

JAKUB ŁOBOCKI

(UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI)

OBCIACH JAKO KATEGORIA POPKULTURY

SŁÓWKO OBCIACH

Polskie słowo *obciach* wywodzi się z grypsery więziennej¹, w której oznaczało przyłapanie kogoś na gorącym uczynku, wpadkę. Krótką historię upowszechnienia tego pojęcia w Polsce podaje Mirosław Pęczak:

Na początku lat siedemdziesiątych subkultura gitowców przeniosła zwyczaj grypsery z więzień i zakładów poprawczych poza ich bramy i *obciach* zaczął wchodzić do standardowej mowy młodzieżowej, przy czym pierwotne znaczenie ulegało systematycznej modyfikacji. Słowo oderwane od swojego pierwotnego grypserkiego kontekstu i używane przez inne środowiska zyskało zrazu gombrowiczowski sens przyłapania kogoś na czymś wstydliwym, niestosownym, by wreszcie zafunkcjonować jako synonim czegoś nieadekwatnego w stosunku do kultywowanego przez grupy wzorotwórcze gustu. Jak widać, na początku była obawa złodzieja przed wpadką, na końcu zaś jest lęk przed wykluczeniem z dobrego towarzystwa².

Słowo *obciach* jest popkulturowym synonimem *savoir-vivre* 'owego pojęcia gafy – niewłaściwego zachowania się w towarzystwie, stanowiącego naruszenie zasad obowiązującej w nim etyki³ (czy raczej etykiety). Francuskie *faux pas*,

¹ *Słownik tajemnych gwar przestępczych* (K. Stępnia, Londyn 1993) dla hasła *obciach* podaje: „wykrycie czegoś, zauważenie złodzieja, popełnienie kradzieży, niebezpieczeństwo, sytuacja niesprzyjająca kradzieży, ujęcie, aresztowanie przestępcy”.

² M. Pęczak, *Obciach uwznioślony*, [1] „Polityka”, nr 8 (2693), z dn. 2009-02-21, [2] [Online]. Protokół dostępu: <http://www.polityka.pl/kultura/282872,1,meandry-popkultury.read> [21 marca 2011].

³ *Słownik wyrazów obcych*, red. I. Kamińska-Szmaj, Wrocław 2001.

znaczące dosłownie fałszywy krok, idiomatycznie oznacza: błąd, nietakt, stanowiący pogwałcenie niepisanych reguł danej społeczności, przekroczenie norm kulturowych⁴.

Słowo obciach posiada liczne zamienniki, między innymi: wiocha, siara, wtopa, wsypa, wysiadka, obsuwa, chała, lipa, kicha, kaszana, kiła, kwas, obora, porażka (lub poracha), żal (powiedzenie „ale żal” zastępuje dziś dawne „żałosne”), przypał, poruta (pierwotnie określenie gwarowe), (ale) beka, miazga, kapota, kaplica, (ale) mexyk oraz słowo, które nie tak dawno temu zrobiło zawrotną karierę: masakra. Trudno określić dokładnie, kiedy słowa te weszły do użycia oraz kiedy (jeśli już) z niego wyszły. Słowa wstyd, klęska, plama, fiasko, afera, skandal, wpadka, kompromitacja, hańba uznaje się raczej za przestarzałe. Niektóre stare określenia, takie jak żenada (w świeższej wersji: żenua) oraz blamaż, powracają do użycia. Na potrzeby artykułu będziemy używali słowa obciach, gdyż wydaje się, że spośród wszystkich wymienionych zadomowiło się ono w naszym języku na stałe⁵.

CZYM JEST OBCIACH?

Mówiąc o słowie obciach, zarysowałem już pobieżnie, czym on jest. Spróbujmy go jakoś uszeregować. Obciach jest terminem wieloznacznym, nazywającym zarazem sytuację, zachowanie, przeżycie i cechę przedmiotu. 1) Sytuacja obciachowa to taka, w której obciach się wydarza, wychodzi na wierzch, zostaje dostrzeżony przez świadków, nazwany, wytknięty, wyśmiany. Sytuacja ta może być przygotowana, może być efektem zbiegu okoliczności bądź niestosownego zachowania. 2) Obciachowe zachowanie to przekroczenie społecznego bądź grupowego *tabu*. Rażące niedopasowanie do standardów aktualnie przyjętych przez grupę. 3) Przeżycie obciachu jest przeżyciem lęku przed obciachem oraz przeżywaniem wstydu towarzyszącego narobieniu sobie obciachu. 4) Obciachowe przedmioty to takie, które same w sobie, z powodu stereotypów kulturowych, zostały obciążone etykietą obciachowych.

Zgodnie z innym podziałem wyróżniamy: obciach społeczny/szeroki oraz grupowy/lokalny. Pewne przedmioty, zachowania, w tym poglądy, są obciachowe w odniesieniu do panującej szeroko kultury (systemu, polityki, rynku), inne są zrelatywizowane grupowo (subkulturowo). Z tego powodu pewne grupy

⁴ [Online]. Protokół dostępu: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Gafa> [21 marca 2011].

⁵ [Online]. Protokół dostępu: <http://www.wiocha.pl/>; <http://nonsensopedia.wikia.com/wiki/Siara>; <http://www.foto-wtopa.pl/>; <http://www.univ.gda.pl/slang/hasla/o/obsuwa.html>; <http://www.miejski.pl/slowo-Chała>; <http://www.ale-lipa.pl/>; <http://www.miejski.pl/slowo-Kicha>; <http://www.miejski.pl/slowo-kaszana>; <http://www.poracha.org/>; <http://zal.pl/>; <http://nonsensopedia.wikia.com/wiki/żal>; <http://nonsensopedia.wikia.com/wiki/Przypał>; <http://www.miejski.pl/slowo-Poruta>; <http://www.beka.pl/>; <http://www.miejski.pl/slowo-Miazga>; <http://www.miejski.pl/slowo-Ale+mexyk>; <http://www.miejski.pl/tag-masakra>; <http://www.miejski.pl/slowo-Żenua> [21 marca 2011].

mogą uważać za interesujące to, co większość społeczeństwa (tzw. masy) uważa za obciachowe. Z tego też powodu istnieją przedmioty, zachowania (niepoprawne politycznie), które przestały być tolerowane przez większą lub dominującą część społeczeństwa. Jeśli pomimo restrykcji takie zachowania/przedmioty nadal są własnością jakichś grup, a tym bardziej jeśli grupy te świadomie nie chcą wyzbyć się tej zaszłości, urządzana jest na nie powszechna i odgórna nagonka. Przykładem takiego politycznie niepoprawnego obciachu jest dziś bycie homofobem czy szowinistą. Jeśli obciach społeczny jest narzucany przez system, to obciach wewnątrz grupy funkcjonuje dzięki hierarchizacji tej grupy, a także dzięki jej opozycyjności wobec oficjalnego systemu społecznego (władzy), jak i grup antagonistycznych.

