zaledwie dwa paradygmaty tematyczne:

Frustracja narcystycznej jednostki stanowi wypadkową negatywnego obrazu świata i innych ludzi, którzy to, stanowią złowieszczą i niebezpieczną siłę. By minimalizować ten przykry dla osoby stan, pozostaje jej, albo odrzucenie innych, albo podporządkowanie ich sobie przez fantasmagoryczne poczucie wszechmocy i wielkości. (Szpunar 2016: 22)

⁷ Szpunar pisze, iż:

Sfera publiczna zdaniem Sennetta jest martwa, zatem to życie prywatne staje się szansą na odnalezienie tego, czego w sferze publicznej odnaleźć już nie można. Jednostki narcystyczne interesują się światem zewnętrznym o tyle, o ile odzwierciedla on ich wewnętrzne przeżycia. Nie potrafiąc funkcjonować z innymi ludźmi, narcystyczny osobnik ucieka do wewnątrz samego siebie, wykazując nadmierne zainteresowanie sobą. (Szpunar 2016: 79)

(i jego wyobraźnia) dokonuje więc — w kulturze — skoku naprzód, który ma zaprojektować alternatywę i pokazać, że już jesteśmy gotowi być liderami w świecie spektaklu, splendoru i satysfakcji. Strategia tego typu jest bardzo uboga — wynika bowiem bezpośrednio z niezadowolenia z modelu, który charakteryzował świadomość wczesnopostkomunistyczną, napełnioną przekonaniem o konieczności szybkiego nadrobienia zaległości w stosunku do późnokapitalistycznej kultury Zachodu. W obliczu coraz głębszego marazmu zawieramy więc urokom spektaklu, a nie metodycznej cierpliwości. Nie ma w polskim społeczeństwie (i jego kulturowej wyobraźni) woli systematycznego „konfrontowania się z przeciwnościami”. Jest za to „strategia narcystycznego przetrwania” w kulturowym fantazmacie (Lasch 2015: 23). Nie ma pragnienia głębokiej rozmowy, w której treści poddawane są ocenie. Jest za to pragnienie obrazu.

Obraz i kult

Legitymizacji narcystycznego modelu ekspresji służy z pewnością specyficzny status, jakim w kulturze cyfrowej cieszą się produkty wizualne. Ponieważ proliferacji obrazów nie towarzyszy rozwój imagologii (por. Taylor i Saarinen 1994), patrzenie zostało w popularnej świadomości zrównane z ich rozumieniem. Skoro „wiedzieć” miałoby oznaczać to samo co „wiedzieć”, reżim ilościowy (a nie jakościowy) wydaje się nie do podważenia. „Rzeczywistość *homo videns* — człowieka oglądającego — to rzeczywistość permanentnej produkcji obrazów i przypisywania im szczególnej roli”, pisze Szpunar. „To dyktat wizualności, w którym jakość tego, co jest pokazywane, staje się wtórna, wobec samej możliwości pokazywania czy — tak jak to ma miejsce w przypadku narcyzmu — ekspozowania siebie” (Szpunar 2016: 65). Umocowanie takiego porządku w ekonomii produkcji i konsumpcji⁸, przy jednoczesnym umiłowaniu przez media elektroniczne Berkeleyowskiej zasady *esse est percipi*⁹, skutkuje narcystycznym „rozkoszowaniem się fikcją”¹⁰:

Co najwyżej potrzebowali tego samego (...) Żeby obraz był ostrzejszy, żeby mieć pikseli przynajmniej z miliard (...) i żeby się dalo pstryknąć i nakręcić każdą sekundę życia (...) Może o to chodzi, żeby patrzeć i patrzeć na samych siebie, bez przerwy widzieć własne życie i żeby inni, żeby wszyscy też je oglądali, co? Że skoro się nie da już istnieć naprawdę, bo co to za istnienie, skoro wokół miliony i miliardy, to zostaje wyścig, kto wyprodukuje więcej własnych obrazów, własnych kopii, własnych dowodów na istnienie. (Stasiuk 2010: 163–164)

⁸ Jak Pisze Debord:

Obecna faza totalnego zaboru życia społecznego przez nagromadzone produkty ekonomii prowadzi do generalnego zeszlizgnięcia się mić w wyglądac. (Debord 1998: 14)

⁹ Jak pisze Szpunar:

Zatem obecnie istnienie jednostki warunkuje jej widzialność. Kartezjańską zasadę „Myślę, więc jestem”, zastąpiła maksyma ważniejsza dominująca obecnie w internetowych społecznościach „Oglądasz mnie, więc istnieję”. Tym bardziej jednostka istnieje, im bardziej się ekspozuje i wystawia na publiczny ogląd. Widzialność staje się znakiem statusu społecznego i pozycji jednostki. (Szpunar 2016: 65–66)

¹⁰ Hans Belting pisze:

Konsumujemy obrazy najchętniej jako uludy, by tym lepiej móc zignorować ich semantyczne ubóstwo. (...) Ta praktyka widzów zawiera idolatrię cichego buntu. Nie wierzymy już, że obrazy są czymś więcej, niż obrazami i dlatego nie potrzebujemy ich więcej odrzucać. (...) Ponieważ wiemy, że obrazy są puste, rozkoszujemy się fikcją, z którą się obnoszą. Można byloby określić takie zachowanie oświeconą idolatrią, ale być może jest to raczej oświecony ikonoklazm. (tłum. za Charewicz 2015: 289)