Mówiąc najogólniej, obciach jest kategorią opozycyjną do kategorii mody. Jest jej opozycją ekstremalną, ostrą. Między tym, co modne a obciachem znajduje się „sfera pomiędzy”: to, co jeszcze jest modne, czyli zwyczajne, to, co właśnie wychodzi z mody, oraz to, co klasyczne. Niemodne nie musi stać się od razu obciachowe. Obciachowe znaczy jednak zawsze niemodne. Obciach nie jest tożsamy z niemodnym w tym sensie, że nie dotyczy jedynie tego, co już wyszło z mody, co trąci myszką. Obciach równie dobrze może dotyczyć nowości, a nawet rzeczy, które przez pewien czas zyskują szeroki poklask. Obciach dotyczy tego, co jest nieakceptowane lub nieakceptowalne przez grupę, do której należymy z konieczności (społeczeństwo, społeczność lokalna) albo przez grupy, na sojuszu z którymi nam zależy (np. naukowcy). Jednak obciach nie jest jedynie wynikiem różnicy gustu, tożsamości opozycyjnych grup. Przewrotność i kapryśność obciachu powoduje (nawet wewnątrzgrupowo), że to, co wczoraj było popularne, dziś staje się wstydlive, to, czym wczoraj się chwaliiliśmy, dziś jest powodem do wysuwania wobec nas zarzutów. Jeśli moda jest mechanizmem napędzającym zmiany (czy też – jeśli ktoś woli – symptomem tych zmian), parciem postępu, obciach jest czymś, co zostaje po przemianach, widocznym zastojem, wstecznictwem, niedorozwojem, nieudaniem, udawaniem postępu, buractwem⁶. Dla miastowych obciach będzie wieśniactwem.

Zarówno obciach, jak i gafa, która została weń wchłonięta, przez co stała się jedynie szczególnym przypadkiem obciachu, odnoszą się do rodzaju zachowań w sferze publicznej, których należy unikać, wystrzegać się, lękać się samej możliwości ich popełnienia, a zarazem nieustannie dbać o to, aby ich nie popełnić. Narobienie sobie obciachu wiąże się nie tylko z konsternacją, zażenowaniem czy zgorzeniem towarzystwa, jak w przypadku gafy, ale nade wszystko z narażeniem się na kpiny, wyśmianie, wytykanie palcami – czyli z uszczerbkiem na naszej publicznej tożsamości, a ostatecznie z wykluczeniem z grupy odniesienia (np. załamaniem kariery).

⁶ [Online]. Protokół dostępu: <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=3028658> [21 marca 2011]. Zob. także: [Online]. Protokół dostępu: <http://antyburactwo.blog.onet.pl/Buractwo,2,ID379952648,n> [21 marca 2011].

Nowoczesne społeczeństwo, oprócz wytykania palcami, dysponuje innowacyjnymi sposobami napiętnowania obciachu i kpienia z niego: rejestracją (np. wideo zrobione telefonem komórkowym) oraz publikacją (już nie w cenzurowanych mediach, ale w dostępnej wszystkim sieci internetowej, na serwisach społecznościowych typu YouTube i na specjalnie stworzonych w tym celu serwisach plotkarskich, takich jak pudelek.pl⁷). Nagłośnienie obciachu dokonanego przez „osoby publiczne” może wywołać skandal, najczęściej jednak ma na celu pomniejszenie wartości („świętości”) celebrytów. Choć celebryci są pod tym względem szczególnie napiętnowani⁸ (przeciętni ludzie zawsze podkreślali potknięcia sławnych osobistości), na ujawnienie i napiętnowanie obciachu narażeni są wszyscy bez wyjątku.

JAK SIĘ PRZED TYM USTRZEC?

W przypadku *sovoir-vivre*’u ustrzec przed gafą miała znajomość dobrych manier. Aby nie robić obciachu, należy przede wszystkim orientować się w tym, co nim jest. Ponieważ obciach jest zrelatywizowany (pop)kulturowo, śledzenie go wymaga aktywnego uczestnictwa w kulturze pop; trzeba być z nią na bieżąco, starać się za nią nadażać, jednak nie w sensie pozytywnym (wiedzy o tym, jak być powinno), ale negatywnym (orientowania się w tym, co jest nieakceptowane). Wystrzeganie się obciachu wymaga, by być na bieżąco z tym, co niemodne. Wiedzieć, co nie jest modne, bez znajomości aktualnych trendów, to tak, jakby znać zakazy i obowiązki, ale nie znać swoich praw czy przywilejów. W tym sensie obciach jest negatywnym pojęciem z dziedziny trendów współczesności, z dziedziny mody. O ile jednak kreatorzy mody raczej pozytywnie określają to, co modne, wprowadzając nowości i dając przy tym do zrozumienia, że nowe rozwiązania powinny zastąpić rozwiązania poprzednie, to obciach określa to, co jest absolutnie niemodne, wstydlive i niedozwolone. Moda i obciach biorą aktywny udział w negocjowaniu stosunków władzy.

⁷ O ile wspomniane społeczności wideo publikują materiały w oparciu o regulamin, wobec którego można zgłaszać nadużycia, o tyle pojawiają się witryny nieposiadające takiego regulaminu i przekraczające wszelkie zasady prywatności, np. serwis *after party*, publikujący zdjęcia osób nieświadomych własnego stanu. [Online]. Protokół dostępu: <http://www.mp3s.pl/dzienpo/> [21 marca 2011].

⁸ [Online]. Protokół dostępu: <http://obciach-gwiazd.blog.onet.pl/> [21 marca 2011]. Na stronie można zobaczyć zdjęcia gwiazd w następujących kategoriach: bez makijażu, w obciachowych fryzurach i strojach, kopiujące innych, w takich samych ciuchach, operacje plastyczne, zmiany wyglądu, przemiany, głupie miny, nieprzyzwoite, starzejące się, niezadbane, dzięki czemu łatwo dostrzec związki standardów obciachu z kultem ciała.

KTO WYZNACZA, CO JEST OBCIACHEM?

Jak już powiedziałem wcześniej, wyznaczenie tego, co jest obciachem, dokonuje się z dwóch stron: odgórnie – z ramienia panującej władzy/systemu, przy czym będzie to tak lokalna władza polityczna, jak i władza globalnego rynku – oraz oddolnie, wewnątrz różnych, niekoniecznie opozycyjnych względem systemu grup.

Struktura odgórnych rządów sprzyja rozwojowi kapitalistycznego rynku. W interesie ich obu leży niwelowanie podziałów zagrażających stabilności rynku. Aby poradzić sobie z buntownikami, kultura popularna, kontrolowana przez rządzący system, wchłania wszelką kontrkulturę (z łac. *contra* – przeciw) w taki sposób, że czyni z niej podległą sobie subkulturę (z łac. *sub* – pod). Tak oto rodzące się grupy opozycyjne, pluralizm subkultur (nisz kulturowych), podobnie jak multikulturalizm, sprzyjają pluralizmowi i rozrostowi rynku. „Producenci starają się zidentyfikować podziały społeczne, które później znajdują odwzorowanie w ich wyrobach, tak aby zróżnicowanie asortymentu odzwierciedlało różnice w poszczególnych grupach docelowych”⁹. Producenci jednak nie tylko dostosowują się do odbiorców, ale i odbiorcy zaczynają różnić się od siebie w oparciu o różnorodność oferowanych produktów (produkt ma podkreślać naszą osobowość). Tworzy się tu błędne koło wzajemnych uwarunkowań: podziałów społecznych i rynku, którego efektem jest stale poszerzający się rynkowo-konsumpcyjny wszechświat. Z jednej strony różnorodność oferowanych produktów poszerza pole możliwości konsumpcyjnych (każdy znajdzie coś dla siebie), z drugiej nowy rodzaj konsumentów tworzy nowe linie produktów (np. buntownicy wobec systemu przyczynili się do produkcji fabrycznie podartych czy przybrudzonych dżinsów – rynek względnie szybko wchłonął nowy sposób wykorzystania i przetworzenia własnych produktów, poszerzając tym samym swoją ofertę¹⁰). Rynek działa tak, by zapewnić i sprzedać produkty szerokim rzeszom odbiorców (tzw. masom), ale także tak, by (natychmiast) wykorzystać rodzące się grupy opozycyjne i podgrupy jako odbiorców potrzebujących nowych (wzorów) produktów (indywidualizacja na poziomie grupy). Dostarcza się ich w nadmiarze, aby konsumenci mieli wybór (indywidualizacja na poziomie jednostki, dająca poczucie dopasowania produktu do osobowości¹¹). Nowe grupy odbiorców potrzebują nowych, bardziej zindywidualizo-

⁹ A dalej: „Zadaniem reklamy jest nadanie tym różnicom znaczeń, które pozwolą członkom określonych grup społecznych zrozumieć, że to właśnie do nich kierowany jest przekaz; być może uda im się nawet odczytać w produkcie tożsamość i wartości właściwe dla ich grupy”. J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Kraków 2010, s. 7.

¹⁰ *Ibidem*, s. 18-19.

¹¹ Wyższy stopień zindywidualizowania produktu świadczy o wyższym stopniu drabiny społeczno-ekonomicznej konsumenta. Na szczycie piramidy zindywidualizowania produktu znajdują się pojedyncze egzemplarze, zamówione indywidualnie u znanego projektanta. Na niż-

wanych produktów, które wyróżnią grupę i nadadzą jej tożsamość. Związanie grupy z dynamiką mody (zużywanie się produktów i konieczność ich wymiany na nowsze) podtrzymuje trwanie samej grupy. Indywidualizacja na poziomie społecznym odpowiada indywidualizacji rynku. Najpierw trzeba wyrazić potrzebę przynależności do jakiejś grupy, która wpływa na jakość wyborów konsumenckich (różnić się od konsumentów spoza grupy), później występuje konieczność dotrzymania kroku własnej grupie, czyli bycia dobrym konsumentem (dostosowanie do grupy).

Produkty dopasowane do potrzeb grupy rządzą się właściwymi sobie trendami, charakterystyczną dla grupy modą i związaną z nią informacją o obciachu. Obciach jest tu jedynie drugą, ciemną stroną mody. Oba te zjawiska (moda i obciach) z jednej strony nadają dynamikę przemianom zarówno rynkowym (rynek obserwuje potrzeby grup), jak i społecznym (grupy obserwują rynek, szukając czegoś dla siebie)¹², z drugiej strony same pojęcia mody i obciachu ulegają tej dynamice, co wyraża się w płynności ich znaczeń. Stąd lista tego, co jest obciachem, nieustannie starzeje się i dezaktualizuje.