Fikcjonalizacja z jednej strony, a z drugiej: obowiązek pełnej jawności, „szaleństwo widzialnego” (por. Comolli 2001: 449; Williams 2010: 49) i reguła czytelności. Od kiedy „ciało funkcjonuje jako przedmiot kultu”, a „*Homo narcissus* wyraża siebie poprzez swój wygląd” (Ostaszewska 2011b: 283), w społecznym komunikowaniu rozgościł się model konfesyjno-fatyczny, który pod pozorem wyznania zachęca nie tyle do odbioru tożsamościowych komunikatów, ile do pielęgnowania uwagi i kontaktu. Za wszelką cenę. Aby ułatwić komunikację odbywającą się według takich reguł — a więc zdobyć uznanie odbiorców (Krajewski 2005: 169), musimy — jak się zdaje — „stać się przedmiotem oglądu” (Markiewicz 2016: 12). Do tego jednak potrzebna jest relacja społeczna. O jakiej relacji mówimy, mając do czynienia ze współczesnymi teledyskami disco polo? Jakie procesy odbiorcze wchodzą tutaj w grę?

Disco polo — rozpoznanie gatunkowe

Teledyski disco polo to szczególne „wizualne odskocznie” (por. Lisak-Gębała 2016): nagrania te przedstawiają ciekawą mapę ucieczki grup społecznych i jednostek w narcystyczny fantazmat. Warto przyjrzeć się temu gatunkowemu terytorium, zastanawiając się, jak teksty organizują relacje narcystyczne różnego typu (np. ja–inni, ja–przedmioty, ja–on/ona, ja–ja, ja–moje możliwości, ja–alter ego, ja–dziś, ja–przeszłość, ja–przyszłość, ja–trauma itp.). Warto też pochylić się nad pytaniami, które — pisząc o tekstach kultury — stawia Stefan Żółkiewski: „Co ludzie robią z danym typem tekstów, do czego im ten typ tekstów kultury służy”? Na czym polega funkcja rzeczowa tekstów (która „wiąże się z ich rolą i miejscem w interakcjach społecznych”)?¹¹ Jaką funkcję pełnią więc w interakcjach społecznych narcystycznie zorientowane współczesne teledyski disco polo?¹²

¹¹ By określić funkcję rzeczową zjawiska (przedmiotu semiotycznego, sygnalizowanego przez teksty kultury), trzeba znać potrzeby społeczne, które dane zjawisko zaspokaja, trzeba znać jego genezę historyczną, umieć odpowiedzieć na pytanie, do czego służy i jakie ma znaczenie (od czego zaczynamy). Właściwie zatem pełna odpowiedź na pytanie o funkcję rzeczową będzie odpowiedzią na pytanie o funkcję społeczną. (Żółkiewski 1988: 65; por. Maryl 2016: 11)

¹² Dokonany tutaj wybór materiału do analizy wymaga uzasadnienia. Po pierwsze, badanie teledysku, a nie wyłącznie warstwy lirycznej bądź dźwiękowej utworów, pozwoli umieścić nasze obserwacje w wielopoziomowej relacji z nagraniem wideo rozumianym jako jedna z najbardziej współczesnych form komunikacji kulturowej. Po drugie, dobór nagrań, które w przeważającej większości publikowane są w portalu Youtube równocześnie z premierą w innych mediach (głównie w telewizji) zachęca do zastanowienia nad estetyką tego szczególnego kanału komunikacji. Wychodząc z założenia, że poetyka „kanałów na Youtube” w dużym stopniu determinuje taką a nie inną konfigurację narcystycznych obrazów, ograniczam analizę właśnie do najnowszych utworów. Estetyce teledysków i utworów sprzed 2005 roku (czyli sprzed założenia portalu YT) należałoby poświęcić osobną wypowiedź. Z kolei czytając teledysk umieszczony w Youtube, słuchamy, oglądamy, komentujemy i obsługujemy funkcje formalne charakterystyczne dla tej platformy — zorganizowane według reguł powtarzalności, wielokrotnego odsłuchania w pętli *playlisty* i organizacji algorytmicznej, która spełnia funkcje tożsamościotwórcze. Po trzecie, przedstawione tu ujęcie nie wyczerpuje dyskusji na temat cech gatunkowych disco polo jako charakterystycznego wytworu polskiej kultury ostatnich trzech dekad. Jego zakorzenienie w różnych stylizacjach (muzyki elektronicznej, „ulicznej” i ludowej, a także we wzorcach zagranicznej muzyki pop), szczególna reputacja (związana z pewnymi poetykami odbioru i stereotypowym postrzeganiem strategii odbiorczych — traktowanych jako „uproszczone”), geograficzny fundament (pochodzenie wielu wytwórni ze wschodnich regionów Polski), związki z konkretnymi mediami (np. telewizją, portalami internetowymi, kulturą festiwalową), niesłabnąca popularność oraz szczególny status poszczególnych artystów działających w obrębie gatunku wymagają z pewnością szerszego omówienia.