W tym kontekście obciach jako zjawisko jest zawężony do danej (mniej-szej lub większej) grupy, w której funkcjonuje na przypisanych mu zasadach; „przypisanych w grupie”, a nie „przypisanych przez grupę”, ponieważ przyjęcie możliwości, że cała grupa demokratycznie ustala i wyznacza (stałe) standardy, wykluczałoby społeczno-rynkowe kategorie mody i obciachu, a tym samym wracałoby do przedkapitalistycznych społeczno-obyczajowych kategorii tradycji i obcości. Aby można było mówić o modzie, potrzebna jest zhierarchizowana grupa, oparta na powszechnej potrzebie indywidualizmu (wyróżniania się), która składa się z pewnych „przywódców”, pełniących rolę pionierów i propagatorów, a zarazem znaczących innych, czyli wzorów godnych naśladowania (np. gwiazdy/celebryci¹³ czy eksperci). Stąd o ile „istnieje wiele różnych środowisk i odpowiadających im nisz kulturowych, (...) [to] każda potencjalnie dysponuje swoimi własnymi propagatorami mody, stylu życia czy gustu estetycznego. (...) Poczucie obciachu istnieje tylko wtedy, jeśli istnieje owo dobre towarzystwo, wyznaczające miarę atrakcyjności i przyzwolenia, orzekające, co aktualnie jest na topie, a czego należy się wystrzegać”¹⁴. Jednostki i grupy wzorotwórcze

szym poziomie są te wzięte wprost z jego kolekcji, ale już nie wykonane na specjalne zamówienie, później te wykonane w większej ilości egzemplarzy itd.

¹² „Świat żyje w rytmie studiów rynku, które wychwytyują nasze wspólne pragnienia i dostarczają nieustannie produktów o krótkim okresie użyteczności”. D. Jeambar, *Pensée unique*, [w:] *Nowe mitologie*, red. G. Jérôme, tłum. A. Kocot, Kraków 2010, s. 66.

¹³ „Gwiazda z jednej strony odgaduje pewne nieuświadomione oczekiwania, z drugiej zaś – stając się ich ucieleśnieniem – uwypukla je, promuje, i w ten sposób oddziałuje jako szkoła gustu, obyczajów i kultury”. U. Eco, *Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa a teorie kultury masowej*, tłum. P. Salwa, Warszawa 2010, s. 489.

¹⁴ M. Pęczak, op. cit.; U. Eco, op. cit., s. 109.

działają na zasadzie *trendsetterów*¹⁵; są żywą reklamą, lansującą pewne trendy na zasadzie marketingu szeptanego. Moda i obciach zakładają paternalistyczny stosunek członków grupy – ci, którzy „wiedzą”, wyznaczają świadomość reszty grupy, kierują ich gustem, determinują styl życia.

DLACZEGO BOIMY SIĘ OBCIACHU?

Ulegamy lękowi przed obciachem i kompromitacją z powodu pragnienia przynależności do grupy¹⁶, ogólniej zaś z obawy przed śmiercią społeczną. Dominujące potrzeby (czy też ideologie) sukcesu oraz indywidualizmu, pragnienie „bycia sobą”, oparte są na dążeniu do wyróżniania się (różnicy) przy jednoczesnym zachowaniu przynależności do grupy¹⁷ (jedności, tożsamości). Człowiek, budujący swoją społeczną tożsamość poprzez pełnione funkcje i przynależność do grup (zawarte sojusze społeczne), zobligowany jest do przestrzegania zewnętrznych przejawów tej przynależności. Z drugiej strony, choć chce on należeć do zbiorowości, to należąc, chce się wyróżniać. Jeśli pragnie być w grupie, to w samej czołówce, wysoko w hierarchii, na topie. Sukces nie polega na byciu akceptowanym przez grupę, ale na byciu liderem. Pragnie się więc być na topie, być podziwianym, być wzorem dla innych. Aby wzbudzać takie zainteresowanie, należy być *trendy*. Bycie *trendy* zależy od tego, czy uda się odpowiednio zbudować własny wizerunek. Nie oznacza to konieczności samodzielnego kreowania nowych wzorów (trendów), ale potrzebę pozostawania w awangardzie aktualnych trendów (obecnego porządku danej grupy). Być *trendy* znaczy potrafić dokonywać twórczych wariacji na zadany temat¹⁸. To branie udziału w grze „tak samo, ale inaczej”. Kreator nowych trendów buduje swój wizerunek w oparciu o własny autorytet (siłę przebiccia lub sławę) po to, by następnie sprzedać go innym (zyskać naśladowców/klientów). Ktoś, kto chce być *trendy*, stara się nadążyć za kreatorami (wymaga to także inwencji własnej), pragnie promować nowy styl, być może chce go też ulepszyć. Właśnie dlatego, że będąc w awangardzie, łatwo można się pomylić, nie wpasować w trend, może dojść

¹⁵ Współcześnie mogą to być trendy sponsorowane. Zob. P. Latacz (2008). *Zawód: trendsetter – lansuj markę za pieniądze*. [Online]. Protokół dostępu: http://www.wiadomosci24.pl/artukul/zawod_trendsetter_lansuj_marke_za_pieniadze_18083-1-1-d.html [21 marca 2011]. Zob. [Online]. Protokół dostępu: <http://www.trendseter.pl/> [21 marca 2011].

¹⁶ Lęk przed obciachem u osób na wysokich stanowiskach stworzył popyt na *coacherów* – osobistych doradców antyobciachowych. V.H. Chawiczewski (2010). *Obciach jest kultowy*. [Online]. Protokół dostępu: http://tygodnik.onet.pl/30,0,54050,obciach_jest_kultowy,artykul.html [21 marca 2011].

¹⁷ V.J. Fiske, op. cit., s. 3. „Z kultu różnicy wypływa paralizujący strach przed ostracyzmem społecznym. Nawet wykroczenie musi mieć etykietkę: chcemy być inni, a jednocześnie akceptowani przez zbiorowość”. D. Jeambar, op. cit., s. 67.

¹⁸ V.J. Fiske, op. cit., s. 18.

do obciachu. Stąd też obciach jest raczej kategorią należącą do sfery naśladowców podążających za modą oraz naśladowców tych naśladowców niż do sfery kreatorów – to tym ostatnim udaje się przeforsować jako modne coś, co uważane było za obciach.

Mariusz Wesołowski zdefiniował obciach następująco: „Obciach to każda niezamierzenie nieudana, nieświadomie bezwstydną próbą pozostawania w określonym porządku, sprowadzająca się do groteskowego wyjścia poza ten porządek. Wielość porządków powoduje wielość obciachów”¹⁹. Obciach to nieudana próba adaptacji do danego porządku, nieudane naśladownictwo, wynikające z braku właściwej miary, braku wyczucia danego stylu, braku gustu i wyobraźni. Być prawie (a jak wiadomo „prawie” robi wielką różnicę) *trendy* to już właściwie obciach. Takie nieudane naśladownictwo w sztuce nosi nazwę kiczu.