Na poziomie fantazmatu — a zatem nieświadomionego funkcjonowania pewnych narracji — teledyski disco polo ukazują narcystyczne oblicze polskiej tożsamości zbiorowej. Jako obszar kultury popularnej, który nie rości sobie ambicji do miejsca w kanonie sztuki narodowej, disco polo i jego wizualne manifestacje stanowią interesujące, żywe repozytorium modeli tożsamościowych, które nie potrafiły rozgościć się w kulturze wysokiej. Przyglądając się twórczości w obrębie tego gatunku, mamy do czynienia z rozległym terytorium mikronarracji skoncentrowanych na narcystycznym modelu samouwielbienia i kompensacji deficytów. Gatunek ujawnia więc oblicze inne od utrwalonego w popularnym rozumieniu. W ujęciu, które tu proponuje, podstawowym obowiązkiem artysty disco polo (i autora teledysku) nie jest tworzenie muzyki. Artyści gatunku replikują i edytują modele tożsamościowe po to, byśmy mogli przeglądać się w nich w nieskończoność, zahipnotyzowani i lękający dalszej konsumpcji przystępnych, terapeutycznych fikcji. Poniżej będę starał się udowodnić, że disco polo jest gatunkiem krytycznym wobec polskości, a nie — jak zwykle się uważać — jej absolutną apoteozą. Podobnie narcyzm — miłość własna — „znajduje się w znanej opozycji do silnej dbałości o siebie” (Sennett 2009: 21). Narcyzm gatunkowy, z którym mamy tu do czynienia, sytuuje się między dwoma rodzajami dynamiki: między próbą „odtworzenia upragnionego związku miłosnego” (Kernberg 1975: 223, tłum. za Lasch 2015: 63) (czyli zanurzenia się w pełni zasłużonej miłości własnej, w której zespół discopolowy nie byłby tylko polskim epigonem amerykańskiego boysbandu, ale autentycznym arcyidolem) a lękiem i poczuciem winy, które zostały wywołane przez „agresywne popędy skierowane przeciwko obiektowi, będącemu źródłem frustracji i rozczarowania” (Lasch 2015: 63) (Polskością, Zachodem, miejscem, które podmiot zajmuje w dostępnym sobie świecie). W takim polu znaczeniowym teledyski disco polo są wizualno-tekstową manifestacją poszukiwań tożsamościowych, którym oddaje się polskie społeczeństwo spragnione terapii przez fikcję.

Intronizacja discopolowego Narcyza na króla obrazu

Warstwa tekstowa utworów disco polo bardzo często ma charakter konfesyjno-narcystyczny. Przeważającą formą ekspresji jest wypowiedź pierwszoosobowa; zauważalna jest również przewaga tekstów artykułowanych przez męskie podmioty. Choć interesujących wyjątków nie brakuje, a przedmiotem przedstawienia bardzo często są w teledyskach postaci kobiece, na poziomie wypowiedzi literackiej disco polo pozostaje gatunkiem ściśle patriarchalnym. Polaryzacja stosunków międzyplciowych to zjawisko charakterystyczne dla kulturowych realizacji narcyzmu. Grzegorz Ptaszek pisze: „Do rozwoju kulturowego narcyzmu przyczynia się również nowy typ relacji damsko-męskich, będący konsekwencją rozwoju ruchów feministycznych oraz rewolucji seksualnej, pozbawiony głębszej więzi międzyludzkiej (ucieczka przed uczuciem), a skoncentrowany na zaspokajaniu własnych erotycznych pragnień i potrzeb, traktujący człowieka w sposób instrumentalny” (2015: 15).

Ciekawą realizację tej problematyki znajdziemy w teledysku zespołu Łobuzy — *Ona czuje we mnie piniądz*¹³. Tekst otwiera archetypiczna ekspozycja tożsamościowa:

Wsiadam w betę, daję dyla,
mam na piersi krokodyla.

¹³ Łobuzy, *Ona czuje we mnie piniądz* (Oficjalny teledysk), opublikowany 1 lipca 2015 w kanale „Łobuzy TV”, ponad 74 miliony wyświetleń w serwisie YouTube (dane na 30 marca 2018).

Na mej ręce Rollie błyszczysz,
każda laska dziś zapiszczy.
Do klubu wchodzę bez kolejki,
bramkarzom płacę, cześć i dzięki.
Przyjmuję pozę, parkiet skanuję,
a tam mnie już ktoś obserwuje.

Ona czuje we mnie pieniądze
Wystroiła się jak Beyonce.
Patrzy na mnie drinka pijąc,
Bo wyczuła we mnie pieniądze.

Szepnęła do mnie: „Jestem Agnes”,
Forsa działa na nią jak magnes.
Stawiam jej szota, ona go pije,
Kopalnię złota dziś odkryje.
Na parkiet wbijamy na pełnym lansie,
Do góry skakamy, to podoba nam się.
W jej oczach już widzisz dwa złote lampiony,
Wyczuła już w tobie grube miliony.