OBCIACH JAKO NIEDOPASOWANIE

Jeśli skandal wzbudza sprzeciw moralny grupy, kicz pobudza sprzeciw dobrego smaku, gafa ujawnia niedopasowanie do okoliczności/obyczajów, a obciach jest wzbudzeniem sprzeciwu w imię niedopasowania do aktualnego stylu/trendu. Ponieważ moda jest nieustannie przeobrażana, wraz z nią zmieniają się standardy obciachu. Być *trendy* to nadążać, iść z duchem czasu, być w awangardzie, ale i iść zgodnie z porządkiem danej grupy czy subkultury (tańczyć, jak nam zagrają), który zmienia się w czasie, podobnie jak zmieniają się same grupy, dzieląc się, przemijając (wymierając śmiercią naturalną, gdy sama przynależność do danej grupy staje się obciachem), przeobrażając się pod wpływem migracji ich członków (beatnik z lat pięćdziesiątych mógł zostać hippisem w latach sześćdziesiątych, jego kolega egzystencjalista stał się strukturalistą, jeszcze później postmodernistą). Moda prze do przodu. Jedyne, co pozostaje niezmiennie, to przymus (choćby tymczasowej) identyfikacji z jakąś grupą/warstwą/klasą/subkulturą/szkołą/prądem/nurtem oraz manifestacji tej przynależności poprzez rzeczy (zewnętrzne wyznaczniki statusu). Przymus ten niesie jednak ze sobą możliwość błędu, niedopasowania środków do celu, co stanowi źródło obciachu.

A) NIEDOPASOWANIE DO TRENDÓW

Najszerzej rozumiany obciach jest pozostawianiem w sferze tego, co niemodne. Będzie nim na przykład powielanie motywu, który się już zużył (chyba że to świadomy pastisz), a także noszenie tanich, nieudolnie podrobionych wersji rzeczy na topie²⁰ (swego czasu były to np. buty „Abibas”, imitujące buty

¹⁹ M. Pęczak, op. cit.

²⁰ V.J. Bojańczyk (2008). *Kopia odrobiny luksusu*. [Online]. Protokół dostępu: http://www.rp.pl/artykul/9151,166768_Kopia_odrobiny_luksusu.html [21 marca 2011].

„Adidas”). W filozofii takim niedopasowaniem byłyby dziś próby budowania utopii czy też wracanie do scholastycznego podziału człowieka na ciało, duszę i ducha.

B) NIEDOPASOWANIE DO POZIOMU GRUPY

Przynależność do grupy ma się objawiać całościowo – nie poprzez jeden przedmiot (identyfikator), ale przez cały wzajem się do siebie odnoszący, współgrający ze sobą zestaw przedmiotów czy umiejętności poddanych jednemu, przyjętemu przez grupę stylowi. Ktoś, kto narobił sobie obciachu, narobił go sobie wobec jakiejś grupy, wobec świadków. Obciach jest wykroczeniem przeciw zachowaniu spójności stylu grupy, z którą chcemy się identyfikować czy z którą zawarliśmy chwilowy sojusz społeczny. W tym znaczeniu jest on negatywnym wyróżnianiem się, odstawianiem od reszty, a zatem nieprzystawianiem do grupy, zaburzeniem i pogwałceniem norm. Na takie zaburzenie grupa reaguje mechanizmami obronnymi, które mają na celu wytknięcie obciachu i napiętnowanie go. Wytknięcie komuś obciachu przyczynia się do umocnienia spójności i tożsamości grupy w ten sposób, że jej członkowie uświadamiają sobie, czego powinni się wystrzegać.

C) NIEDOPASOWANIE WEWNĘTRZNE

Obciach jest przejawem złego gustu, braku smaku. Wyraźne niedopasowanie elementu do reszty kompozycji jest obciachem. Takie niewspółgranie to przysłowiowy kwiatek do kożucha. W świecie mody obciachem jest nieudana stylizacja: niedobranie kolorystyczne czy jakościowe poszczególnych elementów (marek, rodzajów materiałów), a także wszelkie zacerpnięcie cytatu z innego stylu, epoki, kultury, które nie współgra z resztą. Podobnie wprowadzenie jednego mocnego elementu, który sam w sobie może nawet stanowić interesującą i oryginalną inwencję, ale nie pasuje do słabej reszty. Obciach może być też wynikiem bezmyślnego i karykaturalnego kopiowania czyjegoś stylu bez uwzględnienia własnych uwarunkowań (np. warunków fizycznych).

D) NIEDOPASOWANIE DO KONTEKSTU

Również niedopasowanie do kontekstu jest obciachem. Przykładem może być choćby ubranie dresu do filharmonii, wieczorowego garnituru na koncert rockowy czy dżinsów na siłownię. W każdym przypadku obciach jest niedopasowaniem do grupy znającej wymagania okoliczności: miejsca i czasu. Niektóre konteksty są określone funkcjonalnie – jak strój na narty czy motocykl – dlatego też ktoś ubrany niefunkcjonalnie, czyli niewłaściwie, wzbudzi kpi-

ny grupy wtajemniczonych. Inne konteksty znów są określone zwyczajowo, np. różnice między strojem spacerowym a wieczorowym, świątynią a dyskoteką. W tym wypadku obciachem może być założenie lakierków na spacer po parku z psem czy mocny makijaż do śniadania.

Obciach sytuacyjny może być także spowodowany przez przypadek. Dwie kobiety w takiej samej sukience na uroczystości to niewątpliwa wpadka. Obciachem bywają także różnorakie niedopatżenia, np. kiedy coś, co powinno być ukryte, wystaje (koszula ze spodni), co powinno przylegać, odstaje (włosy, pasek), albo też coś się przyczepia (nitki), podnosi (sukienka), podwija, opada (pończocha), jest zbyt obcisłe itd. Tak rozumiany obciach bliski jest dawnej gafie.