Charakterystyczne dla narcyzmu¹⁴ przeniesienie merkantylnych relacji ze świata ekonomii na świat stosunków międzyludzkich ma w utworze poważne skutki. Narcyzm jest tu ufundowany nie tyle na osiągnięciach rzeczywistych lub micie założycielskim, ile na postawie emocjonalnej — na egzystencjalnym poczuciu samoumiłowania, które ma być źródłem uwielbienia ze strony kobiety. „Naturalność relacji zastępuje chłodna, wyważona kalkulacja, model myślenia typowy dla konsumpcyjnej logiki transakcji kupna-sprzedaży” (Szpunar 2016: 93). Porządek skopiczny jest w takich interakcjach z góry ustalony, ponieważ społeczne funkcjonowanie usieciowionego Narcyza to efekt świadomego przeprowadzonego procesu projektowania tożsamości, skrupulatnego definiowania możliwych uwielbień. Skoro mamy tu do czynienia z tożsamością egzotycznej gwiazdy, patrzeć ma tylko jeden kierunek, a kultem obejmowany jest tylko podmiot liryczny — obiekt westchnień i pełnego fascynacji rozpoznania ze strony wyposażonej w przedziwny aparat poznawczy bohaterki, która ponadludzką wartość Narcyza wyczuwa na odległość. Centrum uwagi decyduje zatem o tym, kto będzie mógł obracać się w jego blasku — tylko kochanka obdarzona umiejętnością monetodetekcji.

¹⁴ Jak pisze Szpunar:

Analogicznie jak polujemy na wyprzedza, polujemy na partnerów, którzy odpowiadają wartościom cenionym na rynku. Doskonałą egzemplifikacją urzeczowienia relacji małżeńskich jest dyskurs, w którym to, w odniesieniu do tej relacji mówi się o „zespołe małżeńskim”. Fromm uznaje, że takie deskrypcje niewiele się różnią od opisów sprawnie funkcjonującego zespołu pracowniczego. W ten sposób prowadzona narracja odczarowuje relację intymną, sprawiając, że staje się ona kolejnym projektem, zadaniem do wykonania. Związek budowany w oparciu o „myślenie zespołowe” staje się swoją własną karykaturą. Sprowadza ludzi do wystylizowanej, konwencjonalnej uprzejmości czynionej wobec innych. Nie stanowi jednak w żadnej mierze formy głęboko emocjonalnego, ale i poznawczego zaangażowania. (Szpunar 2016: 92)

Oprócz radykalnego, charakterystycznego dla teledysku muzyki popularnej uprzedmiotowienia postaci kobiecych (w tym utworze związanego z pojęciem *gold diggers*), mamy tu do czynienia kilkoma innymi zagadnieniami. Jednym z nich jest silny kontrast między dostępną, krępującą polskością a niedostępną, bogatą zagranicą (krajną niemieckich aut, koszulek Lacoste, tancerek w pianie oraz banknotów o osobliwym formacie). Zestawienie to bazuje na stereotypowym lęku-podziwieniu: rozdźwięk między minifortunami Polaków, których stać na maluchy (to właśnie fiaty 126p doświadczają ablucji w autoerotycznej myjni) a ideałem zamożnego Araba — w którego wciela się podmiot liryczny, stając się obiektem walutowych westchnień — udaje się pogodzić według tej samej reguły, co zwykle: radykalnej niekoherencji semantycznej, która nie promuje treści, lecz kontakt.

Ten sam porządek wizualny odnajdziemy w utworach arcy-Narcyza polonijnego disco polo, czyli Marcusa P. *Kici kici miał, będę Ciebie brał, będę chciał, będę miał cały koci szal*¹⁵ to realizacja kolekcjonerskiego pragnienia o posiadaniu i zarządzaniu istnym ogrodem feminologicznym, w którym piosenkarz w płaszczu z lamparciej skóry na poziomie literackim deklaruje zainteresowanie jednostkowym okazem gatunku kobiety-kota, a w warstwie wizualnej poddaje się zalotom całego zastępu. Aktywuje tym samym „ludyczny” mechanizm, w którym miłość to gra, a on sam, Narcyz to król zabawy, myśliwy polujący na partnerki, czyli „swoje trofea, dodające (...) blasku” (Szpunar 2016: 94). Miłość jest więc tylko budulcem tożsamości własnej — szczęście zapewnia o tyle, o ile umacnia przekonanie podmiotu o własnej wartości.

Podobne motywy funkcjonują w innym utworze Marcusa P. — *Hula Ula*¹⁶: „To właśnie lubię, totalnie rozum gubię, blondi, czarnula, a potem hula ula, yeah! (...) Nie pytaj, po prostu bierz. Gdy całujesz, ugryź jak zwierz, kiedy tulisz, nie mówię nie”. „Niech się dzieje to, co ma być, ja chcę wszystko albo nic, one, two, three!” to przecież definicja polskiego ducha, któremu cierpliwości wystarcza na odliczanie do trzech. Wizja wyczerpania i melancholii sygnalizowana przez wyraz „nie”, nie mieści się jednak w formacie utworu. Jednolitość i jednotorowość reguł rządzących losem Narcyza jest uderzająca: „Takie są zasady, nie ma na to rady, takie założenie: podniecenie!”. Radykalny deficyt znaczeń, który wyziera spod narcystycznego powabu, jest nieuświadomionym powodem ekspresji samej w sobie. Akt twórczy staje się rozpaczliwą próbą zagospodarowania niewyczerpywalnego optymizmu, który w kontakcie z próżnią nie może znaleźć ujęcia. Wpływa to zresztą na estetykę teledysków i warstwę literackiej: obie charakteryzuje najczęściej poetyka nadmiaru.

Najciekawszych przykładów dostarcza bogata twórczość tercetu MIG. W utworze *Miód-Malina*¹⁷ estetyka nadmiaru przybiera formę karnawalistyczno-groteskową. Podmiot liryczny z charakterystyczną, zaklamującą obraz prostotą oznajmia: „I nie ma drugiej takiej, co ciało takie ma”, mimo że tańczy wokół niego osiem kobiet, których biologiczna tożsamość zostaje poszatkowana w kadrach przedstawiających zbliżenia na fragmenty ciał. Ilościowa i estetyczna obfitość jest znów sposobem kompensowania pewnej niepewności. Ci sami artyści, którzy w latach dziewięćdziesiątych definiowali estetykę wczesnego disco

¹⁵ Markus P, *Kici Kici Miał (Official Video)*, opublikowany 10 lutego 2016 w kanale „Markus P”, ponad 38 milionów wyświetleń.

¹⁶ Markus P, *Hula Ula (Official Video)*, opublikowany 20 sierpnia 2015 w kanale „Markus P”, ponad 27 milionów wyświetleń.

¹⁷ MIG, *Miód Malina (Official Video)*, opublikowany 27 czerwca 2013 w kanale „MIG Official”, ponad 57 milionów wyświetleń.

polo (dalece mniej narcystycznej „muzyki chodnikowej”, której świetnym przykładem jest nagranie przedstawiane w zbiorach portalu Youtube jako „Najbardziej polewkowy polski teledysk”), w nagraniu z 2013 roku uszczelniają narcystyczną tożsamość za pomocą alter-ego z krzywego zwierciadła. Postać karla pełni funkcję kontekstu estetycznego, który na zasadzie kontrastu wzmacnia (i bez tego nad wyraz silny) sygnał narcystyczny budowany w rozerotyzowanej warstwie wizualnej: jestem ładny, bo ładniejszy od Innego. Przykładów multiplikacji tożsamości nie brakuje — podmiot liryczny zdaje się mieć kilka wcieleń w utworze grupy Milano — *Lampa Alladyna* (2018)¹⁸. Wokalista jest tu księciem-szejkiem w dziesiątkach strojów. Otacza go konwencjonalny ornament — świta tańczących piękności. Inni mężczyźni pojawiają się jako eksternalizacja męskiego uroku głównego bohatera.

Jedno wcielenie to za mało dla discopolowego narcyza. Wyrażając zachwyt, Narcyz nieodmiennie zachwyca się sobą. Doceniając Innego, szuka podglebia dla własnych niedomagań, potrzeb i pytań egzystencjalnych. Nie istnieje dla niego ani czysty altruizm, ani tożsamości niefanowskie. Podmiot oznajmia: Jeśli kochać, to tylko tych, którzy kochają mnie samego. Istnieje bowiem tylko ten, kto kocha Narcyza. Przykładem może być *Nie ma mocnych na Mariolę*¹⁹ MIG-u. Tekst to apoteoza — jakżeby inaczej — kobiecego piękna zrealizowana w formie mikronarracji o czasie przeszłym. Pochwała uroku bohaterki stanowi tu jednak zaledwie podbudowę dla umocowania narcystycznego „ja”:

Ona ma to coś, czego nie ma nikt
i nie jeden typ chciałby przy niej być.
Jej kobiecy wdzięk, ten seksowny styl
mówi o niej dziś.
Nie ma mocnych na Mariolę,
którą całowałem w szkole.²⁰

W *Dziewczyźnie z sąsiedniej ulicy*²¹ podmiot liryczny (którego tożsamość rozparcelowano w teledysku pomiędzy wizerunki trzech muzyków) korzysta z osobliwego narzędzia: obiekty swojego erotycznego zainteresowania obserwuje na holograficznym ekranie. Niezdolny pokochać żadnej z adoratorek, zyskuje natychmiastowe zaspokojenie, „scrollując” ich losy jak użytkownik Facebooka²².

¹⁸ Milano, *Lampa Alladyna* (Official Video 2018) NOWOŚĆ!!!, opublikowany 25 grudnia 2017 w kanale „Disco Polo Lajf”, ponad 2 miliony wyświetleń.

¹⁹ MIG, *Nie ma mocnych na Mariolę* (Official Video), opublikowany 4 marca 2014 w kanale „MIG Official”, ponad 47 milionów wyświetleń.

²⁰ Z kolei w utworze *Tak byś chciała mała* (opublikowanym 16 października 2013 w kanale „MIG Official”) narcystyczny erotyzm wyrażony jest w charakterystycznej, ludycznej formie: „Tak byś chciała dotykać mego ciała, w moim łóżku podrapać mnie po brzuszku, wypróbować pozycje dobrze znane, a nad ranem powtórzyć przed śniadaniem”.