Obciachem jest także pokazywanie się w obciachowych miejscach, niedostosowanych do statusu społecznego danej osoby, występowanie w obciachowych programach telewizyjnych, czasopismach oraz wszelka prowincjonalność.

E) CELOWE NIEDOPASOWANIE

Trzeba jednak wspomnieć, że zachowania niektórych subkultur opierają się na permanentnym niedopasowaniu do sytuacji. O tym, co jest, a co nie jest obciachem, rozstrzyga odniesienie do własnej grupy, a nie do grup, wśród których członkowie danej subkultury znajdują się sytuacyjnie (w wyniku zawarcia nietrwałego sojuszu). Osobnicy tacy będą natomiast przykładem obciachu dla członków grupy tymczasowej. Młody *punk*, który uda się na zakończenie roku szkolnego ubrany w swój zwykły strój, a nie strój galowy, próbując zamanifestować swoją niezależność od grupy dobrze uspołecznionych obywateli, może wzbudzać ich wrogość i kpiny.

Antagonizmy między różnymi grupami (fanami czegoś²¹) wpływają na wzajemne wytykanie sobie obciachu. W tym sensie obciachem będą te zachowania jednej grupy, które nie mieszczą się w normach grupy drugiej lub się im przeciwstawiają. „Dla zapamiętałego miłośnika metalu obciachem muzycznym będzie zarówno cały główny nurt popu, jak i konkurencyjne style o bardziej alternatywnym charakterze. W ubiegłej dekadzie fani elektroniki tudzież hip-hopu za obciachowy instrument uważali gitarę. Teraz zaś hip-hop jest w odwrocie, a publiczność gitarowego avant popu czy zjawisk związanych z tzw. nową rewolucją rockową właśnie w hip-hopie widzi ewidentny obciach”²². Grupy te nie muszą być od siebie bardzo odległe, jednak to właśnie dzięki obciachowi się różnią. I tak „w ostatnich paru latach dała o sobie znać choćby animozja między zwolennikami bardzo modnego do niedawna stylu emo a fanami rocka

²¹ V.J. Fiske, op. cit., s. 151.

²² M. Pęczak, op. cit.

gotyckiego. Choć oba te środowiska fascynowała podobna w gruncie rzeczy ciężka i ponura muzyka, wśród gotów nazwa emo funkcjonowała na zasadzie prześmiewczego przytyku („Nie bądź taki emo”), natomiast dla emo goci właśnie byli przykładem obciachu jako reprezentanci stylu przebrzmiałego²³.

PRZYKŁADY OBCIACHU

Narodowy Instytut Badań nad Obciachem (NIBO)²⁴ podaje następujące przykłady obciachu:

- Dział edukacja: tytuł doktorski przyznany przez Wyższą Szkołę Marketingu, Turystyki i Bioenergoterapii w Sierpcu;
- Dział architektura wnętrz: ustawienie na półce dwunastu egzemplarzy *Uczty* Platona kupionych w kiosku Ruchu po 8,80 zł czy komplet mebli wypoczynkowych dedykowany pamięci Ojca Świętego;
- Dział kultura: występ kabaretowy Jerzego Kryszaka jako premia przy telefonicznym zakupie kompletu garnków aluminiowych;
- Dział nowe media: dopisywanie samego siebie do Wikipedii w rubryce „Sławni mieszkańcy rodzinnego miasta”, a także kompulsywne goglowanie swojego nazwiska i oczywiście klikanie „Lubię to” pod własnymi wpisami na Facebooku.

Ikony obciachu przechodzą do młodzieżowych powiedzeń, typu: „Upadłeś na dno. Od spodu puka tylko Frytka”²⁵.

Przykłady obciachu wymieniane przez uczestników forum Goldenline²⁶:

- Białe kozaczki²⁷;
- Skarpety (najlepiej grube i białe) do sandałów;
- Noszenie przedmiotów dodawanych do czasopism (np. torebki);
- Używanie samoopalacza (zwłaszcza tylko na twarzy);
- Naklejka z (prze)ceną pod butem;
- Metka na rękawie płaszcza lub marynarki;
- „Skórzane” torebki do adidasów;
- Plecaczki do markowych szpilek;

²³ Ibidem.

²⁴ V.H. Chawiczewski (2010). *Obciach jest kultowy*. [Online]. Protokół dostępu: http://tygodnik.onet.pl/30,0,54050,obciach_jest_kultowy,artykul.html [21 marca 2011].

²⁵ [Online]. Protokół dostępu: http://www.pudelek.pl/artykul/7604/upadles_na_dno_od_spodu_puka_tylko_frytka/ [21 marca 2011].

²⁶ [Online]. Protokół dostępu: <http://www.goldenline.pl/forum/366782/obciach/> [21 marca 2011].

²⁷ Legendarne już białe kozaczki, którym poświęca się całe serwisy. [Online]. Protokół dostępu: <http://bialekozaczki.blog.pl/> lub <http://bialekozaki.pl/> [21 marca 2011].

- Siatkowa koszulka na ramiączkach, a do tego złoty łańcuch najwyższej próby, szeroki na dwa palce;
- Kreszowy (i każdy inny) dres jako odzież codzienna;
- Basenowe klapki w centrum miasta;
- Stringi wychodzące ze spodni;
- Za ciasne ubrania, czekające na „kiedyś zrzucę parę kilo”;
- Wszystko, przez co wylewa się sadło, co od niechcenia pokazuje więcej, niż zakrywa, jest brudne, dziurawe i zniszczone do granic możliwości;
- Małe pieski noszone na salonach²⁸.