²¹ MIG, *Dziewczyzna z sąsiedniej ulicy* (Official Video), opublikowany 9 maja 2013 w kanale „MIG Official”, ponad 23 miliony wyświetleń.

²² Do losów gwiazdy funkcjonującej w mediach społecznościowych odnosi się utwór zespołu Top Girls. *Kochaj nieprzytomnie, w końcu zawałczyysz o mnie* (Kochaj nieprzytomnie (Official Video) NOWOŚĆ LATO 2017!!!, opublikowany w kanale „Disco Polo Lajf” 14 lipca 2017, ponad 5 milionów wyświetleń) to wyraz discopolowej *girl power*. W warstwie wizualnej narracja dotyczy stosunków ze słuchaczem-widzem. Relacja online, którą piosenkarki prowadzą podczas swoich odwiedzin w Gdańsku i Sopocie, ma charakter negocjacyjnej

Disco polo jest też poligonem dla narodowościowo-tożsamościowych konfrontacji. Scenariuszy jest mnóstwo: „bogaty Arab kupuje miłość biednej Polki” (Łobuzy — *Ona czuje we mnie piniądz*), „Ameryka to ziemia obiecana” (Markus P. — *Hula Ula*), „niemieckie auto to symbol statusu” (Faster — *Audi w LPG*), „strój ludowy to wizualna alternatywa dla bikini” (Mig — *Miód Malina*), „ładnie jest tylko na Riwierze” (Mig — *Wymarzona*). Szczególny gest — reprezentatywny dla takich zestawień — pojawia się w teledysku Rompeya (*Passerati* — *Passat w TDI*) poświęconemu zawilym relacjom narodowego kompleksu i motoryzacji:

Niemiec płakał, jak sprzedawał!
 Idzie przez miasto wymalowania niunia
 i myśli, że jest seksi i blyszczy jak gwiazdunia,
 lecz nie wie, że to ja od dziś tu rządę całym światem,
 bo wbijam na miasto passatem.

Każdy dobry chłopak z polskiej wsi,
 wozi się passatem w TDI,
 każda fajna niunia dobrze wie,
 że w passacie dobrze bawi się.

Wbijamy na imprezę, silnik robi kle kle,
 kobity czują piniądz, mówią o mnie w mieście,
 kupilem go, bo Miras przywiózł go z Niemiec
 i każda niunia chce w nim siedzieć.²³

Przeciwstawienie tożsamości chłopskiej (konstytutywnej dla zrozumienia polskiej kultury w XXI wieku) kluczowemu wytworowi społeczeństwa przemysłowego (jakim bez wątpienia jest samochód) sygnalizuje kierunek zainteresowań całego gatunku, który lokalność miesza z lżekosmopolityzmem²⁴. Spektakularne rozstanie z szaroburym, ustawionym na

wymiany i wpisuje się w wymogi współczesnej kultury uczestnictwa — artysta wchodzi w reakcje z odbiorcą, który w dużej mierze definiuje swoje potrzeby w sposób deklaratywno-roszczeniowy. „Jak chcecie mnie zobaczyć, to któraś z Was musi się wykąpać w morzu”, pisze użytkownik YouTube’a, podpisujący się jako Przystojniaczek. Ostatnie ujęcie ujawnia jego tożsamość — archetypiczny otły samotnik-erotoman w objada się przed komputerem, oczekując potem.

²³ Rompey, *Passerati* — *Passat w TDI (Official Video) NOWOŚĆ DISCO POLO 2016*, opublikowany w kanale „Rompey Oficjalny” 3 marca 2016, ponad 14 milionów wyświetleń. Podobny motyw odnajdziemy w utworze zespołu Faster — *Audi w LPG (el pe dżi)* (opublikowany 4 listopada 2016 w kanale „Lemon Records”, ponad 35 milionów wyświetleń. Refren („Jadę audi w el pe dzi, jestem królem każdej wsi, wsiadaj niunia, zamknij drzwi, dam banana ci”) to nie tylko wyraz nowej laski, którą polski gospodarz rolny wyposażony w dopłaty z Unii Europejskiej obdarza młode dziewczęta, ale również odnowienie narracji o panu na włościach, o dziedzicu, który sam sobie królem i któremu sam król nie straszny. Tożsamość bohatera zostaje uwypuklona w ubiorze (oprócz królewskiej szaty i insygniów jest też jednak kmiecy wyraz samozadowolenia); prowadzi go jednak do upadku. Poczucie wyższości kończy się dłań tak samo źle jak dla większości monarchów — chłop-król zbiera łomot od miastowych.

²⁴ W utworze *Pupy* zespołu Łobuzy (opublikowanym 15 marca 2016 w kanale „Łobuzy TV”, ponad 12 milionów wyświetleń) legitymizacja peryferyjnej podmiotowości odbywa się w przedziwnym zespoleniu tego,

środku wiejskiej posesji polonezem caro jest jednocześnie rozstaniem z mitem Polski zaściankowej. Detonując ładunek, piosenkarz podpala stelaż narodowej wyobraźni i wyraźnie odcina się od tradycji na rzecz nowoczesnych ambicji świata cyfrowego. „Bo kiedyś poloneza tańczyło pół świata. Więc dziś zatańczymy passata. Uno, dos, tres!”. Choć — jak wiemy od początku, utwór ma charakter humorystyczny — realizacja motywu wyższości Innego nad polskością wydaje się tu szczególnie istotna²⁵.