OBCIACH OSWOJONY

Obciach staje się modny i robi karierę. W Polsce zasłużył sobie nie tylko na *Małą Encyklopedię*²⁹, ale i konferencję naukową pod tytułem *Moda na obciach*³⁰. Choć z jednej strony wytyka się jeszcze obciach (ogłasza konkursy na obciach roku w wielu kategoriach³¹), to w ramach gry obciachem organizowane są, zarówno w klubach³², jak i prywatnie, „obciach party”. Jedną z takich imprez urządzono pod hasłem: „Pokaż się nam w ubraniu, którego na trzeźwo nigdy i pod żadnym pozorem nie ubierzesz”³³. „Obciachowcy” bawią się oczywiście przy obciachowej muzyce i nikt nie narzeka na to, że z powodu ocierania się o obciach bawił się źle. Również obciach niezamierzony może stać się przedmiotem powszechnej uwagi i sympatii. To upodobanie do obciachu przyczyniło się do wyłonienia „gwiazd internetu”, takich jak Gracjan Roztockim³⁴ czy Pani Barbara³⁵. Obciach może być więc wykorzystywany przez ekscentry-

²⁸ [Online]. Protokół dostępu: <http://www.zeberka.pl/art.php?id=484> [21 marca 2011].

²⁹ P. Gogler, A. Januszkiewicz, M. Klajn, M. Wesołowski, *Mała Encyklopedia Obciachu*, Poznań 2008.

³⁰ K. Ciechorska-Kulesza (2008). *Naukowo o obciachu*. [Online]. Protokół dostępu: <http://www.onet.pl/?mod=art&id=6111> [21 marca 2011].

³¹ [Online]. Protokół dostępu: <http://www.plotek.pl/plotek/1,78649,4787412.html> lub <http://www.koktajl24.pl/tag/obciach-roku> [21 marca 2011].

³² [Online]. Protokół dostępu: http://www.mcklub.pl/obciach_party czy warta uwagi impreza: http://www.darkplanet.pl/Obciach-Party-Poznan-11108_event.html [21 marca 2011].

³³ [Online]. Protokół dostępu: <http://widelecwszafie.blogspot.com/2009/01/obciach-party.html> [21 marca 2011].

³⁴ [Online]. Protokół dostępu: <http://www.youtube.com/user/RoztockimGracjan?ob=0> [21 marca 2011]. To, jak modę na obciach próbuje wtórnie zaadaptować rynek korporacyjny, można zobaczyć na przykładzie reklam „Media Markt” z Gracjanem Roztockim: [Online]. Protokół dostępu: <http://www.youtube.com/watch?v=gu3-9uyYnyw&feature=related> [21 marca 2011] czy Rolandem Pieczkowskim: [On-line]. Protokół dostępu: <http://www.youtube.com/watch?v=CGampdrX-Z0&NR=1> [21 marca 2011].

³⁵ Która dzięki popularności na YouTube doczekała się własnej przestrzeni w sieci. [Online]. Protokół dostępu: <http://www.baska.tivi.pl/> [21 marca 2011].

ków do zwracania na siebie uwagi. Rzeczy obciachowe stają się także przedmiotami kolekcjonerskimi, służą jako domowe ozdoby i są wyróżnikami samego kolekcjonera. Obciachowe niegdyś samochody stają się kultowe (np. „maluch”³⁶). Odgrzebywanie i odgrzewanie zapomnianych staroci, które jeszcze niedawno uznawane były za obciachowe, dziś czyni je nostalgicznymi i pełnymi uroku.

Dotychczas popkulturowa walka z systemem odgórnjej władzy polegała nade wszystko na przetwarzaniu, przerabianiu gotowych produktów na własny użytek i wedle własnego sposobu, czasem wręcz nie do poznania. „Stosowanie «ich» produktów dla «naszych» celów to sztuka trwania pomiędzy produkcją a konsumpcją”³⁷. Indywidualizacja produktu do oczekiwań jednostki dokonuje się na poziomie sposobów jego użycia, a nie produkcji. Postępująca indywidualizacja gustu odbiorców, a wreszcie moda na skrajny indywidualizm spowodowały, że korporacje nie nadążają za dostosowywaniem się do gustów potencjalnych klientów. Pluralizm podziałów na coraz mniejsze grupy w imię indywidualizmu (różnicy) doprowadzony do granic możliwości powoduje, że grupy zanikają na rzecz jednostek. Jednostka może już nie nawiązywać do żadnej konkretnej grupy lub też eklektycznie nawiązywać do wielu arbitralnie wybranych i sprzecznych grup. Rynek to dziś nie tylko wielkie korporacje, ale także prywatne inicjatywy (rękodzieło), małe butiki czy sprzedaż internetowa na portalach typu modna.pl lub portalach aukcyjnych (allegro.pl czy ebay.pl). Zdaje się, że dziś prawie każdy, kto dba o swój wygląd, nie tylko stylizuje się, ale też z powodzeniem wykorzystuje i przerabia towary po swojemu – uprawia brikolaż („nawet najbardziej obciachowe rzeczy można zestawić tak, że wyglądają fajnie”³⁸), *recycling* przedmiotów (*second-hand*y nie są już miejscami, w których zaopatrują się najubożsi, ale magazynami części). Każdy, kto poświęci na to trochę czasu, może być kreatorem. Stąd mnożenie się małych sklepików z biżuterią/modą recyklingową, np. na krakowskim Kazimierzu. W serwisie internetowym modna.pl można kupić pojedyncze przedmioty robione przez licznych współpracujących z nim „projektantów” (w momencie pisania niniejszego artykułu ich liczba wynosiła sto czternaście) za niewygórowane kwoty (zbliżone do cen produktów masowych). W ten sposób moda na indywidualizm rozmywa granice modnego i niemodnego.

Pojawienie się eklektyzmu w modzie, multipluralizm grup i stylów, powoduje, że coraz trudniej mówić o obciachu. Wydaje się, że prawie wszystko jest już dozwolone. We współczesnym społeczeństwie wszystko definiuje się płynnie. Coraz trudniej o konkretną kategorię obciachu, jak w czasach, gdy wiadomo było, co jest *faux pas*. Dziś wystarczy silniejsza osobowość, czy raczej moc-

³⁶ [Online]. Protokół dostępu: http://auto.webbest.pl/articles.php?article_id=23 [21 marca 2011].

³⁷ J. Fiske, op. cit., s. 37.

³⁸ Komentarz użytkownika „robaczek”. [Online]. Protokół dostępu: http://familijnie.blogspot.com/2009/12/obciachowe-mazenstwo_7998.html [21 marca 2011].

no ekstrawertyczny celebryta, by zdefiniować, że coś nie jest już obciachem. Michał Wiśniewski, pokazując się w maksymalnie kiczowatym, pomarańczowym ubraniu, zaznacza jedynie spójność własnego stylu³⁹. Kogoś, kto przejawia permanentny brak gustu, można podejrzewać o to, że posiada właśnie gust specyficzny. Indywidualizm, ograniczając dany styl do jednostki, która go promuje, nie zezwala na ocenę nikomu z zewnątrz, nie przyjmuje krytyki żadnej z grup, do których ów ktoś nie pragnie już należeć (następuje zerwanie sojuszy społecznych i walka w pojedynkę niczym błędny rycerz). To, co jednego żenuje, innemu wydaje się fascynujące. Nie oznacza to, że Wiśniewski nie jest świadomy tego, że jego stroje są obciachowe; on raczej bawi się, gra obciachem. Obciach wyzwala, daje ujście kreatywnej i swawolnej wolności. Karnawalizacja obciachu wspiera „modę” bez hierarchii, bez podziałów społecznych, bez norm i reguł. Dlatego też choć gra obciachem staje się coraz bardziej popularna i „toczy się w warunkach równoprawności rozmaitych stylów, upodobań i miar przyzwolenia – reguły gry tracą czytelność”⁴⁰. Granice między obciachem i modą zacierają się – nie ginie jednak sama potrzeba pędu i zmian.

„Wokół obciachu – pisze Mirosław Filiciak, badacz nowych mediów – toczy się nieustanna gra, w której oceniający (i wydający sądy o obciachowości) chwilę później może nieoczekiwanie stać się ocenianym – zwłaszcza że we wszystkich sferach kultury tak istotną rolę odgrywa dziś gra z konwencją i nigdy nie wiadomo, czy mamy do czynienia z obciachem, czy może już z nowym trendem, wykorzystującym pozorną obciachowość do wyrafinowanej zabawy. *Image* w konwencji «krótko z przodu, długo z tyłu i wąsy na przedzie» śmieszy u kierowcy autobusu, ale wzbudza uznanie, gdy prezentuje go, powiedzmy, właściciel butiku w hipsterskiej nowojorskiej dzielnicy Williamsburg”⁴¹.

OBCIACH KATEGORIĄ POPKULTURY

Jeśli za Johnem Fiske⁴² będziemy rozumieli popkulturę jako sferę publiczną, w której poprzez znaczenia rozgrywają się stosunki władzy między górą (systemem) a dołem (społeczeństwem), to wyżej przedstawione ujęcie obciachu na każdym kroku ujawnia nam jego związek z popkulturą. Podsumowując, obciach jest kategorią: 1) dynamiczną, posiadającą płynne odniesienie, zrelatywizowane do aktualnych standardów grupy; 2) antynomiczną, stale będącą w opozycji do kogoś (grupy) i czegoś (mody). Obciach piętnuje, ośmiesza, dzieli – obciach zniewala i rządzi. Obciach to narzędzie kulturowej przemocy i nieto-

³⁹ [Online]. Protokół dostępu: <http://gwiadzy.trendz.pl/czy-to-obciach-czy-to-kicz-styl-na-wisnie> [21 marca 2011].

⁴⁰ M. Pęczak, op. cit.

⁴¹ Ibidem.

⁴² Ibidem, s. 5, 23-24.

lerancji. Obciach, w przeciwieństwie do mody, jest pojęciem negatywnym; jest czymś, co przychodzi z zewnątrz i mówi: „kto nie jest ze mną, jest przeciwko mnie”. Jest on niczym klaps dany dziecku, upupia, zawstydzia i powoduje, że jesteśmy skłonni małpować tych, których uznajemy za autorytety, za ludzi sukcesu czy po prostu za fajniejszych od nas.

Trudno powiedzieć, czy to, że dziś obciach rozmywa się i traci swą moc, wynika z tego, że zyskujemy dystans do siebie samych, a przez to nabieramy anarchistycznej postawy do sztucznie stworzonych i narzucanych nam reguł, czy też obciach ma się gorzej z racji coraz bardziej zindywidualizowanego i narcystycznego społeczeństwa.

ABSTRACT

A contemporary culture scholar is, out of necessity, a researcher in the field of popular culture. Hence, if its essence is to be revealed, the attention needs to be paid to concepts that have become pivotal in the field. Over the last several years, *obciach* has become one of such key-concepts. This word, hard to translate into English, is a slang equivalent for infamy or disgrace and sometimes blunder. It has turned out to be an incredibly broad, flexible and at the same time catching category that functions in everyday life. It also accompanies the fashion as its rearguard, being simultaneously something more than just its negative image, that is non-fashion. *Obciach*, linked to the political incorrectness, seems closer to the anthropological concept of taboo. It aims at playing the role of an avoiding-pursuit compass pointing to the source of contamination (impurity) that one needs to evade in order to prevent his or her social death. Negatively, it also indicates things worth knowing, supporting and engaging in.

The aim of this article is to present briefly the birth of the notion of *obciach*. One needs to explore where the concept comes from, what has defined its popularity and the reason for it being used, i.e. why it has been needed. It is also worth examining who declares a particular thing, behaviour or aspiration to be comprised in the category and what is exactly meant by it. Furthermore, we will investigate the cause of our fear of *obciach*, the manner in which it controls us and the way to avoid it. Finally, we will conduct an analysis of popular instances of *obciach* and of the attempts to familiarise it, as manifested in the paradox of fashion for *obciach*.

BIBLIOGRAFIA

1. Eco U., *Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa a teorie kultury masowej*, tłum. P. Salwa, Warszawa 2010.
2. Fiske J., *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Kraków 2010.
3. Jeambar D., *Pensée unique*, [w:] *Nowe mitologie*, red. G. Jérôme, tłum. A. Kocot, Kraków 2010.
4. Pęczak M., *Obciach uwznioślony*, „Polityka”, nr 8 (2693), z dnia 2009-02-21.
5. Stępiak K., *Słownik tajemnych gwar przestępczych*, Londyn 1993.