Jako neo-gatunek teledysk disco polo ilustruje rozwój fantazmatu patriotyczno-narodowego. Sam rozkwit narcyzmu w polskiej kulturze popularnej to między innymi rezultat upadku wiary w szybkie dogonienie Zachodu. Marzenie o gwałtownym i gruntownym postępie, o wzroście płac („Kiedy będziemy zarabiać tyle, co w krajach starej Unii?”), o społeczeństwie opiekuńczym w konserwatywnym wydaniu, a także o istotnej roli Polski w kształtowaniu Nowej Europy to projekt wielopokoleniowy, którego realizacja wymaga cierpliwości i konsekwencji. Tymczasem polski Narcyz o cierpliwości nigdy nie słyszał: potrzebuje natychmiastowego zaspokojenia, które będzie proporcjonalne nie do rzeczywistych zasobów, ale do wolumenu jego wyobrażeń. Marzymy o wielkości, pragniemy całościowego zaspokojenia — a nie kompromisu w postaci narracji o średnio zamożnym narodzie, którego funkcjonowanie opiera się na niespełnionych aspiracjach. Reguły te determinują sposób przedstawienia postaci w kulturze popularnej; tożsamość projektowana w utworach disco polo wynika więc zarówno z uwarunkowanego historycznie kompleksu niższości, jak i z ufundowanego na hiperkapitalistycznych podstawach szalonego pragnienia sukcesu i spektaklu. W disco polo nadawca implikowany wychodzi od marzenia, by Polska wstała z kolan, i realizuje je na poziomie spektakularnego fantazmatu²⁶. Bohater narcystyczny intronizuje się więc na króla społecznej wyobraźni w rudymenarnej umowie: w zamian za umiłowanie jednostkowego wizerunku, przedstawia świat obfitości, w którym niedostatki tożsamości zbiorowej zostały zasypane — albo raczej usunięte na dalszy plan²⁷.

co lokalne, z tym, co uniwersalne: „Od Chicago aż po Radom, od San Francisco po Białystok, od Maroka do Sanoka, w Hollywoodzie czy Ostródzie nie ma rady na poślady”. Niemoc w konfrontacji z cielesnością, bezradność wobec własnych popędów nie jest — co symptomatyczne — przeszkodą dla pielęgnowania narcystycznej tożsamości: od Narcyza nie wymaga się samokontroli, lecz samouwielbienia; poddanie się pożądaniu to sposób na konsumpcję owoców własnej doskonałości, pielęgnowanej tak w obliczu (łańcuch i dres), jak w szowinistycznym leksykonie („Jest taka szynka, której nie kupisz na wagę”, „to są najważniejsze mięśnie, chcesz jak Reksio szarpać je”).

²⁵ W innym utworze tego samego artysty (Rompey & Marioo *Uderzamy w tan (gościnnie Letni Chamski Podryw)*, opublikowany 7 lutego 2018 w kanale „Rompey Oficjalny”, ponad milion wyświetleń) w warstwie wizualnej narcyzm zestawiony jest z opowieścią o karze, jaka spotyka dwóch niedojrzałych mężczyzn ze strony mściwej *femme fatale*.

²⁶ Czasem zagospodarowanie niedoborów to jednak za mało. Tak jak disco polo — szczególnie na poziomie wizualnym — jest gatunkiem w dużej mierze odpartym na nadmiarze, tak Narcyza nie zaspokajają stosunki oparte na zasadach równości. Bohater discopolowo-patriotyczny został bowiem naznaczony mitem kolonialnym. Bardzo otwarcie odnosi się do niego teledysk zespołu Akcent *Czekam na Ciebie* (opublikowany 10 marca 2017 w kanale „AKCENT — Oficjalny”, ponad 15 milionów wyświetleń).

²⁷ Ciekawy kontekst dla analizy polskiego narcyzmu znajdziemy u Lascha:

Po politycznych niepokojach lat sześćdziesiątych Amerykanie wrócili do czysto osobistych trosk dnia codziennego. Ludzie, nie mając nadziei na poprawę jakości życia, przekonali się, że tym co ma znaczenie, jest samodoskonalenie: pozostawanie w kontakcie ze swoimi uczuciami, jedzenie zdrowej żywności, pobieranie lekcji

Bibliografia

- Aboujaoude Elias (2012), *Wirtualna osobowość naszych czasów: mroczna strona e-osobowości*, przeł. R. Andruszko, Wydawnictwo UJ, Krajów.
- Benjamin Walter (1996), *Narrator. Rozważania o twórczości Mikołaja Leskova*, przeł. K. Krzemieniowa [w:] *Anioł historii*, Wydawnictwa Poznańskie, Poznań.
- Bielik-Robson Agata (2006), *Straceni inaczej. Dziejni trzydziestoletni i ich kłopoty z samookreśleniem* [w:] *Wojna pokoleń*, red. P. Nowak, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Britton Ronald (2003), *Sex, Death and the Superego: Experiences in Psychoanalysis*, Karnac Books, London.
- Czapliński Przemysław (2013), *Horror polonicus* [w:] *Kim są Polacy*, Agora, Warszawa.
- Debord Guy (1998), *Spółczesność spektaklu*, przeł. A. Ptaszkowska, słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Dziuban Agata (2013), *Gry z tożsamością: Tatuowanie ciała w indywidualizującym się społeczeństwie polskim*, Toruń 2013.
- Goffman Erving (2008), *Człowiek w teatrze życia codziennego*, przeł. H. Datner-Śpiewak i P. Śpiewak, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa.
- Janion Maria (2007), *Niesamowita Słowiańszczyzna: fantazmaty literatury*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Kernberg Otto (1975), *Borderline Conditions and Pathological Narcissism*, Jason Aronson, New York.
- Krajewski Marek (2005), *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Lasch Christopher (2015), *Kultura narcyzmu*, przeł. G. Ptaszek, A. Skrzypek, Wydawnictwo Akademickie SEDNO, Warszawa 2015.
- Lisak-Gębała Dobrawa (2016), *Wizualne odskocznice*, Universitas, Kraków.
- Lyotard Jean-François (1997), *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*, przeł. M. Kowalska, J. Migasiński, Fundacja „Aletheia”, Warszawa.
- Markiewicz Miłosz (2016), *Pomiędzy tożsamością a obrazem*, Uniwersytet Śląski, Katowice.
- Charewicz Karolina (2015), *Performatyka obrazu. Kulturoznawcze transformacje wobec zwrótu performatywno-obrazowego* [w:] *Więcej niż obraz*, red. E. Wilk, A. Nacher, M. Zdrodowska, E. Twardoch i M. Gulik, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk.
- Maryl Maciej (2016), *Teksty — kultury — uczestnictwa* [w:] *Teksty kultury uczestnictwa*, red. A. Dąbrówka, M. Maryl, I. Wójtowicz, IBL PAN, Warszawa.
- Maliszewski Krzysztof (2012), *Lekcje niepokoju. Szkice o pedagogice (z) lęku*, „Kultura Współczesna”, 4, s. 44–58.
- Modell A.H. (1985), *A Narcissistic Defense Against Affects and the Illusion of Self-sufficiency* [w:] *Essential Papers on Narcissism*, ed. A.P. Morrison, New York UP, New York.

baletu lub tańca brzucha, zagłębianie się w mądrości Wschodu, jogging oraz uczenie się, jak to powiązać z pokonaniem „strachu przyjemności”. (...) Życie chwilą staje się tendencją dominującą — żyć dla siebie, a nie dla swoich przodków czy potomków. (Lasch 2015: 31)

Tak ufundowany „selfizm” ma przede wszystkim funkcję terapeutyczną — pozwala zająć stabilne stanowisko w obliczu „kultury wyczerpania”, która w społeczeństwie polskim zainstalowała się „po upadku człowieka publicznego” (Sennett) jako trzeci komponent — po kulturze chłopskiej i kulturze kapitalistycznego naśladownictwa.

-
- Ostaszewska Aneta (2011), *Kto jest bobaterem w dobie kultury naryczmu?* [w:] *Naryczm: jednostka — społeczeństwo — kultura*, red. J. Sieradzan, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Pospizyl Kazimierz (1995), *Naryczm: drogi i bezdroża miłości własnej*, WSiP, Warszawa.
- Ptaszek Grzegorz (2015), *Kapitalizm jako źródło kulturowego naryczmu w epoce późnej nowoczesności. Wprowadzenie do Kultury naryczmu Christophera Lascha* [w:] Ch. Lasch, *Kultura naryczmu*, przeł. G. Ptaszek, A. Skrzypek, Wydawnictwo Akademickie SEDNO, Warszawa.
- Pyzik Agata (2018), *Biedni, ale sexy*, przeł. M. Wojtyna, Wydawnictwo w podwórku, Gdańsk 2018.
- Sennett Richard (2009), *Upadek człowieka publicznego*, przeł. H. Jankowska, Muza, Warszawa 2009.
- Sloterdijk Peter, Nowicki Maciej (2008), *Czy Polacy odnajdują szczęście?* [w:] *Idee z pierwszej ręki: antologia najważniejszych tekstów „Europy” — sobotniego dodatku do „Dziennika”*, red. C. Michalski i M. Nowicki, Axel Springer, Warszawa.
- Stasiuk Andrzej (2010), *Dziennik pisany później*, Czarne, Wołowiec.
- Szpunar Magdalena (2016), *Kultura cyfrowego naryczmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków.
- Symington Neville (2013), *Naryczm: nowa teoria*, przeł. M. Lipińska, Wydawnictwo Imago, Gdańsk.
- Taylor Mark C., Saarinen Esa (1994), *Imagologies: Media Philosophy*, MIT Press, New York.
- Williams Linda (2010), *Hard core. Władza, przyjemność i „gorączka midzjalnego”*, przeł. J. Burzyńska, I. Hansz, M. Wojtyna, słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Zunshine Lisa (2006), *Why We Read Fiction: Theory of Mind and the Novel*, Ohio State UP, Columbus.
-